

● **Η παγκοσμιοποίηση περνάει από το Internet.** Το Διαδίκτυο εισβάλλει στη ζωή μας, φέρνοντας πολλές αλλαγές.

Του Γιάννη Ριζόπουλου

● **Η Ελλάδα και το Διαδίκτυο.** Η Κοινωνία των Πληροφοριών χτυπάει και τη δική μας πόρτα.

Του Δημήτρη Μαλλιά

● **Το Internet στην ελληνική πολιτική σκηνή.**

● **Το Internet στο Δημόσιο.** Ο εκσυγχρονισμός του δημόσιου τομέα περνάει και από το Διαδίκτυο.

Του Παναγιώτη Γεωργιάδη

● **Επανάσταση στο εμπόριο.** Οι συναλλαγές μέσω του Internet αλλάζουν άρδην τους κανόνες του παιχνιδιού.

Του Γεωργίου Ι. Δουκίδη

● **Βάλτε έναν ΑΤΜ στο σπίτι σας.** Πώς μπορείτε να ανοίξετε την πόρτα της τράπεζάς σας μέσα από τον υπολογιστή σας.

Του Γιάννη Παππά

● **Η Δημοκρατία ταιριάζει στο Internet.** Το «Παγκόσμιο Χωριό» δεν πρέπει να αποτελείται μόνο από «έχοντες και κατέχοντες».

Του Πολυδύκη Παπαδόπουλου

● **Οι καλοί τρόποι στο Διαδίκτυο.** Υπάρχουν κανόνες καλής συμπεριφοράς ακόμη και στον κυβερνοχώρο.

Του Γρηγόρη Α. Μηλιαρέση

● **Νέα μορφή επικοινωνίας γεννιέται.** Το Internet αμφισβητεί την παραδοσιακή σχέση πηγής - μηνύματος - αποδέκτη.

Του Στέλιου Παπαθανασόπουλου

● **Νέα εποχή στην πληροφόρηση.** Μέσω του Microsoft Explorer, οι ειδήσεις φθάνουν σε συνεχή ροή στο χρήστη.

Του Γιώργου Αυγεράκη

● **Διαδίκτυο και νέα διαφήμιση.** Η υψηλή τεχνολογία μετασχηματίζει την πραγματικότητα σε «εικονική».

Του Μανώλη Χαιρετάκη

● **Το παιδί στο Διαδίκτυο.**

Της Κατερίνας Καπερναράκου

● **Το γλωσσάρι του Διαδικτύου**

Εξώφυλλο: Το Διαδίκτυο, όπως αναπαρίσταται συνήθως (ένανς κνηφελωτός ιστός, που περιβάλλει τον πλανήτη μας) με ένθετη μια φωτογραφία (τον Γιάννη Παπαδόπουλου) από μάθημα Πληροφορικής στο Πολυτεχνικό Λύκειο Αμπελοκηπίων.

Υπεύθυνη «Επτά Ημερών»
ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ ΤΡΑΪΟΥ

ΑΦΙΕΡΩΜΑ

Η παγκοσμιοποίηση περνάει από το Internet

Το Διαδίκτυο εισβάλλει στη ζωή μας, φέρνοντας πολλές αλλαγές



Το Διαδίκτυο δεν γνωρίζει σύνορα και όρια, πολιτικούς ή θρησκευτικούς φραγμούς. Από την Ευρώπη ως τη Λατινική Αμερική και από την Κίνα (στη φωτογραφία) ως τη Νότια Αφρική, γνωρίζει παντού την ίδια δημοτικότητα και -όπου το επιτρέπει η οικονομική κατάσταση- μεγάλη διείσδυση (φωτ.: Ασσοσιέιτεντ Πρές).

ΠΟΛΛΟΙ το κατηγορήσαν πολύ. Όμως, αυτοί που το εκθείασαν είναι ακόμα περισσότεροι. Είπαν πως βάζει στα σπίτια μας τον ρατσισμό, το έγκλημα, την πορνογραφία, τον ίδιο τον σατανά. Όμως, δεν μπόρεσαν να μην παραδεχθούν ότι, ταυτόχρονα, έχει τη δυνατότητα να ανοίξει τα μάτια όσων θέλουν να δουν και να γνωρίσουν, να μάθουν και να μορφωθούν, φέρνοντας -κυριολεκτικά- μέσα στο σπίτι τους, τους αμύθητους και ως τώρα κρυμμένους θησαυρούς των μεγαλύτερων βιβλιοθηκών και μουσείων του κόσμου, την απόλυτη (πολυγλωσσική και πλουραλιστική) ανάλυση για ό,τι μπορεί να σκεφτεί ο άνθρωπος νους ή την ταχύτερη δυνατή ενημέρωση επί παντός του επιστητού. Είπαν πως απομονώνει τον άνθρωπο από τον περίγυρό του, τον κάνει

δέσμιος της τεχνολογίας και του στερεί τις χαρές της ζωής. Όμως, δεν μπορούν να μη δεχτούν ότι ταυτόχρονα έχει τη δυνατότητα να ενώσει δυο ανθρώπους με τα αόρατα πλην πολύτιμα νήματα της επικοινωνίας, ακόμα και αν βρίσκονται

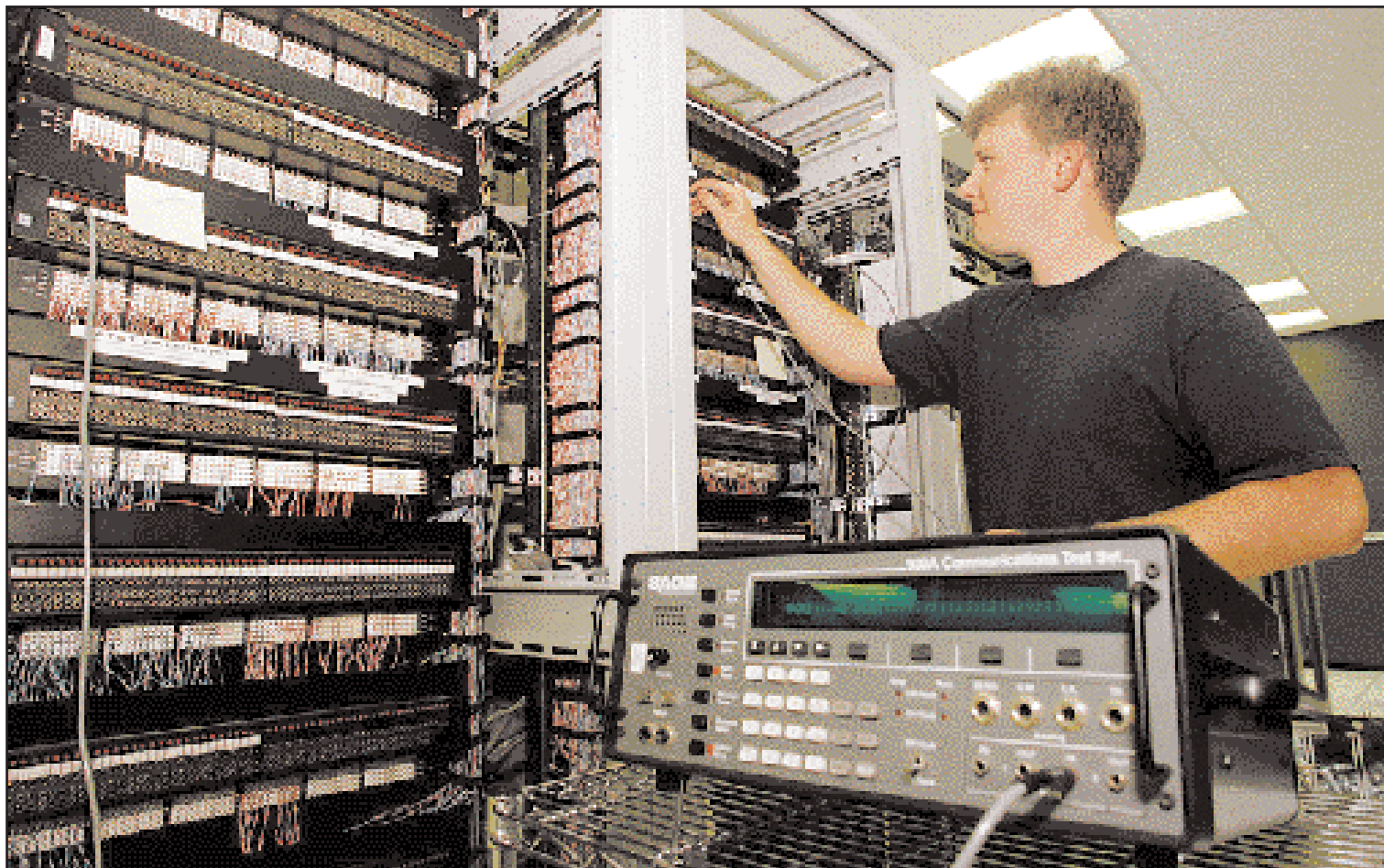
Επιμέλεια αφιερώματος:
ΓΙΑΝΝΗΣ ΡΙΖΟΠΟΥΛΟΣ

ο ένας στη μια άκρη της Γης κι ο άλλος στην άλλη...

Ευλογία ή κατάρα, λοιπόν, το Internet (περί αυτού ο λόγος και των επιδράσεων του στη ζωή μας, τούτο το τεύχος των «Επτά Ημερών» που κρατάτε στα χέρια σας); Γιατί, το Διαδίκτυο (αυτή είναι η επικρατέστερη μετάφραση του όρου στη γλώσσα μας) είναι όλα όσα ανα-

φέρθηκαν παραπάνω, και ακόμα περισσότερα. Οντας η μεγαλύτερη επανάσταση στον χώρο της επικοινωνίας από την εποχή του Γουτεμβέργιου, δεν μπορεί παρά να έχει υπέρμαχους και πολέμιους, υποστηρικτές και αντιπάλους, που προσπαθούν να ερμηνεύσουν -βασίζόμενοι στις ως τώρα φιλοσοφικές (και όχι μόνο) θεωρίες- το παρόν και να προβλέψουν το μέλλον, τόσο το δικό του όσο και το δικό μας, όπως αυτό επηρεάζεται από την παρουσία του στη ζωή μας. Δεν είναι λίγοι, για παράδειγμα, αυτοί που φοβούνται (όπως ο Μισέλ Φουκό) μήπως η υπόσχεση για μια «παγκόσμια αγορά» στο Internet, στα πρότυπα της Αθήνας της αρχαιότητας, που λέει ο Ράινγκολντ, καταλήξει σε μια φυλακή τύπου ΡΑΝΟΡΤΙΟΝ, όπου με ένα σύστημα κα-

Τηλεπικοινωνιακοί οργανισμοί και ιδιωτικές εταιρίες δικτύων on line ή παροχής υπηρεσιών Internet (στη φωτογραφία, ένα μέρος από τις εγκαταστάσεις της αμερικανικής CompuServe) έχουν αποδυθεί σε έναν απελπισμένο αγώνα δρόμου, για να βελτιώσουν την υποδομή τους το ταχύτερο δυνατό, προκειμένου να καλύψουν την συνεχώς αυξανόμενη ζήτηση (φωτ.: Ρόιτερς).

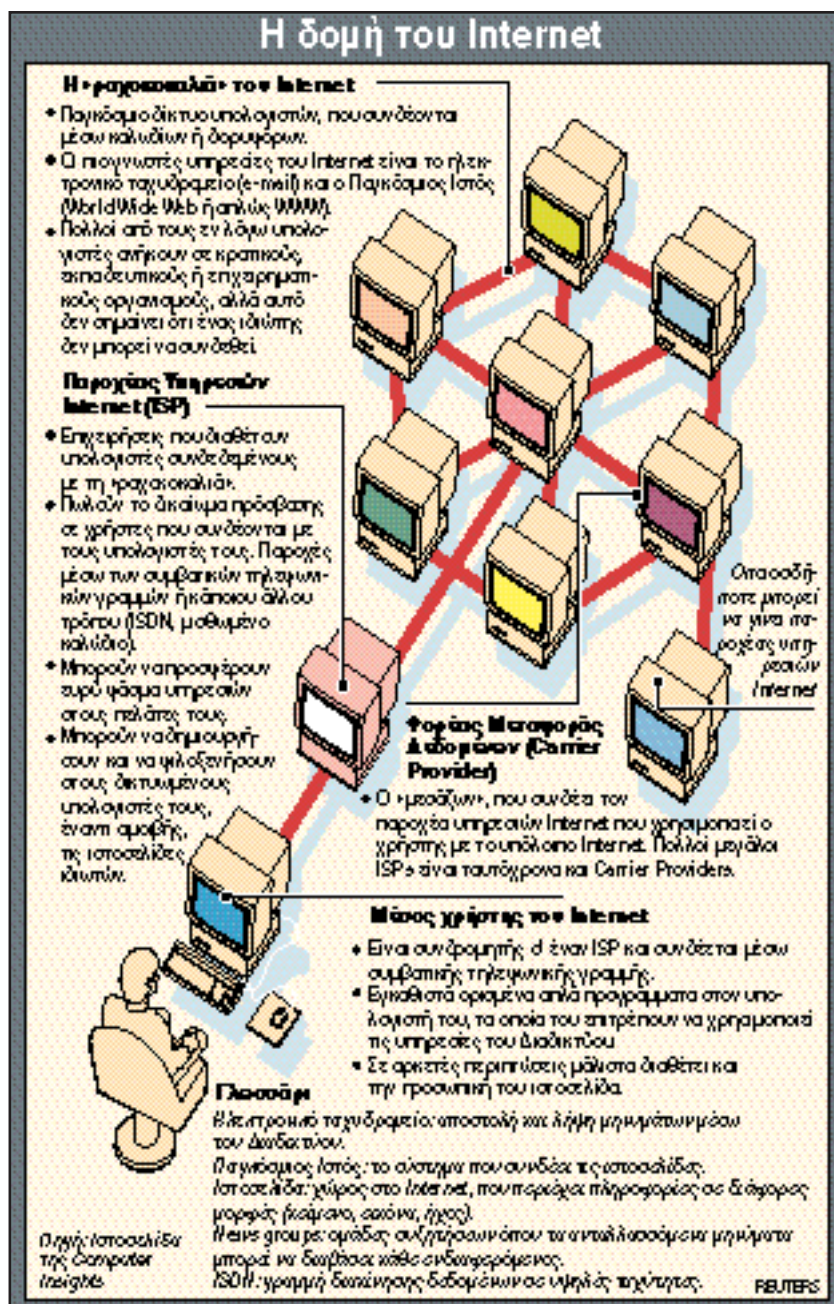


τόπτρων θα ελέγχονται συνεχώς οι τρόφιμοί της...

Ο φόβος του Μεγάλου Αδελφού ποτέ δεν μας εγκατέλειψε κι ας μην επαληθεύτηκε –τουλάχιστον χρονικά– ο Οργουελ. Απλώς μετασηματίστηκε σε μια επιφυλακτικότητα, που τείνει να εξελιχθεί σε τεchnοφοβία ανάμεσα στους μεγαλύτερους σε ηλικία. Αλλά, οι εξελίξεις δεν τους περιμένουν. Το Internet, το μικρό δίκτυο επικοινωνίας που δημιουργήθηκε στις αρχές της δεκαετίας του '60 για να σώσει (διακινώντας απλά μηνύματα, μέσω δορυφόρων, τηλεφωνικών γραμμών και ερτζιανών) το αμερικανικό πολιτικοστρατιωτικό κατεστημένο σε περίπτωση πυρηνικού πολέμου, έγινε σύντομα κτήμα των ερευνητών και των επιστημόνων, για να εξελιχθεί –ουσιαστικά τα τελευταία 8-10 χρόνια– σε κτήμα όλων μας. Πάνω του βασίστηκαν τα (πολιτικά μεν, αλλά με εμφανή την επίδραση επιχειρηματικών συμφερόντων) οράματα για τη δημιουργία μιας διεθνούς κοινωνίας των πληροφοριών, προς την οποία θα μετεξελιχθούν οι σημερινές εθνικές.

Τεχνολογία και παγκοσμιοποίηση

Η παγκοσμιοποίηση περνάει αναγκαστικά από την υψηλή και ειδικότερα την ψηφιακή τεχνολογία κι αυτή έχει πια εισβάλει σε κάθε τομέα της ζωής μας, επηρεάζοντάς την δραματικά. Περισσότερα από 50 εκατομμύρια (κατ' άλλους 80, κατ' άλλους 100 – κανείς δεν μπορεί να πει με σιγουριά) χρήστες σε όλο τον κόσμο, το βιώνουν καθημερινά. Μέσα από αυτό το αχανές σύμπλεγμα αλληλοσυμπληρούμενων και ταυτό-



χρονα αυτόνομων, εθνικών και διεθνών δικτύων μπορούν με μόνο «όχημα» τον υπολογιστή τους να επικοινωνήσουν με άλλους ανθρώπους, να ενημερωθούν, να μορφωθούν, να ψυχαγωγηθούν, να ελέγξουν τα οικονομικά τους ή να κάνουν κάθε λογής αγορές.

Γιατί, το εμπορικό κυρίως σκέλος του Internet, το World Wide Web (Παγκόσμιος Ιστός, στα καθ' ημάς), έχει πάρει πλέον τρομακτικές διαστάσεις. Κυβερνήσεις, οργανισμοί, επιχειρήσεις, καλλιτέχνες, αλλά και απλοί ιδιώτες θεωρούν πια θέμα γοήτρου, αν όχι υποχρέωσή τους τη δημιουργία της δικής τους ιστοσελίδας (Web Page), από την οποία μπορούν να προβάλλουν το έργο τους και τις δραστηριότητές τους, να διαφημίζουν την πραγματεία τους, ή απλώς να κάνουν εντύπωση στους φίλους τους. Το κόστος, αναλόγως του περιεχομένου και της έκτασης, συνήθως κυμαίνεται σε λογικά πλαίσια (από λίγες δεκάδες χιλιάδες ως κάποια εκατομμύρια δραχμές, για τις «μεγάλες δουλειές»), με αποτέλεσμα οι νέες εγγραφές να ανέρχονται καθημερινά σε πολλές χιλιάδες και κάποιες ώρες να παρατηρείται ιδιαίτερα μεγάλη «κυκλοφοριακή συμφόρηση» στο Διαδίκτυο. Θα καταρρεύσει, λοιπόν, το Internet, όπως προβλέπουν κάποιες Κασσάνδρες;

Οι ψυχραιμότεροι λένε πως όχι, αρκεί να γίνουν οι απαραίτητες επενδύσεις σε υποδομή, που –έτσι κι αλλιώς– προωθούνται από κυβερνήσεις και ιδιώτες. Σύμφωνα με αμερικανικές έρευνες, από τα 100 και πλέον δισ. δολάρια που θα διατεθούν για σχετικές με το Internet δραστηριότητες το 2000, περισσό-

Συνέχεια στην 4η σελίδα



Κατηγορούν το Internet πως απομονώνει τους χρήστες του και τους αποξενώνει από τον περίγυρό τους. Όμως, πολύ περισσότερο τους επιτρέπει να επικοινωνήσουν με άλλους χρήστες, ακόμα κι αν πρόκειται για τους Σιστερσιανούς μοναχούς (ένας από αυτούς στη φωτογραφία) που ζουν σε διάφορες μονές, στις ΗΠΑ (φωτ.: Ασσοσιέιτεντ Πρές).

Συνέχεια από την 3η σελίδα

τερα από 80 δισ. θα αφορούν στην αναβάθμιση της υφιστάμενης υποδομής, με νέα δίκτυα και εγκαταστάσεις, που θα αυξάνουν τη χωρητικότητα και θα επιτρέπουν πολύ μεγαλύτερες ταχύτητες επικοινωνίας.

Το εμπόριο γίνεται ηλεκτρονικό

Η πιο εντυπωσιακή εφαρμογή του Διαδικτύου είναι σίγουρα η δυνατότητα που δίνει σε οποιονδήποτε χρήστη να γίνει πωλητής ή αγοραστής σ' ένα νέο είδος εμπορίου – παραλλαγή και μετεξέλιξη αυτού που ξέραμε ως σήμερα. Το ηλεκτρονικό εμπόριο καταργεί– αφού διεξάγεται μέσω του «απάτριδος» Internet– τα σύνορα και ανοίγει νέους, λαμπρούς ορίζοντες σε κάθε ενδιαφερόμενο, είτε βρίσκεται από τη μια πλευρά – εκείνη του πωλητή– είτε από την άλλη –εκείνη του αγοραστή, αν και κάποιες φορές αυτοί οι δυο ρόλοι μπορεί να συμπίπτουν, επ' αμοιβαίω συμφέροντι. Ένα «εικονικό» κατάστημα στον κυβερνοχώρο κοστίζει πολύ λιγότερο από ένα πραγματικό και η προβολή του είναι απείρως μεγαλύτερη.

Από την άλλη πλευρά, η νέα μορφή

αμφίδρομης επικοινωνίας καταργεί τους μεσάζοντες, άρα και τις προμήθειές τους, αφενός μειώνοντας το κόστος για τον τελικό καταναλωτή και, αφετέρου, επιτρέποντάς του να

συγκεκριμενοποιήσει την παραγγελία του στον παραγωγό, ώστε να καλύπτει απόλυτα τις απαιτήσεις του. Αν διαλυθεί η διάχυτη ανησυχία που υπάρχει σήμερα για το θέμα της ηλε-

κτρονικής πληρωμής (ήδη γίνονται σημαντικά βήματα προς αυτή την κατεύθυνση), τα αμέσως επόμενα χρόνια το ηλεκτρονικό εμπόριο θα «απογειωθεί» και θα γίνει τρόπος ζωής για όλους μας.

Η μεγαλύτερη ανησυχία των «ανησυχούντων» για τις επιπτώσεις του Internet στη ζωή μας έχει να κάνει με την επίδρασή του στα παιδιά και τους εφήβους. Και είναι αλήθεια πως αυτά, λόγω του νεαρού της ηλικίας τους, είναι τα πιο ευάλωτα σε κάθε λογής προσπάθειες επηρεασμού ή προσηλυτισμού, δαγκώνουν πιο εύκολα τα «δολώματα» του εθνικισμού, των ναρκωτικών ή της πορνογραφίας. Αυτή, όμως, είναι μονάχα η μια πλευρά του νομίσματος. Γιατί, αν πιστέψουμε τον Νικόλας Νεγκρεπόντε, τον ελληνικής καταγωγής καθηγητή του MIT και «γκουρού» της υψηλής τεχνολογίας, σε 20 χρόνια από σήμερα, τα παιδιά που έχουν συνηθίσει να ανακαλύπτουν τις ξένες χώρες πατώντας το «ποντίκι» του υπολογιστή τους, που μιλούν με άλλα παιδιά από αυτές τις χώρες ή ανταλλάσσουν μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail), δεν θα ξέρουν τι σημαίνει εθνικισμός.

Και αυτό είναι μόνο η αρχή, μόνο ένα από τα καλά της «ψηφιακής μόρφωσης» των παιδιών, της οποίας το



Η δημιουργία ιστοσελίδων έχει αντικαταστήσει πια τους παραδοσιακούς τρόπους προβολής, ιδιαίτερα αν πρόκειται για διεθνείς καμπάνιες (όπως αυτή για τη διάδοση του ελαιόλαδου), που ευνοούνται ιδιαίτερα από τον «υπερβατικό» χαρακτήρα του Internet.



Η Εκκλησία δεν θα μπορούσε να αγνοήσει έναν τόσο ευρύ διάυλο επικοινωνίας, καθώς μάλιστα διακηρύσσει ότι θέλει να βρίσκεται κοντά στο ποίμνιό της. Η ιστοσελίδα της Ιεράς Μητρόπολης Αττικής είναι μια προσπάθεια προς αυτή την κατεύθυνση (φωτ.: Πρίσμα).

ποσοστό αυξάνει ολοένα και περισσότερο, στις ΗΠΑ αρχικά, αλλά και στην Ευρώπη και την Ασία... Δεν είναι τυχαίο το γεγονός ότι η πληροφορική γίνεται βαθμιαία ένα από τα πιο δημοφιλή μαθήματα στα σχολεία μας, σε όποια από αυτά υπάρχει κατάλληλα εκπαιδευμένος (ή έστω και χομπίστας) δάσκαλος, καθώς τα παιδιά αναγνωρίζουν την αναγκαιότητά της. Και θα ήταν ευχής έργον να ακολουθούσαν κι άλλοι δημόσιοι φορείς (η Γενική Γραμματεία Πληροφορικών Συστημάτων, στη διεύθυνση www.di.uoa.gr/GSIS το έχει ήδη κάνει) την πρωτοβουλία του υπουργείου Πολιτισμού (www.culture.gr) να στήσει μια αξιοπρεπέστατη ιστοσελίδα, από την οποία όχι μόνο ενημερώνει για τις κυριότερες πολιτιστικές δραστηριότητες στη χώρα μας, αλλά παραπέμπει σε πλήθος άλλες ιστοσελίδες του τομέα. Μάλιστα, ο ελληνικός πολιτισμός έχει κι άλλη αντιπροσώπευση στο Διαδίκτυο, καθώς ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι ιστοσελίδες για τον Μακρυγιάννη και τον Καζαντζάκη, αλλά και ο «Θησαυρός της Ελληνικής Γλώσσας» (www.tlg.uci.edu/~tlg) που είναι αυτό ακριβώς που λέει ο τίτλος του: ένας ανεκτίμητος «ξεναγός» στους κρυμμένους θησαυρούς και την πολύχρονη ιστορία της γλώσσας μας. Τέλος, το γεγονός ότι στο τμήμα Επικοινωνίας και ΜΜΕ του Πανεπιστημίου Αθηνών διδάσκεται από φέτος στους επίδοξους δημοσιογράφους το μάθημα «Δημοσιογραφική έρευνα και



Το «κινητό γραφείο», συνδυασμός φορητού υπολογιστή και κινητού τηλεφώνου, επιτρέπει σε όλο και περισσότερους επιχειρηματίες –εκτός από όλα τα άλλα– και άμεση πρόσβαση μέσω του Διαδικτύου με το γραφείο τους και τα δεδομένα που βρίσκονται εκεί (φωτ.: SNI).

ρεπορτάζ μέσω Η/Υ» λέει πολλά για το πού πηγαίνει όχι μόνο αυτός ο τομέας, αλλά και όλη η ζωή μας...

Στο κατώφλι της ψηφιακής εποχής

Είτε το θέλουμε είτε όχι, η ψηφιακή τεχνολογία έχει κατακυριεύσει τη ζωή μας. Το Internet, για πολλούς ίσως η σημαντικότερη έκφρασή της, δεν είναι παρά μονάχα μια από τις πτυχές της. Η σύγκλιση των τεχνολογιών της πληροφορικής, της τηλεόρασης και των τηλεπικοινωνιών, είναι αυτή που βιώνουμε πρώτα, με το κινητό γραφείο σήμερα, με την τηλεδιάσκεψη και το οπτικό τηλέφωνο αύριο. Ομως, η Web TV – η μετεξέλιξη της τηλεόρασης, που με τη βοήθεια ενός απλού τηλεχειριστήριου–πληκτρολογίου θα ανοίγει τις πύλες του Διαδικτύου σε κάθε χρήστη (ακόμα και στους άσχετους περί τα τεχνολογικά, που εξακολουθούν να βλέπουν τους υπολογιστές με δυσπιστία)– δεν είναι πια πολύ μακριά. Και αν σήμερα το Διαδίκτυο αντιμετωπίζεται περίπου ως επανάσταση, τότε θα αντιμετωπίζεται ως καθηστώσ. Κανείς δεν παραγνωρίζει τους κινδύνους από αυτή την εξέλιξη. Ομως, στο χέρι του καθενός μας είναι να εκμεταλλευτεί μονάχα τα καλύτερα στοιχεία του Internet (κι είναι τόσα πολλά), κλείνοντας έξω από το σπίτι του και τη δουλειά του τα κακά (που, τελικά, είναι απείρως λιγότερα)

ΓΙΑΝΝΗΣ ΡΙΖΟΠΟΥΛΟΣ

Η Ελλάδα και το Διαδίκτυο

Η Κοινωνία των Πληροφοριών χτυπάει και τη δική μας πόρτα

Του Δημήτρη Μαλλά

ΟΤΑΝ στα τέλη της δεκαετίας του '80, δύο ερευνητικά ιδρύματα, ο «Δημόκριτος» και το Ινστιτούτο Τεχνολογικής Έρευνας (ΙΤΕ) του Πανεπιστημίου Κρήτης, αποκτούσαν για πρώτη φορά σύνδεση με το Internet, ελάχιστοι Έλληνες γνώριζαν ποια είναι η μορφή και η χρησιμότητα αυτού του παγκόσμιου δικτύου, ενώ οι πληροφορίες που μπορούσε να πάρει κάποιος ενδιαφερόμενος από τα μέσα ενημέρωσης ήταν ανύπαρκτες. Σήμερα, η κατάσταση έχει πλήρως αντιστραφεί, με αποτέλεσμα η συντριπτική πλειοψηφία του ελληνικού λαού να έχει ακούσει ή να έχει διαβάσει γι' αυτό το νέο μέσο, όπου μπορεί κανείς να βρει και να κάνει σχεδόν τα πάντα.

Στο εξωτερικό, η έκρηξη του Internet σημειώθηκε την τριετία 1992-1995, όταν δηλαδή έγινε σαφές ότι δεν χρειάζεται να γνωρίζεις τέλεια τα περίπλοκα λειτουργικά συστήματα, όπως το UNIX, για να περιπλανηθείς στους «δαιδαλώδεις» δρόμους του Διαδικτύου. Σημαντικό ρόλο σ' αυτήν την εξέλιξη έπαιξαν επίσης η δημιουργία του Παγκόσμιου Ιστού (World Wide Web), του εμπορικού σκέλους του διαδικτύου, και η απλοποίηση των προγραμμάτων διαχείρισης των μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail).

Η ελληνική «έκρηξη»

Στην Ελλάδα, η αντίστοιχη έκρηξη σημειώθηκε μόλις το 1995, όταν ξαφνικά άρχισε να αυξάνεται με ραγδαίους ρυθμούς ο αριθμός τόσο των χρηστών όσο και των εταιριών που είτε προσέφεραν υπηρεσίες σχετικές με το Internet είτε δημιουργούσαν τις δικές τους ιστοσελίδες στον Παγκόσμιο Ιστό. Παράλληλα, την ίδια περίοδο μεγάλο ενδιαφέρον έδειξαν και τα «παραδοσιακά» μέσα ενημέρωσης, που αφιέρωσαν ξαφνικά πολλές σελίδες και χρόνο σ' αυτή τη νέα μόδα, ενώ άρχισαν να εκδίδονται και τα πρώτα περιοδικά, αποκλειστικό θέμα των οποίων ήταν –και είναι– οι εξελίξεις στο Διαδίκτυο. Η προβολή του Internet ως προπομπού της επερχόμενης «Κοινωνίας των Πληροφοριών» έπαιξε, σίγουρα, καίριο ρόλο σ' αυτήν την εξέλιξη.

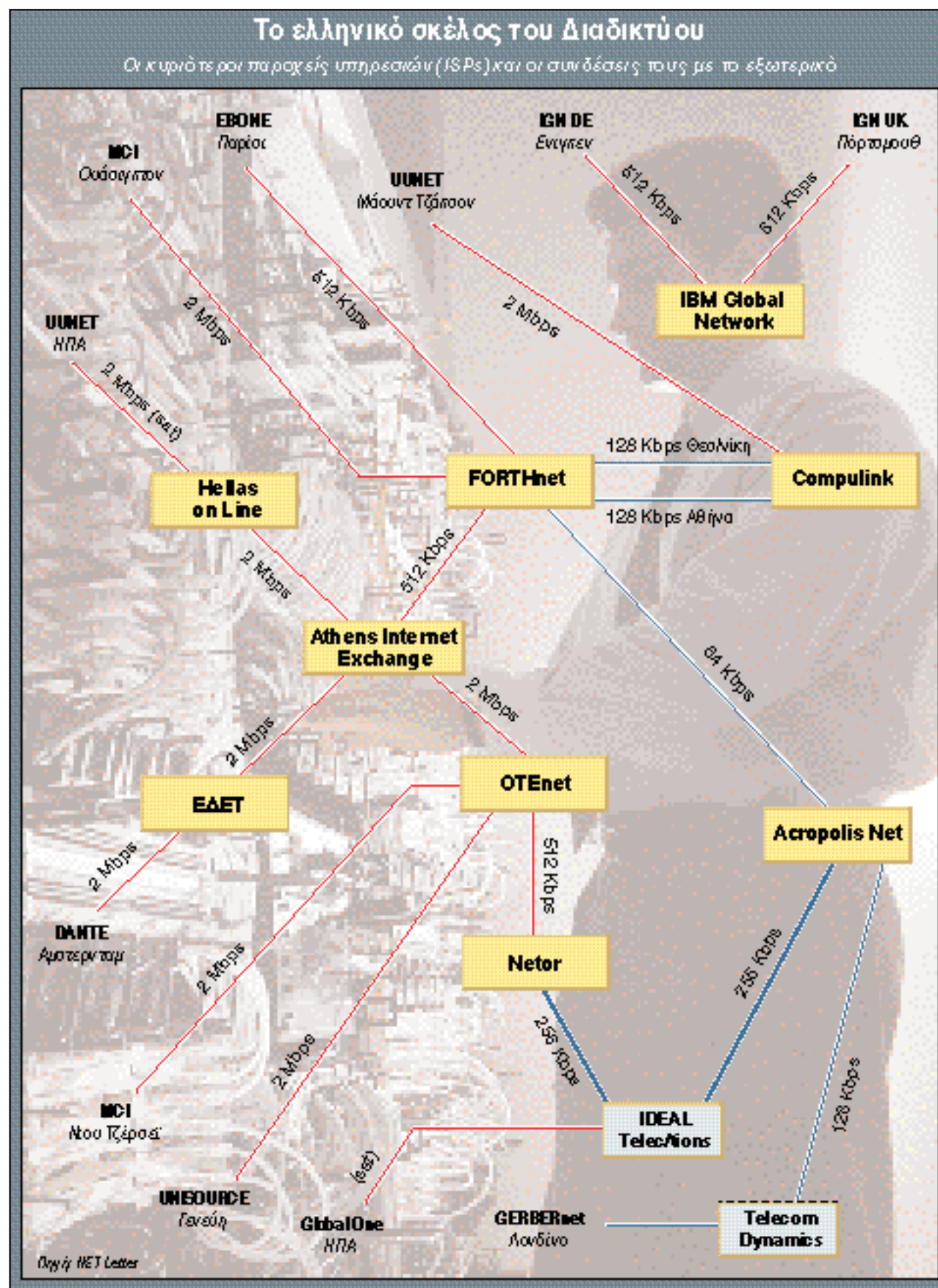
Οι πρώτες ιδιωτικές πρωτοβουλίες για την εκμετάλλευση της νέας αγοράς είχαν κάνει, πάντως, την εμφάνισή τους από τις αρχές του 1994. Η Hellas On Line (HOL) έγινε τον Ιανουάριο εκείνης της χρονιάς ο πρώτος ιδιωτικός παροχέας πρόσβασης στο Internet, για να ακολουθήσουν λίαν συντόμως

η Compulink, η Techlink και άλλες εταιρίες που θεώρησαν ότι το έδαφος είναι πρόσφορο για επενδύσεις, που στο μέλλον θα μπορούσαν να τους αποφέρουν κέρδη. Αξία αναφοράς είναι, επίσης, η σύσταση –την ίδια χρονιά– της μη κερδοσκοπικής Ένωσης Ελλήνων Χρηστών Internet (ΕΕΧΙ), που επίσης παρέχει υπηρεσίες πρόσβα-

σης, αλλά μόνο στα μέλη της.

Αποτέλεσμα όλων αυτών είναι, στα τέλη του 1997, να υπάρχουν τουλάχιστον 22 παροχείς πρόσβασης στο Διαδίκτυο, ενώ υπερπλάσιος είναι ο αριθμός των εταιριών που προσφέρουν εξειδικευμένες υπηρεσίες, όπως για παράδειγμα η δημιουργία και η φιλοξενία ιστοσελίδων.

Ο αριθμός είναι τεράστιος για τα δεδομένα του «ελληνικού» Internet, δείγμα προφανώς «ανώριμης» αγοράς. Γι' αυτό και θεωρείται σχεδόν βέβαιο ότι το 1998 θα αποτελέσει χρονιά-σταθμό, καθώς ο ιδιαίτερα σκληρός ανταγωνισμός που ήδη υπάρχει θα υποχρεώσει πολλές εταιρίες είτε να κλείσουν είτε να στραφούν στην παροχή α-



κόμα πιο εξειδικευμένων υπηρεσιών, αφήνοντας έτσι μεγαλύτερα περιθώρια δράσης στους «μεγάλους παίκτες» του χώρου.

Η κατάσταση στον χώρο

Αυτήν την περίοδο, οι βασικοί «παίκτες» στον ελληνικό χώρο είναι δύο. Το Forthnet ξεκίνησε το 1989 ως το δίκτυο του ΙΤΕ, για να εξελιχθεί στη συνέχεια στον φορέα μέσω του οποίου συνδέονταν με το Internet, οι περισσότεροι ιδιωτικοί παροχείς πρόσβασης.

Πριν από περίπου δύο χρόνια μετεξελίχθηκε σε ανώνυμη εταιρία και άρχισε τη δραστηριοποίησή του σε ολόκληρο το φάσμα των τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών. Η ΟΤΕnet, θυγατρική εταιρία του ΟΤΕ, εισέβαλε στην αγορά πριν από περίπου έναν χρόνο, δημιουργώντας νέα δεδομένα.

Η ενίσχυση του ανταγωνισμού, λόγω της είσοδου της ΟΤΕnet, υποχρέωσε τις υπάρχουσες εταιρίες να προχωρήσουν σε επεργασίες επενδύσεις, γεγονός που μόνο θετικές επιπτώσεις μπορεί να έχει για τον Έλληνα χρήστη.

Ηδη, οι ταχύτητες μεταφοράς δεδομένων έχουν αυξηθεί σημαντικά, καθώς όλες οι εταιρίες προχωρούν σε αύξηση της χωρητικό-

Συνέχεια στην 8η σελίδα

Ελληνες παροχείς πρόσβασης στο Internet

Εταιρία	Διεύθυνση	Τηλέφωνο	Διεύθυνση Ιστοσελίδας	Κόμβοι σύνδεσης	Τιμή
Forthnet	Θεόδωρος 6, Παγκράτι	7295.100	www.forthnet.gr	46	Από 5.800/μήνα
OTEnet	Λ. Κηφισίας 56, Μαρούσι	6898.320	www.otenet.gr	18	Από 7.500/μήνα
Hellas On Line	Χαρ. Τρικούπη 151, Ν. Κηφισιά	6203.040	www.hol.gr	18	Από 6.500/μήνα
Compulink	Λ. Συγγρού 44, Αθήνα	9238.672	www.compulink.gr	34	Από 6.500/μήνα
Hellas Net	Λ. Βάρης 40, Βούλα	8993.000	www.netor.gr	8	Από 5.500/μήνα
EEI	Πατρ. Κωστέμ 30-32, Κολωνάκι	7220.563	www.eei.gr	1	Από 5.000/μήνα
Groovy Net	Παναγή Τσακδάρη 24, Μετριοσία	6134.444	www.groovy.gr	1	Από 5.000/μήνα
Acropolis	Σαπρούς 17, Αθήνα	9572.720	www.acropolisnet.gr	1	Από 6.250/μήνα
Techlink	Ηλιουπόλεως 2-4, Υμηττός	9792.500	www.techlink.gr	1	Από 8.000/μήνα (με επιπλέον υπηρεσίες)
Spark Net	Αλ. Παπαναστασίου 5, Θεσσαλονίκη	(031) 868.080	www.spark.net.gr	5	Από 6.250/μήνα
Hyper Net	Ερμού 57, Θεσσαλονίκη	(031) 279.859	www.hyper.gr	1	Από 6.300/μήνα
Aias Net	Δουκίσσης Πλακετίας 25, Χαλάνδρι	6854.245	www.aiasnet.gr	1	Από 5.000/μήνα
Διάυλος	Εμμ. Σοφούλη, Σάμος	(0273) 28.521	www.diaulos.gr	3	Από 4.500/μήνα
InternetHellas	Αθανασίου 3, Αμπελόκηποι	6494.510	www.internet.gr	1	Από 5.900/μήνα
Kana-Tel	Αμαρουσίου - Χαλάνδριου 39, Μαρούσι	6806.006-6806.066	www.kapatel.gr	1	Από 5.900/μήνα
Alpha Net	Γρηγορίου Ε' 57, Θεσσαλονίκη	(031) 308.828	www.alphanet.gr	1	Από 6.000/μήνα
Netfiles	Ολύμπου 103, Θεσσαλονίκη	(031) 248.487	www.netfiles.gr	1	Από 5.000/μήνα
Τεχνικό Επιμελητήριο Ελλάδος (ΤΕΕ)	Σοφία 3, Αθήνα	3285.500	www.tee.gr	1	Από 10.000/μήνα (με επιπλέον υπηρεσίες)
Αριάδνη	Ερευνητικό Κέντρο Δημόκριτος, Αγία Παρασκευή	6513.392-6536.351	www.ariadne-t.gr	1	Από 11.800/μήνα
Δομή	Δωδεκανήσου 55, Παράδει	4229.959-4227.630	www.domi.gr	1	Από 5.500/μήνα
Πληροφορίες					
Hivay Network	Κανακάρη 73-75, Πάτρα	(061) 622.229	www.hivay.gr	1	Από 6.500/μήνα
Atlas Net	Λ. Δημοκρατίας, Μενίδι	2686.966-2688.661	www.atlasnet.gr	1	Από 4.000/μήνα

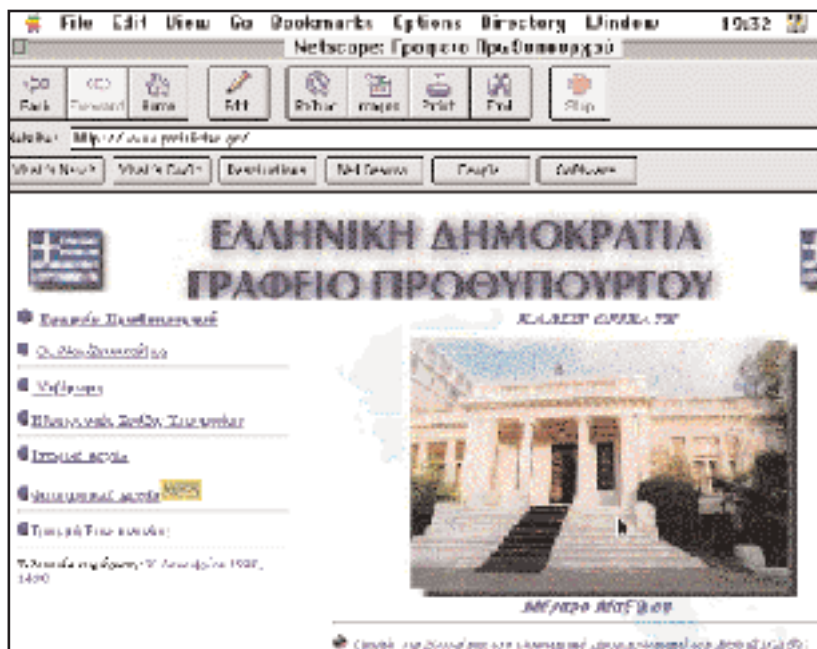
Το Internet στην ελληνική πολιτική σκηνή

ΣΤΙΣ τελευταίες βουλευτικές εκλογές, το 1995, υπήρξε μία καινοτομία όσον αφορά στη μετάδοση των αποτελεσμάτων. Εκτός από τα «παράδοσιακά» μέσα ενημέρωσης, τα αποτελέσματα ήταν διαθέσιμα και στο Internet, όπου η σχετική ιστοσελίδα δέχθηκε τόσες πολλές επισκέψεις, ώστε πολλοί Έλληνες πολιτικοί άρχισαν να αναρωτιούνται αν πρέπει να ασχοληθούν λίγο παραπάνω με το Διαδίκτυο.

Δύο χρόνια μετά, η παρουσία των Ελλήνων πολιτικών στο Διαδίκτυο κρίνεται μάλλον ικανοποιητική. Ακολουθώντας το παράδειγμα των ξένων συναδέλφων του, ο πρωθυπουργός Κώστας Σημίτης απέκτησε πριν από περίπου επτά μήνες τη δική του παρουσία στον κυβερνοχώρο. Η σχετική ιστοσελίδα (<http://www.primeminister.gr>) περιέχει πλούσιο ιστορικό και φωτογραφικό αρχείο και τις τελευταίες ομιλίες του Έλληνα πρωθυπουργού, ενώ είναι δυνατή και η αποστολή μηνυμάτων μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

Παρουσία στον κυβερνοχώρο διαθέτουν, επίσης, τα περισσότερα υπουργεία και μεγάλος αριθμός δημοσίων οργανισμών, ενώ και το Κοινοβούλιο έχει τη δική του ιστοσελίδα στην ηλεκτρονική διεύθυνση <http://artemis.pal.ariadne-t.gr>.

Τα πολιτικά κόμματα της χώρας μας δεν δείχνουν, πάντως, να εντυ-



Η ιστοσελίδα του πρωθυπουργικού γραφείου ασχολείται με την προβολή του κ. Σημίτη, αλλά παραπέμπει και σ' όσα υπουργεία έχουν τη δική τους σελίδα.

πωσιάζονται από τις δυνατότητες άμεσης επικοινωνίας με τους ψηφοφόρους που προσφέρει το Internet. Από το ΠΑΣΟΚ, μόνο η νομαρχιακή επιτροπή της Θεσσαλονίκης προχώρησε στη δημιουργία κόμβου (<http://www.pasok.gr>), όπου φιλοξενούνται οι ιστοσελίδες πολλών βουλευτών του κυβερνώντος

κόμματος, όπως οι Γιάννης Μαγκριώτης, Στέλιος Παπαθεμελής και Ακης Τσοχατζόπουλος.

Στη Ν.Δ., η παρουσία στον κυβερνοχώρο έχει αφεθεί στην οργάνωση της νεολαίας, την ΟΝΝΕΔ, η οποία διαθέτει δικό της κόμβο (<http://www.onned.gr>), ενώ παρέχει και δωρεάν πρόσβαση σε οιονδήπο-

τε ενδιαφερόμενο, ανεξαρτήτως κομματικής προέλευσης.

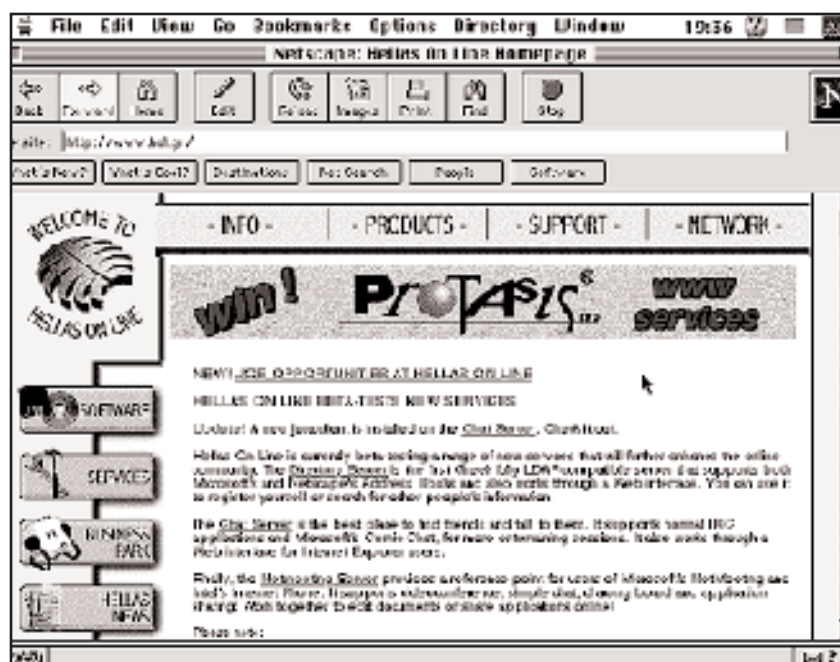
Τα δύο κόμματα της Αριστεράς, ΚΚΕ και ΣΥΝ, έχουν επίσης τις δικές τους ιστοσελίδες (<http://www.forthnet.gr/KKE> και <http://www.forthnet.gr/SYN> αντίστοιχα), ενώ οι υπεύθυνοι του ΔΗΚΚΙ και της Πολιτικής Ανοιξης δεν έχουν προχωρήσει ακόμα σε ανάλογες ενέργειες. Ακόμα μεγαλύτερος είναι, πάντως, ο αριθμός των Ελλήνων πολιτικών που είτε διαθέτουν τη δική τους ιστοσελίδα, όπως η Ντόρα Μπακογιάννη, είτε έχουν δηλώσει επανειλημμένως ότι είναι φανατικοί χρήστες, όπως ο Ανδρέας Ανδριανόπουλος, ο Στέφανος Μάνος και ο Γιώργος Παπανδρέου.

Γενικά, οι Έλληνες πολιτικοί δείχνουν επιφυλακτικοί απέναντι στο Internet, θεωρώντας αρκετά χαμηλό ακόμα τον αριθμό των χρηστών στη χώρα μας, ο οποίος υπολογίζεται ότι μόλις ξεπερνά τους 100.000. Παράλληλα, όμως, είναι φανερό ότι το Διαδίκτυο θα αποκτήσει σημαίνουσα θέση στην κοινωνία μας και γι' αυτό κανείς δεν θέλει να χάσει το τρένο των εξελίξεων. Ιδιαίτερα, όταν βρίσκονται εν εξελίξει συζητήσεις για το αν η διακυβέρνηση μιας χώρας μπορεί να βελτιωθεί με τη διενέργεια καθημερινών δημοψηφισμάτων μέσω του Internet.

Δημήτρης Μαλλιάς



Οι τέσσερις μεγαλύτεροι παροχείς υπηρεσιών Internet στη χώρα μας έχουν ο καθένας τη δική του φιλοσοφία και αισθητική (όπως μπορείτε να διαπιστώσετε και μόνοι σας) στη διαμόρφωση των ιστοσελίδων τους.



Συνέχεια από την 7η σελίδα

τητας των καλωδίων σύνδεσής τους με το εξωτερικό (το γνωστό bandwidth), ενώ παράλληλα, σημεία σημαντικής βελτίωσης σε σχέση με το παρελθόν παρουσιάζουν και οι υπόλοιπες υπηρεσίες προς τον χρήστη, όπως αυτή της τεχνικής υποστήριξης. Επίσης, παρατηρείται εξάπλωση του Διαδικτύου στην επαρχία, όπου υπάρχει μεγάλο ενδιαφέρον, καθώς το Internet δίδει πολλαπλές δυνατότητες επικοινωνίας με τον υπόλοιπο κόσμο.

Ιδιαίτερης προσοχής πρέπει να τύχει, ακόμα, η αύξηση -η οποία σε ορισμένες περιπτώσεις υπολογίζεται ότι ξεπερνά ακόμα και το 150%, σε ετήσια βάση- που παρουσιάζουν τον τελευταίο χρόνο και οι κόμβοι ελληνικών εταιριών και ιστοσελίδων με ελληνικό περιεχόμενο, δείγμα προφανώς του μεγάλου ενδιαφέροντος που υπάρχει στην Ελλάδα για το Internet.

Το προφίλ του Έλληνα χρήστη

Πόσοι και ποιοι είναι οι Έλληνες

χρήστες; Το ζήτημα απασχολεί ιδιαίτερα τις εταιρίες που ενδιαφέρονται να χρησιμοποιήσουν το Internet για την προβολή και την πώληση των προϊόντων τους. Το ηλεκτρονικό εμπόριο βρίσκεται προ των πυλών και τα πλεονεκτήματά του είναι τέτοια που δεν επιτρέπουν σε καμία εταιρία να αγνοήσει τις τεχνολογικές εξελίξεις. Σύμφωνα με αρκετά αξιόπιστους υπολογισμούς, οι «δικτυωμένοι» Έλληνες υπολογίζονται ότι μόλις που ξεπερνούν τους 100.000. Ο αριθμός μοιάζει μικρός, όμως θεωρείται σχεδόν βέβαιο ότι θα αυξηθεί σημαντικά στο άμεσο μέλλον.

Όσον αφορά στο προφίλ του Έλληνα χρήστη, τα συμπεράσματα από δύο έρευνες που διενεργήθηκαν στα μέσα του 1997 (από την Creative Marketing σε συνεργασία με την Amer Nielsen Research και την ηλεκτρονική έκδοση της εφημερίδας «Ελευθεροτυπία» με τη μέθοδο της απάντησης σε ερωτηματολόγιο που είχε «αναρτηθεί» στο Internet), καταρρίπτουν τον μύθο του νεαρού χρήστη που «δικτυώνεται» τις βραδινές και τις πρώτες πρωινές ώρες, ψάχνοντας

για ιστοσελίδες με πορνογραφικό περιεχόμενο. Σημειώνεται ότι στις δύο έρευνες, τα σχετικά ερωτηματολόγια συμπλήρωσαν 1.051 και 869 άτομα αντίστοιχα.

Και οι δύο έρευνες έδειξαν ότι η συντριπτική πλειονότητα των Ελλήνων χρηστών είναι άνδρες (με ποσοστά που ξεπερνούν το 90%), ηλικίας 21-34 ετών (ποσοστά άνω του 50%), ενώ οι κύριοι λόγοι που χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο είναι η ψυχαγωγία, η αναζήτηση πληροφοριών και η επικοινωνία με ανθρώπους απ' όλα τα μήκη και τα πλάτη της Γης.

Μεγάλο ενδιαφέρον συγκεντρώνει, επίσης, και το ζήτημα της ελληνικής γλώσσας. Πριν από περίπου τρία χρόνια, ελάχιστες ιστοσελίδες χρησιμοποιούσαν την ελληνική γλώσσα, ενώ ήταν αδύνατο να στείλεις μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου με ελληνικούς χαρακτήρες, με αποτέλεσμα οι ελληνόφωνοι χρήστες να επικοινωνούν μεταξύ τους γράφοντας τα ελληνικά με λατινικούς χαρακτήρες (τα γνωστά «greeklish»).

Η εξέλιξη της τεχνολογίας έλυσε και αυτά τα προβλήματα. Βέβαια, η

κυριαρχία της αγγλικής στο Internet δεν αμφισβητείται από κανέναν, όμως αυτό δεν σημαίνει ότι δεν είναι δυνατό να χρησιμοποιούνται και άλλες γλώσσες στην ηλεκτρονική επικοινωνία.

Το μέλλον της ελληνικής αγοράς

Με βάση τα παραπάνω στοιχεία, είναι προφανές ότι το μέλλον της ελληνικής αγοράς μπορεί να χαρακτηριστεί ευόμινο. Το 1998 θα είναι σίγουρα έτος ραγδαίων εξελίξεων, ιδιαίτερα καθώς δεν αποκλείεται η είσοδος σ' αυτήν μεγάλων τηλεπικοινωνιακών εταιριών από το εξωτερικό, όπως η Global One και η Sprint, οι οποίες έχουν ήδη ξεκινήσει τη συνεργασία τους με ελληνικές επιχειρήσεις. Πολλά θα εξαρτηθούν, πάντως, από την «ωρίμανση» της αγοράς, ώστε να υπάρξει συνεχής βελτίωση των προσφερομένων υπηρεσιών, αλλά και τη σωστή ενημέρωση της πλειοψηφίας του ελληνικού λαού, ο οποίος δεν έχει ακόμα κατανοήσει τα πλεονεκτήματα και τις αδυναμίες αυτού του νέου μέσου.

Το Internet στο Δημόσιο

Ο εκσυγχρονισμός του δημόσιου τομέα περνάει και από το Διαδίκτυο

Του Παναγιώτη Γεωργιάδη

Καθηγητή Πληροφορικής του Πανεπιστημίου Αθηνών, Γενικού Γραμματέα Πληροφορικών Συστημάτων του υπουργείου Οικονομικών

Η ΕΛΕΥΣΗ της Κοινωνίας της Πληροφορίας (Information Society) καταγράφεται πλέον, κατά κοινή ομολογία, ως μια σαφής σε παγκόσμιο επίπεδα τάση, η οποία οριοθετείται από τους άξονες της γενικευμένης εισαγωγής των Τεχνολογιών Πληροφορίας και Επικοινωνιών (Information and Communication Technologies) και της επακόλουθης συγκρότησης πληροφοριακών υποδομών εθνικής και, κατ' επέκταση παγκόσμιας εμβέλειας. Η ιστορική αυτή εξέλιξη θα προκαλέσει ισχυρές ανακατατάξεις σ' όλο το οικονομικό και παραγωγικό περιβάλλον, στον κοινωνικό στίβο, στο εκπαιδευτικό σύστημα και στην πολιτιστική συμπεριφορά. Όπως διαφαίνεται μάλιστα, οι σημαντικές αυτές μεταβολές έχουν μόλις αρχίσει να ανιχνεύονται, έτσι ώστε επί του παρόντος να μιλάμε για μια Κοινωνία της Πληροφορίας, της οποίας το περιεχόμενο είναι ακριβώς το ζητούμενο.

Προκειμένου να δρέψουμε στο μέλλον τα κοινωνικά και οικονομικά οφέλη της τεχνολογικής προόδου, η ζητούμενη αυτή Κοινωνία της Πληροφορίας πρέπει να δομηθεί επί της ισότητας ευκαιριών στην ένταξη και συμμετοχή όλων των πολιτών. Υπό αυτό το πρίσμα, το μεγάλο «στοίχημα» για τη χώρα μας αλλά και για την Ευρώπη είναι ακριβώς το πώς θα προσφέρουν εκπαίδευση και πρόσβαση στις νέες τεχνολογίες, σε όσο το δυνατόν μεγαλύτερο μέρος του κοινωνικού συνόλου. Στοίχημα που φαίνεται ίσως δύσκολο να κερδηθεί, ειδικά μάλιστα αν λάβει κανείς υπ' όψη το γεγονός ότι ομάδες πολιτών, όπως οι νοικοκυρές, οι άνεργοι και οι χειρώνακτες, που κινδυνεύουν σήμερα από φαινόμενα περιθωριοποίησης της συμμετοχής τους στο κοινωνικό γίγνεσθαι, είναι ακριβώς αυτές που γνωρίζουν τα λιγότερα για τις Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνιών και τις εφαρμογές τους.

Κρίσιμος παράγων για τη μετάβαση σε μια συμμετοχική Κοινωνία της Πληροφορίας, επομένως, είναι η εξοικείωση όλων των πολιτών με τις τεχνολογικές δυνατότητες και εφαρμογές, στόχος ο οποίος θέτει ως όρους εκ των ουκ άνευ, αφενός τη διαθεσιμότητα των τεχνολογιών σε προσιτές τιμές και αφετέρου τη δημόσια πρόσβαση σε υποδομές και υπηρεσίες. Υπό το πρίσμα αυτό, χρέος της Πολιτείας και, κατά συνέπεια, της Δημόσιας Διοίκησης, είναι να συνειδητοποιήσει



την κρισιμότητα του πληροφοριακού πόρου για τη συμμετοχικότητα, την παραγωγικότητα και τη δημιουργικότητα της κοινωνίας και να αντιμετωπίσει την «πληροφοριοδότηση» της χώρας ως μια νέα καθολική υπηρεσία, όπως η ύδρευση, η ηλεκτροδότηση ή το κοινωνικό και επικοινωνιακό δίκτυο. Μια τέτοια θεώρηση είναι αναγκαία, προκειμένου να αναπτυχθεί, τελικά, η Εθνική Πληροφοριακή Υποδομή (National Information Infrastructure) της Ελλάδας. Μια υποδομή, η οποία πρέπει να φιλοξενεί πληροφοριακό περιεχόμενο και υπηρεσίες υψηλής ποιότητας, ώστε να μπορεί να ανταποκριθεί κατά ουσιαστικό τρόπο στα αιτήματα της Αμεσης Πρόσβασης στη Διοίκηση (Administration On-Line) και της Παροχής Ολοκληρωμένων Υπηρεσιών (One-Stop Service) αλλά ταυτόχρονα, να συμβάλει και στον ισοσκελισμό του Εθνικού Πληροφοριακού Ισοζυγίου, καθιστώντας έτσι τη χώρα μας αυθυπόστατο πόλο στον ευρωπαϊκό και διεθνή στίβο.

Στο παραπάνω πλαίσιο, η Δημόσια Διοίκηση εμφανίζει ισχυρές και επείγουσες αναγκαιότητες εκσυγχρονισμού, τόσο των εσωτερικών λειτουργιών της όσο και των υπηρεσιών που παρέχει προς πολίτες και φορείς, με άξονες την απλούστευση και επιτάχυνση των εσωτερικών λειτουργιών ενημέρωσης και απόφασης, την αυτοματοποίηση των συναλλαγών και τη μείωση του λειτουργικού κόστους. Για να επιτευχθούν, όμως, οι στόχοι αυτοί, είναι απαραίτητο οι Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνιών να αντιμετωπιστούν από τη Δημόσια Διοίκηση όχι ως η πανάκεια κάθε κακοδαιμονίας, αλλά ως εργαλείο αναγκαίο και όχι αφ' εαυτού ικανό,

προκειμένου να τεθεί ο πολίτης στο επίκεντρο της εξυπηρέτησης. Ενας τέτοιος επαναπροσδιορισμός της στάσης μας απέναντι στις τεχνολογίες αυτές, μας οδηγεί αναπόφευκτα στην αντίληψη ότι είναι αναγκαίος ο αναπροσανατολισμός των πληροφοριακών συστημάτων της Δημόσιας Διοίκησης, τα οποία επί του παρόντος χαρακτηρίζονται στη δόμησή τους από μια «εσωστρεφή» λογική ενδοϋπηρεσιακής εξυπηρέτησης.

Τα πληροφοριακά συστήματα «νέας γενεάς», αντίθετα, πρέπει να εμφανίζουν «εξωστρέφεια» και «δι-επιχειρησιακότητα», κατά την έννοια ότι (α) εγκαθιδρύουν νέες «διόδους πρόσβασης» των πολιτών στις δημόσιες πληροφοριακές υποδομές και (β) παρέχουν υπηρεσίες διασύνδεσης και σχήματα συνεργασίας κοινωνικών ή/και οικονομικών εταίρων, οι οποίοι υλοποιούν ολοκληρωμένους κύκλους συναλλαγών με το Δημόσιο.

Εξυπηρέτηση των πολιτών: η περίπτωση του υπ. Οικονομικών

Το υπουργείο Οικονομικών προσφέρει υπηρεσίες, οι οποίες αφορούν το σύνολο του οικονομικώς ενεργού πληθυσμού της χώρας. Η κρισιμότητα αυτής της αποστολής έχει καταστήσει το Κέντρο Πληροφορικής του υπουργείου Οικονομικών ένα από τα πλέον σύνθετα λειτουργικά και τεχνικά περιβάλλοντα της Δημόσιας Διοίκησης, κατά την έννοια της πολυπλοκότητας των διαδικασιών, της σπουδαιότητας των μη λειτουργικών απαιτήσεων (ασφάλεια και επιδόσεις πληροφοριακών συστημάτων), της δυναμικότητας των βάσεων πλη-

ροφοριών, αλλά και του εγκατεστημένου και αναπτυσσόμενου χαρτοφυλακίου εφαρμογών (application portfolio). Η θεσμική υπόσταση του υπουργείου Οικονομικών, από την άλλη πλευρά, το καθιστά αναγκαίο πόλο κάθε σχήματος συναλλαγών μέσα στο σύγχρονο πλέγμα οικονομικών σχέσεων. Οι παραπάνω διαστάσεις καλλιεργούν ιδιαίτερα πρόσφορο έδαφος για τη συστηματική εισαγωγή Τεχνολογιών Πληροφορίας και Επικοινωνιών στο υπουργείο Οικονομικών, στόχευση που αποτελεί, από τον Απρίλιο 1997 οπότε και ιδρύθηκε, κεντρική ευθύνη της Γενικής Γραμματείας Πληροφορικών Συστημάτων του υπουργείου (<http://www.di.uoa.gr/GSIS>).

Τα Ολοκληρωμένα Πληροφοριακά Συστήματα Φορολογίας (TAXIS) Τελωνείων και Θησαυροφυλακίου-Προϋπολογισμού που αναπτύσσονται από το υπουργείο Οικονομικών, με τη χρηματοδότηση του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Κλεισθής» θα αποτελέσουν τις κρίσιμες υποδομές για την εξυπηρέτηση των πολιτών και των επιχειρήσεων και προς την κατεύθυνση αυτή, είναι απολύτως αναγκαίο να εμπλουτιστούν με χαρακτηριστικά «εξωστρέφειας» ολοκληρωόμενα με Τεχνολογίες Δικτύων και Ηλεκτρονικής Ανταλλαγής Εγγράφων. Τα τεχνολογικά αυτά μέσα βρίσκουν, στην περίπτωση του υπουργείου Οικονομικών, πλήθος εφαρμογών σε κρίσιμες περιοχές ηλεκτρονικής εξυπηρέτησης. Όσα αναφέρονται στη συνέχεια, αποτελούν συνοπτική παρουσίαση των εφαρμογών τις οποίες η Γενική Γραμματεία Πληροφορικών Συστημάτων προωθεί, μέσα από προτάσεις έργων και πρωτοβουλίες πιλοτικών εγχειρημάτων.

Υποβολή φορολογικών δηλώσεων – καταβολή φόρου

Οι φορολογικές δηλώσεις, που υποβάλλονται στις κατά τόπους Δημόσιες Οικονομικές Υπηρεσίες, μπορούν εναλλακτικά να υποβάλλονται κατά ηλεκτρονικό τρόπο στο υπουργείο Οικονομικών, αξιοποιώντας είτε δικτυακές υποδομές δημόσιας χρήσης, όπως το Internet, είτε δικτυακές υπηρεσίες περισσότερο «ελεγχόμενης» πρόσβασης, όπως τα Δίκτυα Προστιθέμενης Αξίας (Value - Added Networks). Ενδεικτικές περιπτώσεις δηλώσεων που μπορούν να υποβληθούν μέσω δικτύου και αφορούν μεγάλες ομάδες φορολογουμένων, είναι οι ετήσιες δηλώσεις

Συνέχεια στην 10η σελίδα

Συνέχεια από την 9η σελίδα

Φόρου Εισοδήματος, αλλά και οι περιοδικές δηλώσεις Φόρου Προστιθέμενης Αξίας (ΦΠΑ) και Φόρου Μισθωτών Υπηρεσιών (ΦΜΥ). Στις δυο τελευταίες περιπτώσεις, μάλιστα, όπου η υποβολή των δηλώσεων εμπεριέχει και την άμεση καταβολή του αντίστοιχου φόρου, αυτή μπορεί επίσης να πραγματοποιηθεί κατά ηλεκτρονικό τρόπο, μέσω υπηρεσιών Ηλεκτρονικής Μεταφοράς Κεφαλαίων (Electronic Funds Transfer) τις οποίες προσφέρει το Τραπεζικό Σύστημα. Η Γενική Γραμματεία Πληροφορικών Συστημάτων ήδη προωθεί έργο - πιλότο για την ηλεκτρονική υποβολή δηλώσεων ΦΠΑ σε ΔΟΥ της Αττικής, το οποίο αναμένεται να λειτουργήσει παραγωγικά εντός του 1998.

Στην προετοιμασία του έργου αυτού, η Γενική Γραμματεία συνεργάζεται με το σύνολο των ενδιαφερόμενων φορέων (ενώσεις Φοροτεχνικών & Λογιστών, φορείς του Τραπεζικού Συστήματος, παροχείς δικτυακών υποδομών και μηχανισμών ασφαλούς διακίνησης των δεδομένων, ακαδημαϊκά ιδρύματα, εταιρείες Πληροφορικής, κ.ά.), προκειμένου να οικοδομηθεί εκ των προτέρων η συναίνεση που θα εξασφαλίσει την επιτυχή ολοκλήρωση και αποδοχή του νέρου σχήματος εξυπηρέτησης.

Εκδοση πιστοποιητικών

Η έκδοση των οικονομικής φύσεως πιστοποιητικών, που οι πολίτες και οι επιχειρήσεις ζητούν από τις Οικονομικές Υπηρεσίες, μπορεί να επιταχυνθεί με την ηλεκτρονική αποδοχή και εξυπηρέτηση των αιτημάτων αυτών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η αίτηση για έκδοση φορολογικής ενημερότητας, η οποία μπορεί να υποβληθεί σε

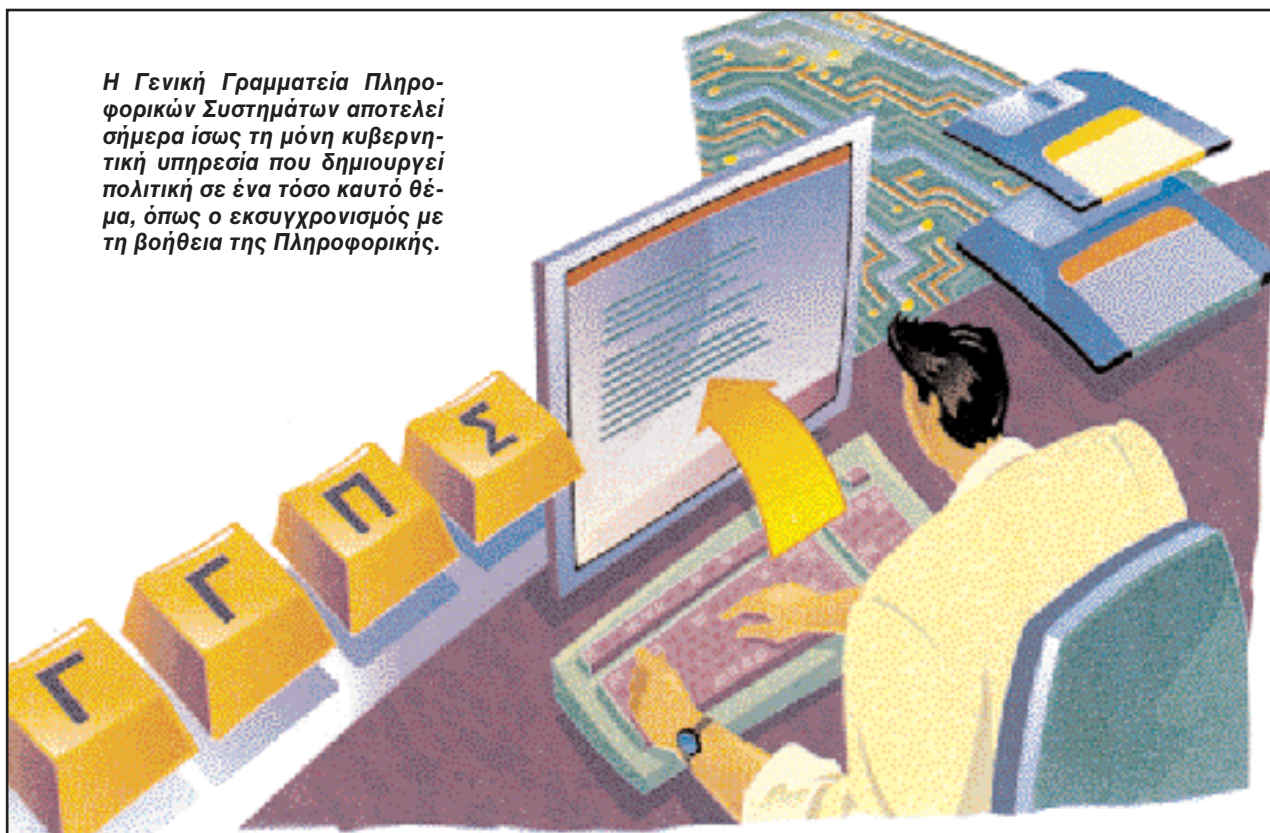
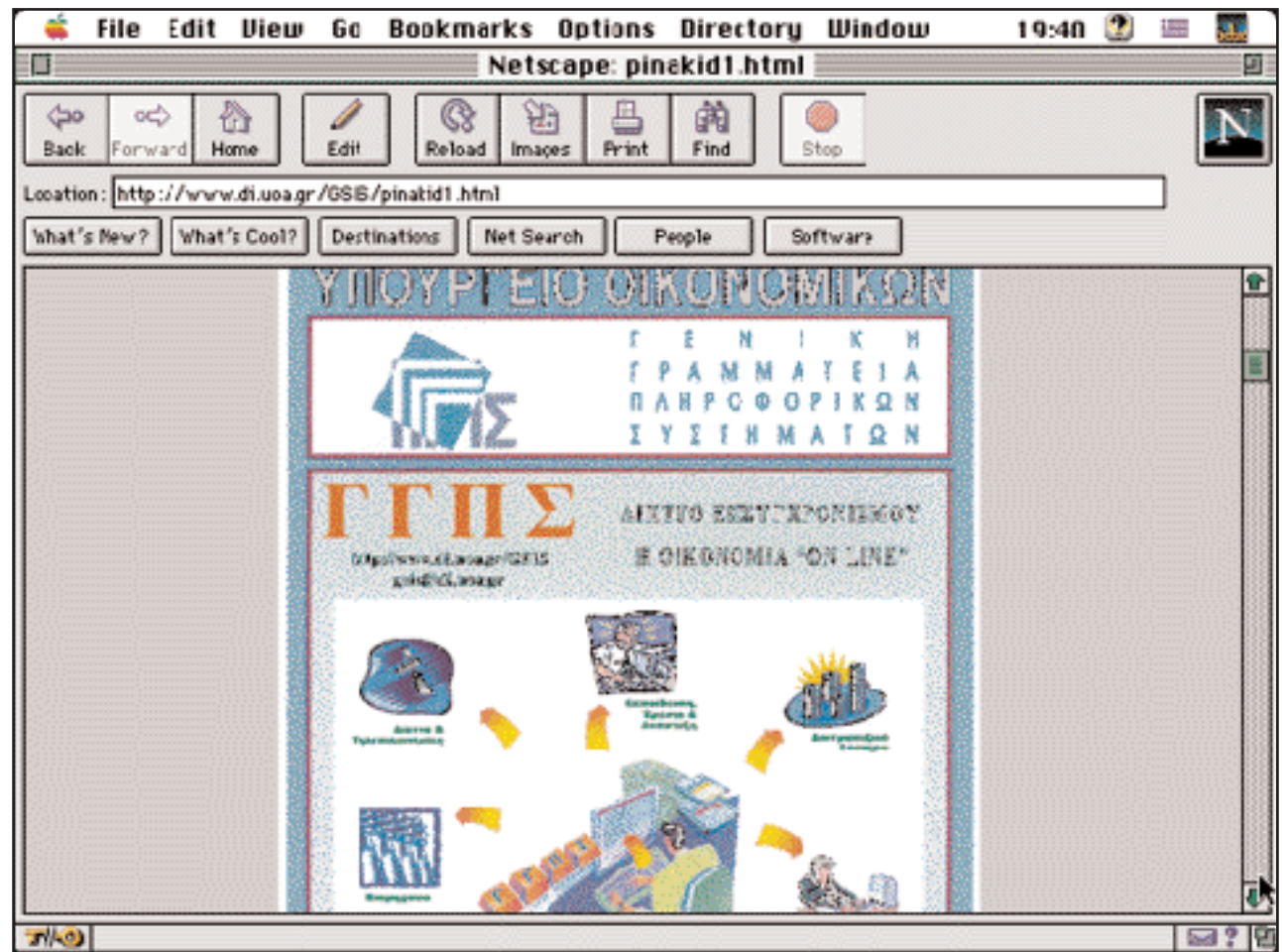
σημεία εξυπηρέτησης του υπουργείου Οικονομικών που βρίσκονται είτε στις Οικονομικές Υπηρεσίες είτε στον κυβερνοχώρο. Η Γενική Γραμματεία Πληροφορικών Συστημάτων διερευνά πιλοτικό σύστημα έκδοσης φορολογικών ενημεροτήτων, μέσω σημείων εξυπηρέτησης όμοιων με τα τραπεζικά ATMs, τα οποία θα βρίσκονται στους χώρους των ΔΟΥ και θα ενεργοποιούνται με τη χρήση μιας «φορολογικής κάρτας», που θα πιστοποιεί τον Αριθμό Φορολογικού Μητρώου του κατόχου. Εναλλακτικά, η αίτηση για έκδοση φορολογικής ενη-

μερότητας μπορεί να υποβάλλεται και σε σελίδες του υπουργείου Οικονομικών στο Internet, εφόσον όμως εξασφαλιστεί η δυνατότητα ηλεκτρονικής ταυτοποίησης του αιτούντος. Αξίζει να επισημανθεί, μάλιστα, ότι η ηλεκτρονική διασύνδεση των Δημοσίων Υπηρεσιών θα επέτρεπε την απευθείας αίτηση για έκδοση και αποστολή φορολογικών ενημεροτήτων από το υπουργείο Οικονομικών προς τις Υπηρεσίες που τις ζητούν, χωρίς τη μεσολάβηση των ενδιαφερόμενων πολιτών.

Οι πληροφορίες, που σε πολλές

περιπτώσεις χρειάζονται οι πολίτες και επιχειρήσεις από τις Οικονομικές Υπηρεσίες, μπορούν να ζητηθούν και να παρασχεθούν κατά ηλεκτρονικό τρόπο. Μια απλή αλλά και χρήσιμη περίπτωση ηλεκτρονικής εξυπηρέτησης των πολιτών είναι η ηλεκτρονική πληροφόρηση για την εκκαθάριση των φορολογικών δηλώσεων. Η Γενική Γραμματεία Πληροφορικών Συστημάτων έχει καταθέσει προς αξιολόγηση πρόταση πιλοτικού έργου για την παροχή, μεταξύ άλλων, και της υπηρεσίας αυτής από ειδικά σημεία εξυπηρέτησης στις ΔΟΥ με χρήση φορολογικών καρτών, ταυτόχρονα όμως διερευνά και την παροχή της συγκεκριμένης υπηρεσίας μέσω Internet, εφόσον ικανοποιούνται οι τεχνικές και διαδικαστικές προϋποθέσεις για τη διασφάλιση των παρεχόμενων στοιχείων.

Εκτός από την πληροφόρηση προσωπικού χαρακτήρα, η δικτυακή υποδομή του Internet μπορεί να αξιοποιηθεί και για την παροχή γενικών πληροφοριών, που διευκολύνουν τους πολίτες στις συναλλαγές τους με το υπουργείο Οικονομικών. Τέτοιες πληροφορίες, επί παραδείγματι, είναι το ημερολόγιο φορολογικών υποχρεώσεων κάθε κατηγορίας φορολογουμένων για το τρέχον έτος, οδηγίες, νομοθεσία και ερμηνευτικές εγκύκλιοι για τη συμπλήρωση των φορολογικών δηλώσεων, πίνακες αξιών για τον υπολογισμό τεκμηρίων, ηλεκτρονικός οδηγός του υπουργείου Οικονομικών, κατάλογος συνηθισμένων ερωτήσεων και πολλές άλλες. Εκτός από αυτές τις εφαρμογές πληροφόρησης, όμως, οι σύγχρονες δικτυακές υποδομές μπορούν



Η Γενική Γραμματεία Πληροφορικών Συστημάτων αποτελεί σήμερα ίσως τη μόνη κυβερνητική υπηρεσία που δημιουργεί πολιτική σε ένα τόσο καυτό θέμα, όπως ο εκσυγχρονισμός με τη βοήθεια της Πληροφορικής.

να φιλοξενήσουν και εφαρμογές αμφίδρομης ηλεκτρονικής επικοινωνίας μεταξύ πολιτών και υπουργείου Οικονομικών. Χαρακτηριστικά, μπορούν να αναφερθούν οι ηλεκτρονικές θυρίδες ερωτήσεων, αιτημάτων και παραπόνων, ο ηλεκτρονικός ορισμός ραντεβού στις κατά τόπους ΔΟΥ ώστε να ελαχιστοποιείται ο χρόνος αναμονής, η ηλεκτρονική αποστολή ειδοποιητηρίων του υπουργείου Οικονομικών προς τους φορολογούμενους, καθώς ακόμη και ηλεκτρονικές δημοσκοπήσεις, προκειμένου οι συναλλασσόμενοι με το υπουργείο να αξιολογήσουν οι ίδιοι τις παρεχόμενες υπηρεσίες. Η Γενική Γραμματεία Πληροφορικών Συστημάτων κινείται προς την κατεύθυνση της αξιοποίησης του Internet για τις εφαρμογές αυτές οι οποίες, ενώ από τεχνική άποψη δεν είναι ιδιαίτερα απαιτητικές, εμφανίζουν ιδιαίτερα αυξημένη χρησιμότητα για τους φορολογούμενους.

Προστασία των προσωπικών οικονομικών δεδομένων

Η αξιοποίηση των δικτυακών υποδομών και ιδιαίτερα του Internet, που αποτελεί την κατ' εξοχήν υποδομή δημόσιας χρήσης, για την υποβολή φορολογικών δηλώσεων, την καταβολή φόρου, την έκδοση φορολογικών πιστοποιητικών και την προσωπική πληροφόρηση των φορολογουμένων απαιτεί, εκ μέρους του υπουργείου Οικονομικών, ιδιαίτερη προσοχή προκειμένου να προστατευθεί το έννομο συμφέρον των Ελλήνων πολιτών για την προστασία των οικονομικών τους στοιχείων.

Τα στοιχεία αυτά, όπως άλλωστε προβλέπει και ο πρόσφατα ψηφισθείς Νόμος 2472/97 περί «Προστασίας του Πολίτη από την Επεξεργασία Προσωπικών Δεδομένων», εμφανίζουν σαφώς προσωπικό χαρακτήρα και -ως εκ τούτου- πρέπει να τύχουν διασφάλισης σε όλα τα στάδια επεξεργασίας και διακίνησής τους, είτε αυτή πραγματοποιείται κατά έντυπο είτε κατά ηλεκτρονικό τρόπο.

Η Γενική Γραμματεία Πληροφορικών Συστημάτων έχει ήδη προωθήσει μελέτη για τη διασφάλιση των Ολοκληρωμένων Πληροφοριακών Συστημάτων του υπουργείου Οικονομικών, ενώ ταυτόχρονα βρίσκεται σε επαφή με την Ανεξάρτητη Αρχή για την Προστασία από την Επεξεργασία Προσωπικών Δεδομένων, ώστε να τηρηθούν όλες οι προϋποθέσεις για την προστασία των προσωπικών οικονομικών στοιχείων, όπως επιτάσσει η νομοθεσία.

Νέες αρχές οργάνωσης

Σταθερός προσανατολισμός της Γενικής Γραμματείας Πληροφορικών Συστημάτων του υπουργείου Οικονομικών είναι η ανάπτυξη νέων υποδομών και υπηρεσιών, όπως



οι προαναφερθείσες, προκειμένου να διευκολυνθούν οι πολίτες και οι επιχειρήσεις όχι μόνο στη διεκπεραίωση των φορολογικών τους υποθέσεων, αλλά και στην ίδια την άσκηση των οικονομικών και παραγωγικών δραστηριοτήτων τους. Ο γενικός αυτός στόχος, βέβαια, δεν μπορεί να υλοποιηθεί αποκλειστικά και μόνο από τη διαθεσιμότητα των τεχνολογικών υποδομών. Η ανάπτυξη των τελευταίων πρέπει πάντοτε να συνοδεύεται από την προετοιμασία του περιβάλλοντος υποδοχής και η προετοιμασία αυτή εμπεριέχει οπωσδήποτε την αντιμετώπιση ενός συνόλου οργανωσιακών και θεσμικών αναπροσαρμογών. Προς αυτή την κατεύθυνση δεν πρέπει να παραγνωρίζεται η ιδιαίτερη βαρύτητα που έχει η σταθερή συνεργασία με τους ενδιαμέσους φορείς, αλλά και τους τελι-

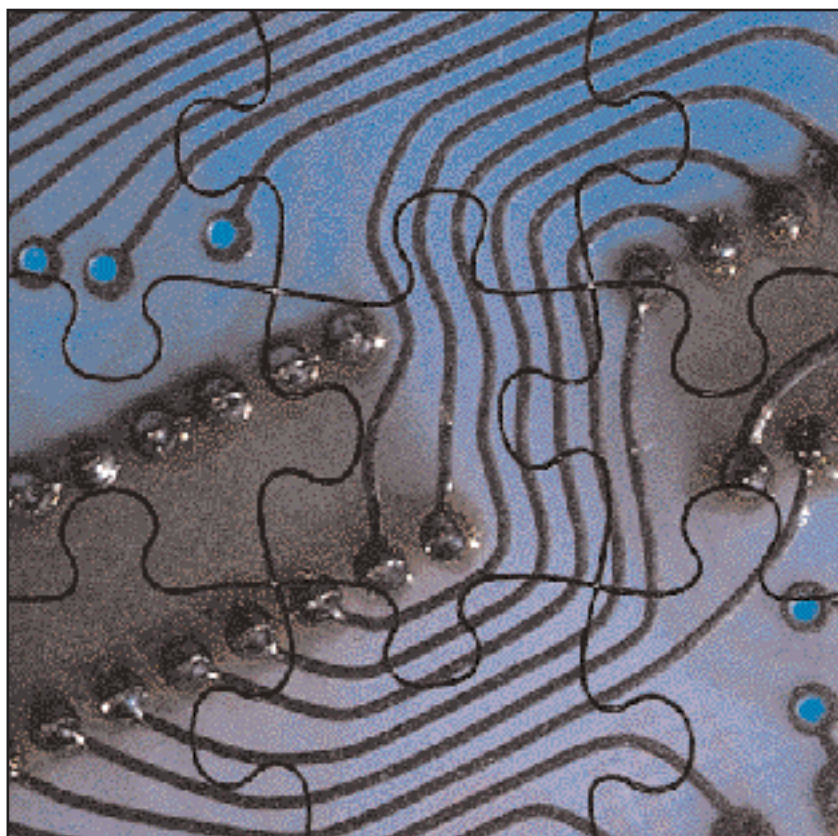
κούς αποδέκτες της ηλεκτρονικής εξυπηρέτησης, οι οποίοι είναι και οι πλέον κατάλληλοι να υποδεχθούν, να αξιολογήσουν και να διαχύσουν τα αποτελέσματα αυτής.

Όπως έχει δείξει η συσσωρευμένη εμπειρία από την προσπάθεια εισαγωγής Τεχνολογιών Πληροφορίας και Επικοινωνιών στη Δημόσια Διοίκηση, το ουσιαστικό πρόσκομμα για να πραγματοποιηθεί ένα ορατό ποιοτικό άλμα στην εξυπηρέτηση των πολιτών, δεν είναι η έλλειψη τεχνολογικής υποδομής. Ουσιαστικό πρόσκομμα, πολλές φορές αποτελούν οι ίδιες οι διαδικασίες της Δημόσιας Διοίκησης και οι εγκαθιδρυμένες αντιλήψεις και νοοτροπίες. Οι παράγοντες αυτοί έχουν, κατά κανόνα, οδηγήσει αφενός μεν στην ανάπτυξη οργανωτικών συστημάτων με αυξημένη «εντροπία» και κατά συ-

νέπεια υψηλό λειτουργικό κόστος, ανεξάρτητα από το τεχνολογικό υπόστρωμα, αφετέρου δε στην εμφάνιση ισχυρών αντιστάσεων απέναντι σε παρωθήσεις εκσυγχρονισμού.

Η έλευση του Internet, αλλά και το γεγονός ότι τα δίκτυα εν γένει έχουν εκ των πραγμάτων πλέον προσλάβει τον χαρακτήρα μιας «υποδομής των υποδομών», μας οδηγούν πολλές φορές στην αίσθηση ότι η αποκέντρωση των λειτουργιών και των αποφάσεων θα διαμορφώσει τους βαθμούς ελευθερίας και αποτελεσματικότητας που είναι απαραίτητοι για την εξυπηρέτηση των πολιτών από τη Δημόσια Διοίκηση. Ισως πιο κοντά στην αλήθεια να βρίσκεται η άποψη ότι τα πληροφοριακά κέντρα της χώρας πρέπει να διασυνδεθούν με μια λεγογισμένη κατανομή ρόλων και ευθυνών, η οποία να προάγει μεν τη διασύνδεση προς όφελος της εξυπηρέτησης, ταυτόχρονα όμως να διασφαλίζει και τα κρίσιμα μεγέθη που μπορούν να προσδώσουν στις πληροφοριακές υποδομές περιφερειακή και εθνική διάσταση.

Ο στρατηγικός σχεδιασμός πρέπει να εκτιμήσει την αναγκαιότητα δομών, οι οποίες θα χαράξουν κατά συστηματικό τρόπο στόχους και προτεραιότητες, θα καθιερώσουν κανόνες και πρότυπα λειτουργίας, ταυτόχρονα όμως θα μετρήσουν τα αποτελέσματα της προσπάθειας και θα αναδείξουν το ανθρώπινο δυναμικό ως τον κρίσιμο παράγοντα για το σχεδιασμό, την υλοποίηση και την παραγωγική λειτουργία των νέων υπηρεσιών. Αλλωστε, μόνο η ένταξη των πολιτών ως ολοκληρωμένων προσωπικοτήτων στο επίκεντρο της εξυπηρέτησης, μπορεί να μας επιτρέψει την ελπίδα ότι ο ιστός του Internet θα γίνει το υφάδι για έναν κόσμο που έχουμε υποχρέωση να τον κεντήσουμε με κλασική παιδεία και τεχνολογική κουλτούρα.



Επανάσταση στο εμπόριο

Οι συναλλαγές μέσω του Internet αλλάζουν άρδην τους κανόνες του παιχνιδιού

Του Γεωργίου Ι. Δουκίδη

Καθηγητή στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Η ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ διεξαγωγής πραγματικών αγορών από το σπίτι ξεκίνησε με τη χρήση της τηλεόρασης και του τηλεφώνου (τηλε-μάρκετινγκ, tele-shopping), αλλά σήμερα η δυνατότητα αυτή έχει επεκταθεί και γίνεται μέσω Η/Υ και Internet. Το Internet με τη δικτυακή του υποδομή βοήθησε στην παγκοσμιοποίηση της αγοράς και στην ανάπτυξη ηλεκτρονικών αγορών, ιδεατών ηλεκτρονικών καταστημάτων και εμπορικών κέντρων (Virtual Malls). Πολυκαταστήματα κάθε μορφής ξεφυτρώνουν καθημερινά μέσα από το Δίκτυο και παρέχουν τη δυνατότητα στον τελικό καταναλωτή να διεξάγει με ένα απλό και φιλικό τρόπο τις αγορές του, ενώ παράλληλα παρέχουν στις επιχειρήσεις ένα καινούργιο μέσο για τη βελτιστοποίηση του τρόπου λειτουργίας και την αύξηση της φήμης και πελατείας τους.

Ηδη η διεξαγωγή του λιανεμπορίου μέσω Internet είναι μια πραγματικότητα:

- στην Ολλανδία για παράδειγμα το 33% των χρηστών του Internet το χρησιμοποιούν για να κάνουν τις αγορές τους on-line, ενώ στις ΗΠΑ το αντίστοιχο ποσοστό είναι 22%.

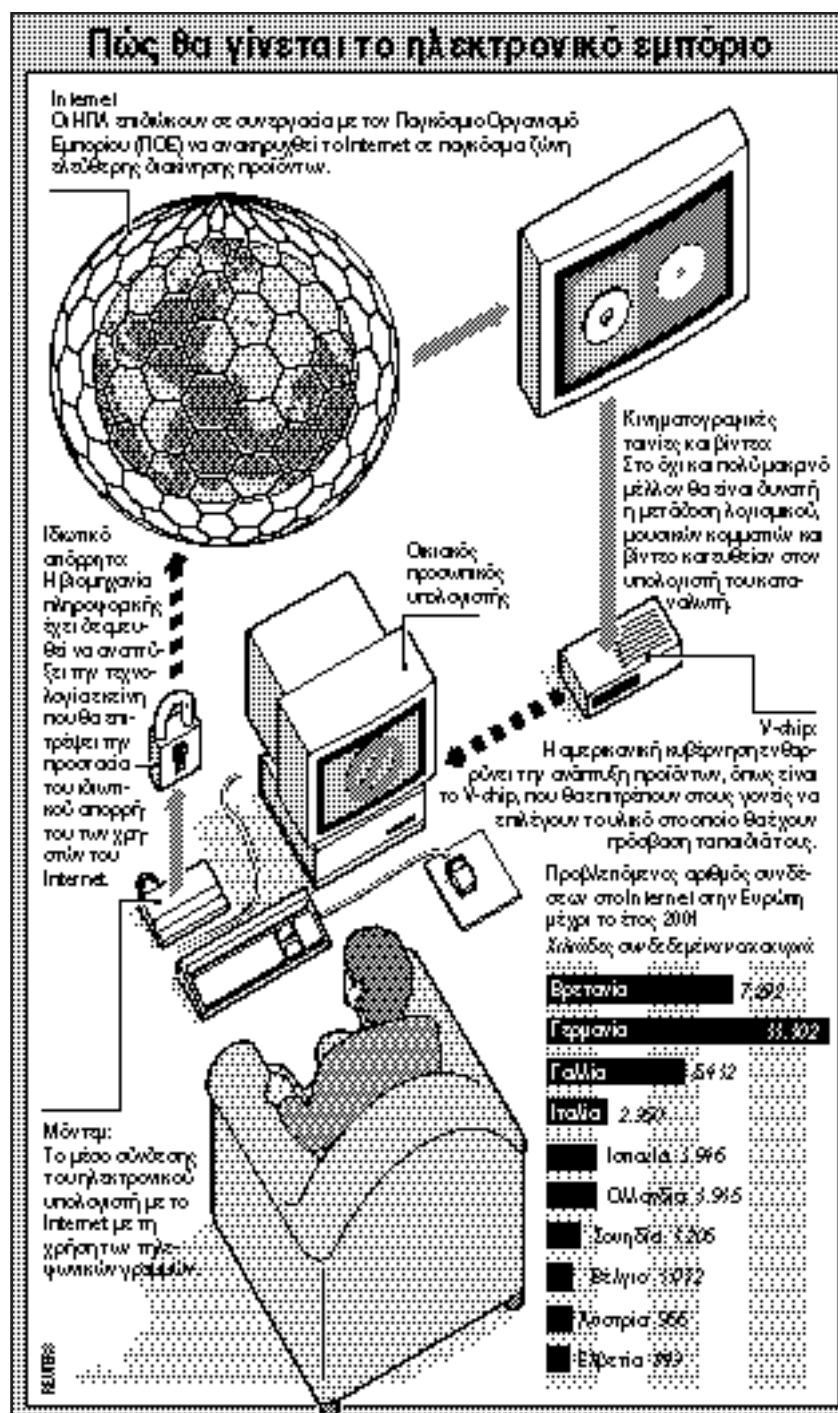
- επίσης, μέχρι το 2000 στις ΗΠΑ έχει υπολογισθεί ότι 50 εκατ. αγοραστές θα αγοράσουν επίσης απευθείας μέσω Internet ξεδεδύοντας 350\$ το χρόνο ο καθένας.

Η ανάπτυξη, όμως, των ηλεκτρονικών καταστημάτων δεν έγινε από τη μια μέρα στην άλλη, αλλά ακολούθησε μια σταδιακή πορεία μέσα από την οποία διαμορφώθηκαν τρεις γενιές ηλεκτρονικών καταστημάτων.

Η πρώτη γενιά ηλεκτρονικών καταστημάτων έκανε την εμφάνισή της σχεδόν με την ανάπτυξη του Παγκόσμιου Ιστού (World Wide Web). Διαπιστώνοντας οι επιχειρήσεις τις δυνατότητες που τους προσέφερε το Internet, προχώρησαν στη δημιουργία ηλεκτρονικών σελίδων, επιδιώκοντας αρχικά μία απλή παρουσία στον καινούργιο αυτό χώρο, προκειμένου να αυξήσουν τη φήμη και την πελατεία τους. Αργότερα, άρχισαν να επενδύουν αρκετά χρήματα στο ηλεκτρονικό εμπόριο και έκαναν στρατηγικές κινήσεις, χρησιμοποιώντας το Internet ως μέσο διαφήμισης και προσέλκυσης καινούργιων πελατών. Ετσι, βελτίωσαν τον τρόπο εμφάνισής τους δημιουργώντας πιο φιλικές και προσίτες ιστοσελίδες.

Εκπλήρωση παραγγελίας

Οι δυνατότητες παρουσίας, προβολής και διαφήμισης που προσέφε-



ραν τα ηλεκτρονικά καταστήματα της πρώτης γενιάς δεν ήταν αρκετές για τη θεαματική αύξηση των πωλήσεων μιας επιχείρησης. Επειτα από σχετικές έρευνες, μελέτες και αναλύσεις της συμπεριφοράς των καταναλωτών που έγιναν, διαπιστώθηκε ότι:

- Το Internet παρέχει μια μοναδική ευκαιρία διεξαγωγής του μάρκετινγκ. Μέσω του διαδικτύου, υπάρχει η δυνατότητα προσέγγισης μεγάλου αριθμού καταναλωτών. Βεβαίως, μέσα από το Internet παρέχεται η δυνατότητα το μάρκετινγκ να απευθύνεται ξεχωριστά στον κάθε καταναλωτή, γιατί αυτός ο ένας καταναλωτής βρίσκεται κάθε φορά μπροστά από την οθόνη του υπολογιστή.

- Οι πωλήσεις προϊόντων μπορούν να αυξηθούν σε μεγάλο βαθμό, εάν

παρέχεται δυνατότητα παραγγελίας μέσω Internet.

- Δεδομένου ότι μπορεί να γίνει παραγγελία προϊόντων μέσω Internet, τότε αυτόματα μεγαλώνει και η αγορά της κάθε επιχείρησης, λόγω του ότι δέχεται και παραγγελίες από περιοχές στις οποίες δεν υπήρχε φυσική παρουσία του καταστήματος προηγουμένως ή δεν υπήρχε αγοραστικό κοινό στις περιοχές αυτές.

Βάσει των παραπάνω συμπερασμάτων, διαμορφώθηκε μία καινούργια γενιά ηλεκτρονικών καταστημάτων, η οποία επέτρεπε στους καταναλωτές να παραγγέλλουν ηλεκτρονικά τα προϊόντα της προτίμησής τους. Τα καταστήματα αυτά λειτουργούσαν παρασκηνακά, με την εξής έννοια:

- Οι καταναλωτές, κατά την «πλοήγησή» τους στο κατάστημα, επέλεγαν τα προϊόντα της αρεσκείας τους, τα τοποθετούσαν σε εικονικά καλάθια πολυκαταστημάτων και κατόπιν έφεραν τα προϊόντα από το κατάστημα προέβαιναν στην παραγγελία των προϊόντων.

- Οι παραγγελίες αυτές αποστέλλονταν σε κάποιο γραμματοκιβώτιο του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

- Ο διαχειριστής του συστήματος λάμβανε τις παραγγελίες, τις εκτύπωνε και τις προωθούσε για διεκπεραίωση.

Μέσα από αυτή τη γενιά των ηλεκτρονικών καταστημάτων αναδείχθηκαν διάφορες τάσεις, όσον αφορά στα καταστήματα:

- Η πρώτη τάση αφορούσε στην προσθήκη μιας επιπλέον υπηρεσίας (υπηρεσία ηλεκτρονικού καταστήματος), στις υπάρχουσες υπηρεσίες των καταστημάτων.

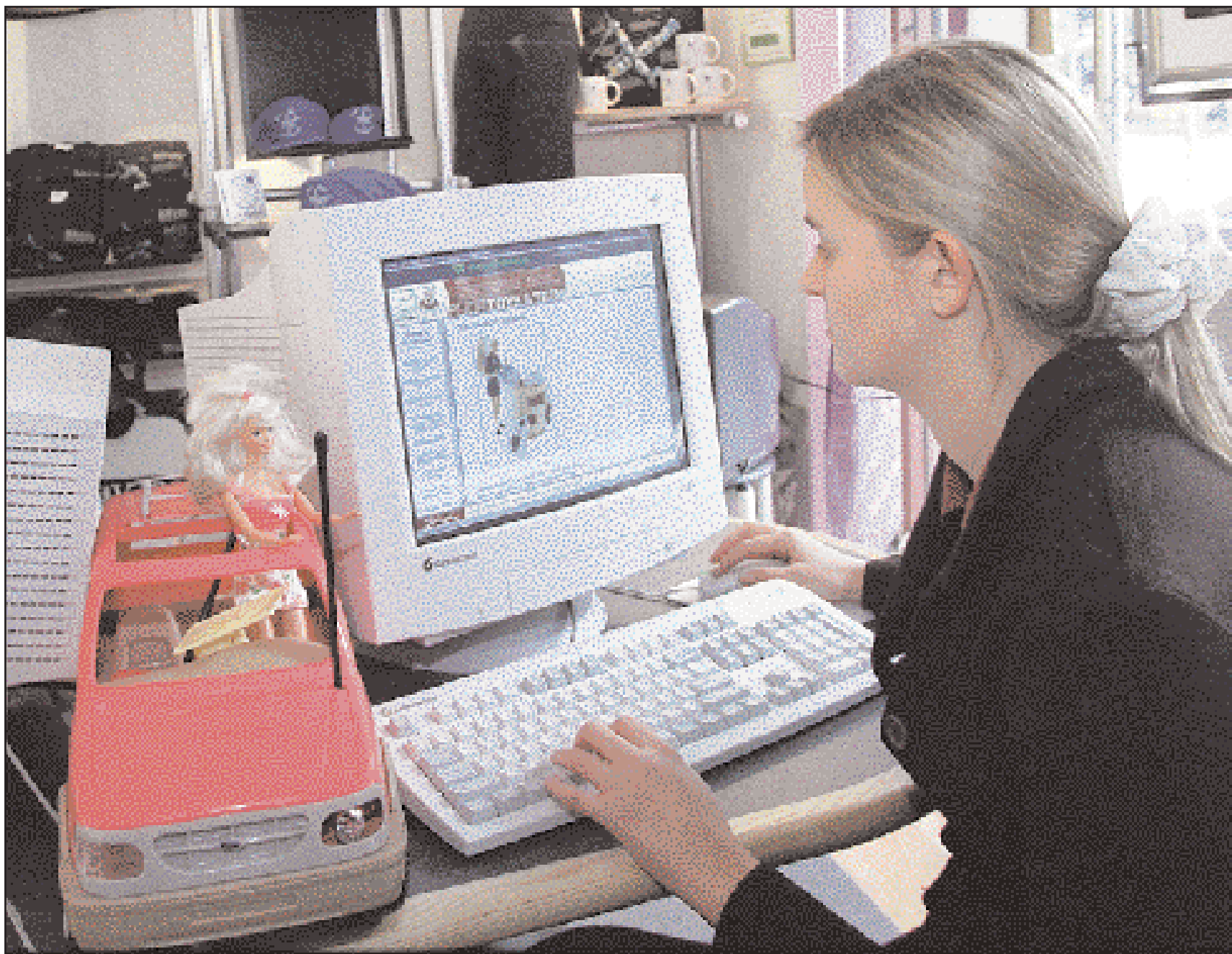
- Η δεύτερη τάση αφορούσε στη δημιουργία μη φυσικών καταστημάτων. Τα καταστήματα δεν υπήρχαν σε κάποιο φυσικό χώρο με τη μορφή που έχουν σήμερα, με την έννοια ότι δεν υπήρχε κάποιος κατάλληλος διαμορφωμένος χώρος, με βιτρίνα, ταμεία, προσωπικό κ.λπ. Τη θέση των καταστημάτων πήραν τα ηλεκτρονικά καταστήματα. Το εμπόρευμα των καταστημάτων βρίσκεται σε κάποια αποθήκη, από την οποία διεκπεραιώνονται όλες οι παραγγελίες των πελατών μέσω Internet.

- Η τρίτη τάση σχετίζεται με τη δημιουργία ιδεατών πολυκαταστημάτων και εμπορικών κέντρων. Αρκετές, δηλαδή, μικρομεσαίες επιχειρήσεις, επιδιώκοντας να αντιμετωπίσουν την ανταγωνιστικότητα των μεγάλων πολυκαταστημάτων, συνενώθηκαν ηλεκτρονικά δημιουργώντας ιδεατά εμπορικά κέντρα.

Η γενιά της ολοκλήρωσης

Η τρίτη γενιά καταστημάτων εμφανίζεται τα τελευταία χρόνια και εστιάζει στο θέμα της ολοκλήρωσης των ηλεκτρονικών καταστημάτων με το υπάρχον πληροφοριακό σύστημα των επιχειρήσεων. Εταιρίες που διέθεταν ηλεκτρονικά καταστήματα, βασισμένα στους υπολογιστές, προσπαθούσαν να βρουν έναν τρόπο ολοκλήρωσης των δύο συστημάτων που είχαν.

Από τη μια πλευρά είχαν ένα ηλεκτρονικό κατάστημα, μέσω του οποίου ελάμβαναν κάποιες παραγγελίες. Από την άλλη, ήθελαν να βρουν ένα σχήμα μέσα από το οποίο να καταχωρούνται απευθείας οι παραγγελίες αυτές στο πληροφοριακό τους σύστημα. Βεβαίως, μετά την εύρεση και υλοποίηση ε-

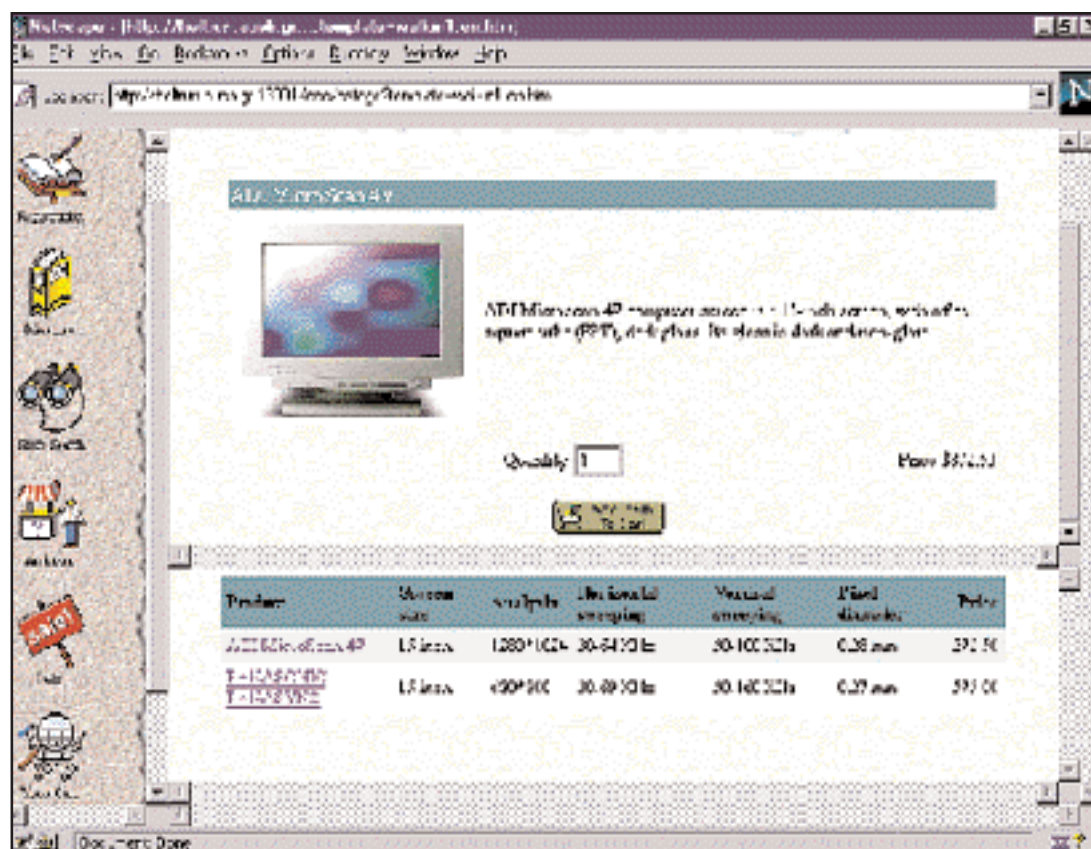


Το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει τη δυνατότητα να ξεφύγει ακόμα και από τα όρια αυτού του κόσμου. Οι κοσμοναύτες του διαστημικού σταθμού «MIR» διάλεξαν αυτόν τον τρόπο για να παραγγείλουν δώρα για τα παιδιά τους, πριν από τα Χριστούγεννα, από το Διάστημα. Δεν έγινε γνωστός ο τρόπος της πληρωμής. (Φωτ.: Ασσοσιέιτεντ Πρές)

νός τέτοιου μηχανισμού, προέκυψαν και άλλα θέματα, όπως η αυτόματη ενημέρωση των προϊόντων και των προσφορών του ηλεκτρονικού καταστήματος από το υπάρχον πληροφοριακό σύστημα. Ακόμη προέκυψε και το θέμα της ηλεκτρονικής πληρωμής, καθώς επίσης και το σημαντικό θέμα της ολοκλήρωσης με τις επιχειρηματικές λειτουργίες.

Ετσι, εμφανίστηκε μια καινούργια γενιά ηλεκτρονικών καταστημάτων –η γενιά της ολοκλήρωσης– η οποία παρέχει πλήθος λειτουργίες, όπως: ηλεκτρονική προβολή και διαφήμιση, ηλεκτρονικές προσφορές και εκπτώσεις προϊόντων, ηλεκτρονική παραγγελία, ηλεκτρονική τιμολόγηση, ηλεκτρονική δρομολόγηση προϊόντων, φυσική παράδοση προϊόντος, ηλεκτρονική παράδοση προϊόντος (όπου επιτρέπεται π.χ. πληροφορία, μουσική), ηλεκτρονική πληρωμή, ηλεκτρονικό πορτοφόλι, αυτοματοποιημένος υπολογισμός φορολογίας, ασφάλεια, έλεγχος αποθεμάτων, ευέλικτη κοστολόγηση, ανίχνευση προϊ-

Συνέχεια στην 14η σελίδα



Ηλεκτρονικό κατάστημα ειδών υπολογιστών, που εγκαταστάθηκε και λειτουργεί στην ιστοσελίδα του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών.



Τα μεγάλα αμερικανικά πολυκαταστήματα έσπευσαν (όπως ήταν φυσικό) να εκμεταλλευτούν –μετά τον πρώτο δι-σταγμό– τους νέους ορίζοντες που ξανοίγονται μπροστά τους. Στη φωτογραφία, η ιστοσελίδα του «Lands' End», με τις επιλογές που έχει στη διάθεσή του ο χρήστης – καταναλωτής (φωτ.: Ασσοσιέιτεντ Πρές).

Ηλεκτρονικό βιβλιοπωλείο που λειτουργεί στην ιστοσελίδα του Οικονομικού Πανεπιστημίου, με σημαντική κίνηση.



Συνέχεια από την 13η σελίδα

όντος, εξατομίκευση συμπεριφοράς καταναλωτή, επεκτασιμότητα και ολοκλήρωση.

Το σημαντικότερο, όμως, της συγκεκριμένης γενιάς των ηλεκτρονικών καταστημάτων στο Internet είναι ότι έχουν εμφανισθεί καινούργιες επιχειρηματικές έννοιες, όπως Virtual Enterprises και Shared business processes, που θα είναι καινοτομικές στην μετά το 2000 επιχειρηματική δραστηριότητα, ακόμη και για το ελληνικό επιχειρηματικό περιβάλλον.

Έχει αρχίσει ήδη η δημιουργία ιδεατών επιχειρήσεων (virtual enterprises), δηλαδή ομάδων επιχειρήσεων που συνεργάζονται ηλεκτρονικά, δημιουργώντας μια επιχείρηση που προσφέρει προϊόντα και υπηρεσίες, τις οποίες καμία από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις δεν θα μπορούσε να προσφέρει από μόνη της. Ετσι, στο Internet μπορεί να βρεθεί η εταιρία Virtual Vineyards, που αποτελεί κοινοπραξία μικρών παραγωγών κρασιού στην Καλιφόρνια των ΗΠΑ. Η εταιρία υπάρχει μόνο στο δίκτυο (δεν έχει δηλαδή φυσική υπόσταση) στη διεύθυνση <http://www.virtualvin.com>. Οι πελάτες μπορούν να δουν πληροφορίες για τα προϊόντα της εταιρία και να παραγγείλουν κρασιά, πληρώνοντας μέσω πιστωτικής κάρτας ή ηλεκτρονικού χρήματος. Οι παραγγελίες των πελατών μεταφέρονται μέσω του δικτύου στον κατάλληλο προμηθευτή και τα προϊόντα αποστέλλονται ταχυδρομικά. Ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να παρακολουθεί κάθε στιγμή ηλεκτρονικά πού βρίσκεται η παραγγελία του, ακόμα και όταν αυτή βρίσκεται στο ταχυδρομείο.

Ανάπτυξη κοινών επιχειρηματικών διαδικασιών (shared business processes) μεταξύ επιχειρήσεων. Τέτοιες διαδικασίες φέρνουν σε στενή επαφή τους πελάτες με τους προμηθευτές, συσφίγγοντας τους επιχειρηματικούς δεσμούς και δυσχεραίνοντας με αυτόν τον τρόπο την αλλαγή συνεργατών (lock-in). Για παράδειγμα, η αλυσίδα σούπερ μάρκετ Tesco της Μ. Βρετανίας έχει αναπτύξει ένα πολύπλοκο σύστημα ανατροφοδότησης των 540 καταστημάτων που διαθέτει στη χώρα. Κάθε πώληση προϊόντος που καταγράφεται στα ταμεία κάποιου καταστήματος μεταφέρεται στα κεντρικά γραφεία της εταιρίας. Εκεί υπολογίζεται ποια προϊόντα χρειάζεται να επανατροφοδοτήσουν κάθε κατάστημα και αυτή η πληροφορία στέλνεται ηλεκτρονικά στο αντίστοιχο depot της εταιρίας. Εκεί, αν τα προϊόντα δεν είναι διαθέσιμα, παραγγέλλονται (πάντα ηλεκτρονικά) από τον κατάλληλο προμηθευτή. Μετά την παραλαβή από το depot, τα προϊόντα στέλνονται στο κατάστημα που τα χρειάζεται. Το όλο σύστημα ανατροφοδότησης λειτουργεί με τη στενή συνεργασία των προμηθευτών, οι οποίοι ουσιαστικά είναι συμμετοχοί σε μια κοινή επιχειρηματική διαδικασία ανατροφοδότησης των ραφιών στα καταστήματα των σούπερ μάρκετ.

Βάλτε ένα ATM στο σπίτι σας

Πώς μπορείτε να ανοίξετε την πόρτα της τράπεζάς σας μέσα από τον υπολογιστή σας

Του **Γιάννη Παπαά**

Επιστημονικού συνεργάτη του Οικονομικού
Πανεπιστημίου Αθηνών

ΤΟ ΔΙΚΤΥΟ Internet τείνει τα τελευταία χρόνια να μετατραπεί σε μια τεράστια νέα αγορά, με μεγέθη που ξεπερνούν κάθε προσδοκία: κατά το 1996, οι αγορές που διεξήχθησαν με τη χρήση του Παγκόσμιου Ιστού (World Wide Web) παρουσίασαν αύξηση της τάξης του 500%, σύμφωνα με έρευνα της International Data Corporation. Η ραγδαία αυτή ανάπτυξη της «ηλεκτρονικής αγοράς» αυξάνει το ενδιαφέρον και των Τραπεζικών Ιδρυμάτων, ως ενδιαμέσων μεταξύ του πωλητή και του αγοραστή.

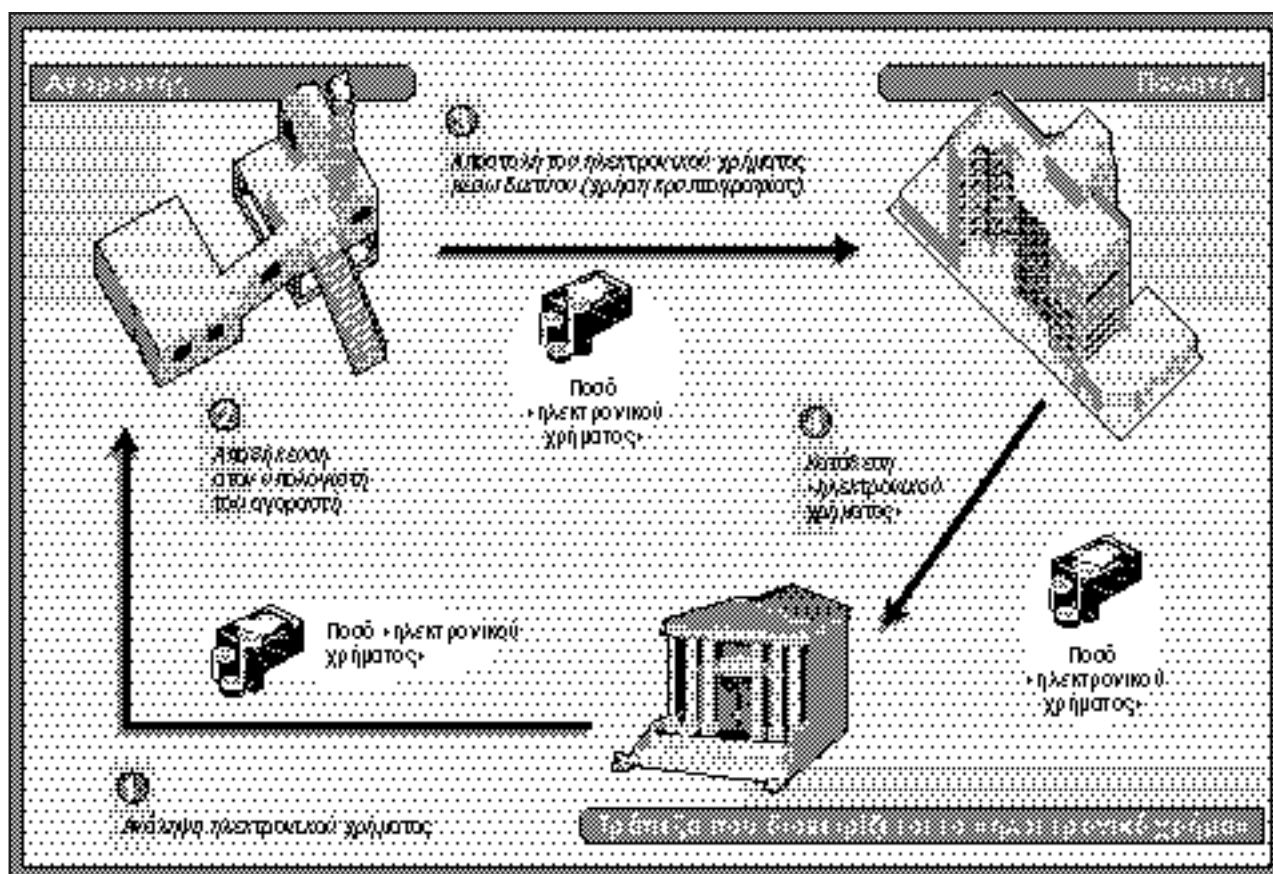
Ετσι, πολλές τράπεζες βρήκαν πρόσφορο έδαφος για να προσφέρουν υπηρεσίες home banking: το Internet, πέρα από το πολύ χαμηλό λειτουργικό κόστος του, επιτρέπει στις τράπεζες να σχεδιάσουν οι ίδιες τη διεπαφή με τους πελάτες τους σύμφωνα με τη φυσιογνωμία τους, προωθώντας παράλληλα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους. Επιπλέον, διευκολύνει τους τελικούς χρήστες (καταναλωτές), με την έννοια ότι δεν χρειάζονται κάποιο ειδικό λογισμικό για την πρόσβασή τους στα συστήματα της τράπεζας: αρκεί ένας απλός browser, σαν αυτόν που μπορεί να προμηθευτεί κάθε χρήστης του Internet, χωρίς κανένα κόστος.

Η εμφάνιση υπηρεσιών Internet banking εισάγει νέα επιχειρηματικά μοντέλα στον τραπεζικό χώρο. Τρανταχτό παράδειγμα η τράπεζα Security First Network Bank (SFNB). Μέσω της ηλεκτρονικής της διεύθυνσης στο Internet (www.sfnb.com), η τράπεζα επιτρέπει στους χρήστες του δικτύου να διεξάγουν μια σειρά από πράξεις, όπως άνοιγμα νέου λογαριασμού, παρακολούθηση κινήσεων και πληρωμές. Καθώς όλες οι υπηρεσίες παρέχονται ηλεκτρονικά, η τράπεζα διατηρεί μόνο δύο φυσικούς χώρους σ' ολόκληρες τις ΗΠΑ: το Κέντρο Διαχείρισης Δικτύου στην Ατλάντα και τα κεντρικά της γραφεία, στο Κεντάκι. Το γεγονός αυτό οδηγεί σε πολύ χαμηλό λειτουργικό κόστος. Τις αντίστοιχες εξοικονομήσεις η SFNB σκοπεύει να τις μεταβιβάσει στους πελάτες της, προσφέροντας νέες υπηρεσίες, όπως δάνεια και ασφαλιστικές υπηρεσίες με κόστος χρήσης (fee) πολύ χαμηλότερο απ' ό,τι ισχύει σήμερα.

Ηλεκτρονικό χρήμα

Παράλληλα, εταιρίες λογισμικού δραστηριοποιούνται όλο και πιο ενεργά στο χώρο της παροχής τραπεζικών υπηρεσιών, προσφέροντας ο-

Συνέχεια στην 16η σελίδα



Η φιλοσοφία πάνω στην οποία βασίζεται το ηλεκτρονικό χρήμα (e-cash) είναι απλή: η τράπεζα ελέγχει ως εγγυητής τόσο το ένα σκέλος (τον αγοραστή), όσο και το άλλο (τον πωλητή).





Οι «έξυπνες» κάρτες αποτελούν το καλύτερο μέσο για τη διεξαγωγή του ηλεκτρονικού εμπορίου, τουλάχιστον όπως αυτό διεξάγεται μέσω προσωπικού υπολογιστή, από το σπίτι του καθενός μας. (Πηγή: Dassault AT)

Συνέχεια από την 15η σελίδα

λοκληρωμένες λύσεις τόσο στις τράπεζες όσο και στους πελάτες τους. Οι λύσεις αυτές βασίζονται στην έννοια του ηλεκτρονικού χρήματος (electronic cash), η φιλοσοφία του οποίου απεικονίζεται στο εικονιζόμενο γράφημα και τα κυριότερα συστήματα αυτής της μορφής παρέχονται από τις εταιρίες Cybercash (www.cybercash.com) και Digicash (www.digicash.com).

Το σύστημα της Digicash έχει αναπτυχθεί από την ομώνυμη εταιρία και χρησιμοποιείται αυτή τη στιγμή από την τράπεζα Mark Twain του Μισούρι, ΗΠΑ, τη φινλανδική τράπεζα Merita και τη γερμανική Deutsche Bank. Τόσο ο αγοραστής όσο και ο πωλητής πρέπει να έχουν λογαριασμό στις παραπάνω τράπεζες, προκειμένου να λειτουργήσει το σύστημα ομαλά. Η διαδικασία πληρωμών σύμφωνα με το σύστημα αυτό έχει ως ακολούθως: Ο αγοραστής «αποσύρει» ηλεκτρονικά ένα ποσό από το λογαριασμό του, το οποίο τοποθετείται προσωρινά στον υπολογιστή του, σε κρυπτογραφημένη μορφή.

Έτσι, ο υπολογιστής του χρήστη μπορεί να θεωρηθεί σε αυτό το στάδιο ως ένα «ηλεκτρονικό πορ-

τοφόλι», το οποίο φυσικά δεν περιέχει μετρητά αλλά την κωδικοποιημένη αναπαράσταση ενός χρηματικού ποσού. Για να ολοκληρωθεί η συναλλαγή, ο αγοραστής στέλνει κρυπτογραφημένο το «ποσό» στον πωλητή, συνήθως με ηλεκτρονικό

ταχυδρομείο (E-mail) ή με μεταφορά αρχείου (file transfer). Ο πωλητής, στη συνέχεια, μπορεί να αποκρυπτογραφήσει το «ποσό» και να το αποθηκεύσει προσωρινά στον υπολογιστή του ή να το στείλει στο λογαριασμό του στην τράπεζα, και

η συναλλαγή έχει ολοκληρωθεί.

Η ίδια η τράπεζα, αν και διατηρεί αρχεία καταθέσεων και αναλήψεων του ηλεκτρονικού χρήματος, δεν είναι σε θέση να γνωρίζει τις λεπτομέρειες της συναλλαγής, διασφαλίζοντας έτσι το απόρρητο της συναλλαγής.

Το σύστημα της Cybercash βασίζεται στη χρήση δύο πακέτων λογισμικού (software), που οι χρήστες μπορούν να «κατεβάσουν» (download) από το Internet, και στα συστήματα ελέγχου της εταιρίας CyberCash. Τα πακέτα λογισμικού είναι:

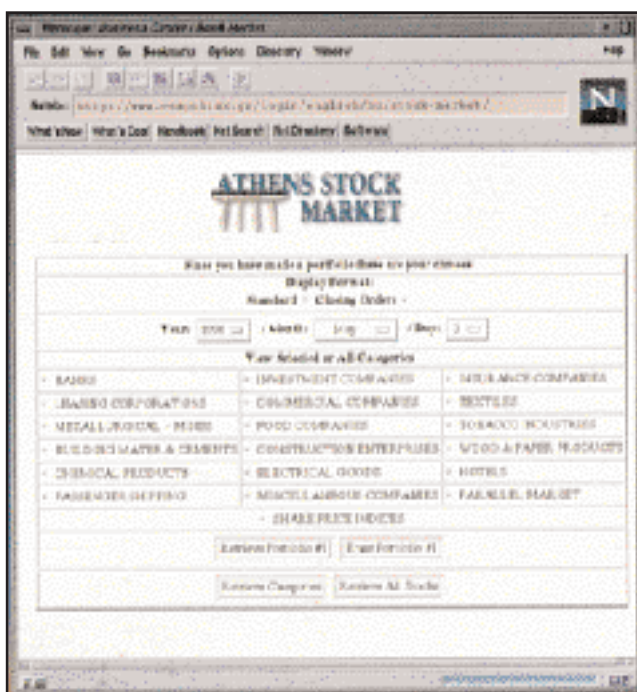
- το CyberCash Wallet, το οποίο χρησιμοποιούν οι καταναλωτές / αγοραστές, και

- το CyberCash Merchant, που χρησιμοποιούν οι πωλητές.

Με τη χρήση των λογισμικών αυτών, οι δύο πλευρές έχουν τη δυνατότητα ηλεκτρονικής ανάληψης, αποστολής και κατάθεσης ποσών ηλεκτρονικού χρήματος, προκειμένου να διεκπεραιώσουν τις επιχειρηματικές τους συναλλαγές.

Τέλος, οι εταιρίες παροχής και διαχείρισης πιστωτικών καρτών δραστηριοποιούνται δυναμικά στο χώρο των «ηλεκτρονικών πληρωμών». Η κοινή προσπάθεια της Mastercard

Μία από τις πρώτες ιστοσελίδες που πρέπει να συμβουλευτεί κανείς αν πρόκειται να «παίξει» ηλεκτρονικά με μετοχές, είναι φυσικά το Χρηματιστήριο, που δίνουν πολλοί παροχές στους συνδρομητές τους. (Πηγή: Compulink)



και της Visa, σε συνεργασία με τεχνολογικούς προμηθευτές, οδήγησε στην ανάπτυξη του πρωτοκόλλου SET Secure Electronic Transactions (σε ελεύθερη απόδοση Ασφαλείς Ηλεκτρονικές Συναλλαγές) το οποίο τείνει να καθιερωθεί ως πρότυπος τρόπος για τη διαχείριση πληρωμών μέσω πιστωτικών καρτών. Το SET βασίζεται τόσο σε ισχυρούς μηχανισμούς κρυπτογράφησης όσο και σε μηχανισμούς αυθεντικοποίησης όλων των συμμετεχόντων μερών μιας οικονομικής συναλλαγής: του αγοραστή, του πωλητή και της τράπεζας του πωλητή.

Στην Ελλάδα

Συμπερασματικά, η χρήση του Internet για την παροχή τραπεζικών υπηρεσιών μπορεί να οδηγήσει στην εισαγωγή νέων μοντέλων επιχειρηματικής συμπεριφοράς. Πέρα από τα θέματα ασφαλείας και κανονιστικού πλαισίου που πρέπει να εναρμονισθούν με τις νέες αυτές μορφές παροχής υπηρεσιών, κάθε ελληνική τράπεζα που σχεδιάζει να δραστηριοποιηθεί στο χώρο αυτό θα πρέπει να σκεφθεί ποιες υπηρεσίες και ποια προϊόντα θα προσφέρει μέσω του δικτύου, έτσι ώστε αφ' ενός να προσελκύσει σύντομα το ενδιαφέρον πιθανών πελατών και αφ' ετέρου να διαφοροποιηθεί σαφώς από τους ανταγωνιστές της, αποκτώντας έτσι ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά.

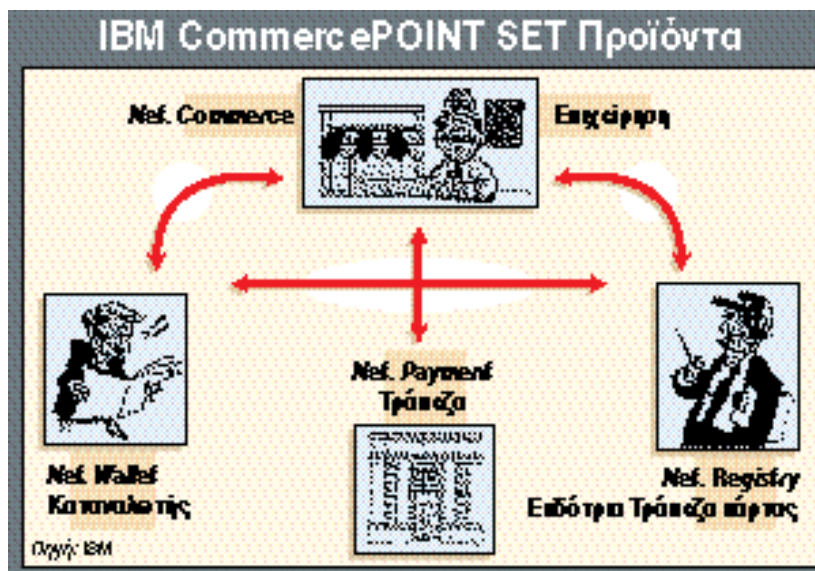


Οι προσωπικοί υπολογιστές αρκετών κατασκευαστών διαθέτουν ήδη (όπως ο εικονιζόμενος της Siemens Nixdorf) ειδικό αναγνώστη (πιστωτικών ή «έξυπνων») καρτών, που είτε ελέγχει την πρόσβαση στο ίδιο το μηχάνημα είτε επιτρέπει τη διεξαγωγή ηλεκτρονικών τραπεζικών εργασιών και ηλεκτρονικού εμπορίου. (Πηγή: SNI)

Μεγιστοποιείται η ασφάλεια των συναλλαγών

ΕΝΑ από τα μεγαλύτερα εμπόδια στην «απογείωση» του ηλεκτρονικού εμπορίου εξακολουθεί να είναι η ασφάλεια των συναλλαγών, εφ' όσον αυτές διεξάγονται μέσω του διαδικτύου. Η μεγάλη πλειοψηφία των χρηστών διστάζει να δώσει τα στοιχεία της πιστωτικής της κάρτας, για την πληρωμή των αγαθών (μικροαντικειμένων, τις περισσότερες φορές, όπως βιβλίων, αξεσουάρ υπολογιστών ή δίσκων CD), από τον φόβο μήπως υποκλαπούν και χρησιμοποιηθούν κακόβουλα. Ανεξάρτητα από το αν αυτός ο φόβος είναι δικαιολογημένος ή όχι (τα ίδια άτομα δεν διστάζουν να αποκαλύψουν αυτά τα στοιχεία από το, πολύ πιο επιρρεπές σε υποκλοπές, τηλέφωνο ή να παραδώσουν ολόκληρη την κάρτα τους στον σερβιτόρο ενός εστιατορίου, για την πληρωμή του λογαριασμού), το εμπόδιο υπάρχει και είναι σημαντικό.

Πολλές προσπάθειες έχουν γίνει μέχρι σήμερα, από διάφορες εταιρίες και φορείς, άλλες με μεγαλύτερη και άλλες με μικρότερη επιτυχία. Ο δρόμος για τη διασφάλιση περνάει σε όλες από τη χρήση ειδικού κρυπτογραφικού λογισμικού, μια λύση που επίσης αντιμετωπίζει προβλήματα, καθώς αρκετές κυβερνήσεις δεν είναι διατεθειμένες να αποδεσμεύσουν «τρόπους, με τους οποίους κακοποιά ή τρομο-



κρατικά στοιχεία θα μπορούσαν να περάσουν στο απυρόβλητο...».

Ασφαλείς Ηλεκτρονικές Συναλλαγές

Από όλα τα συστήματα ασφαλείας που παρουσιάστηκαν ως τώρα, τις μεγαλύτερες πιθανότητες επιτυχίας συγκεντρώνει το σύστημα SET (Secure Electronic Transaction), το οποίο προωθούν από τις αρχές του 1996 δυο από τις μεγα-

λύτερες εταιρίες πιστωτικών καρτών, η Visa και η Mastercard, και έχει ήδη λάβει την «ευλογία» τόσο μεγάλων ονομάτων του χώρου της πληροφορικής (όπως η IBM, η Microsoft και η Netscape) όσο και δεκάδων τραπεζών, σε πολλές χώρες της Ευρώπης και της Αμερικής.

Το SET βασίζεται στη χρήση ψηφιακών πιστοποιητικών, που χρησιμοποιούνται για την εξακρίβωση της ταυτότητας του αγοραστή και του πωλητή, ενώ πριν από σχεδόν ένα χρόνο η αμερικανική κυβέρ-

νηση του επέτρεψε τη χρήση συγκεκριμένου κρυπτογραφικού λογισμικού, ενισχύοντας σημαντικά την προσπάθεια.

Το μεγαλύτερο «ψυχολογικό» πλεονέκτημα του συστήματος είναι ότι ο χρήστης δεν αποκαλύπτει τα στοιχεία της κάρτας του σε «κοινή θέα» στο Internet. Αντίθετα, η τράπεζά του ελέγχει την κωδικοποιημένη ψηφιακή υπογραφή του, η οποία συνοδεύει την παραγγελία, και επιβεβαιώνει στον έμπορο την αυθεντικότητά της. Ταυτόχρονα, όμως, επιβεβαιώνει και την κατατεθειμένη σ' αυτήν ταυτότητα του εμπόρου, ώστε να αποφευχθεί η περίπτωση «εμπόρων-μαϊμούδων», κάτι που είναι ευκολότερο να γίνει στα «εικονικά καταστήματα» του κυβερνοχώρου.

Οι δοκιμές του συστήματος και τα πιλοτικά προγράμματα στέφθηκαν ως τώρα με επιτυχία, ενώ αυτή την εποχή ξεκινούν νέες, με μεγάλη πιθανότητα για συμμετοχή και ελληνικής τράπεζας. Στόχος είναι να εξομαλυνθούν τα τελευταία προβλήματα στην επικοινωνία μεταξύ τραπεζών και πωλητών υπηρεσιών και προϊόντων, ώστε -στις αρχές του 1999- να αρχίσει η λειτουργία του συστήματος για το ευρύ κοινό.

Γ.Ρ.

Η Δημοκρατία ταιριάζει στο Internet

Το «Παγκόσμιο Χωριό» δεν πρέπει να αποτελείται μόνο από «έχοντες και κατέχοντες»



Του Πολυδεύκη Παπαδόπουλου

ΝΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΤΟΥΜΕ λοιπόν στο θαυμασμό που προκαλεί η προοπτική μιας κοινωνίας συνδεδεμένης παγκόσμια με τους «πληροφοριοδρόμους»; Να μείνουμε μόνο στην οικονομική οφελιμότητα που θα έχουν για τους «Επτά», δευτερευόντως για τις υπόλοιπες χώρες-μέλη του ΟΟΣΑ και πολύ τριτευόντως για ορισμένες αναπτυσσόμενες χώρες, τα σχέδια επένδυσης 1 τρισ. δολαρίων ως το 2010 για την ολοκλήρωση «υπερδικτύων» όπου θα συγκλίνουν υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών, τηλεόρασης και πληροφορικής; Να χαμογελάσουμε για το ζήλο μικρών και μεγάλων τα τελευταία χρόνια για το Internet, αν και το δίκτυο υπήρχε από το 1969 και ήταν ανοικτό στην ευρύτερη χρήση από τις αρχές του '90; 'Η να σταθούμε λίγο και στις κοινωνικοπολιτικές επιπτώσεις από την ανάδυση του αποκαλούμενου «κυβερνοχώρου»; Δηλαδή, τις πτυχές που απέφυγε να θίξει το 1994 η έκθεση της «Επιτροπής Μπάγκεμαν» στο

πλαίσιο της Ε.Ε., τις οποίες προσέδρασε εύκολα το αντίστοιχο «ιστορικό κείμενο» του αντιπροέδρου των ΗΠΑ, Αλ Γκορ, το 1993, προσκαλώντας τους πάντες στην οικουμενική ευημερία που θα επιφέρει η Κοινωνία των Πληροφοριών και η διάδοση των δικτύων πολυμέσων.

Έχοντες και μη έχοντες

Κατ' αρχήν να διευκρινιστεί ότι ο όρος «πολυμέσα» (multimedia) δεν περιέγραφε -όταν πρωτοεμφανίστηκε, στα μέσα της δεκαετίας του '80- τη σύγκλιση διαφορετικών πληροφοριακών τεχνολογιών (τηλεφωνικές γραμμές, βίντεο, πληροφορική ή CD-ROM) σε μια συσκευή ή σ' ένα δίκτυο, αλλά αναφερόταν στη δημιουργία επιχειρηματικών μεγαθηριών, που επεκτεινόταν πλέον σ' όλους τους τομείς της σύγχρονης επικοινωνίας, με χαρακτηριστικές περιπτώσεις τις συγχωνεύσεις Time/Warner, Viacom/Paramount κλπ.

Επιπλέον, από την εποχή εκείνη ως σήμερα υπήρξαν άλλες δύο εξελί-

ξεις κορυφαίας σημασίας: Αφενός, η μεγαλύτερη διεθνοποίηση της οικονομίας (ιδίως των κεφαλαιαγορών), άρχισε να απαιτεί την ύπαρξη ολοένα και περισσότερων επικοινωνιών, συνδεδεμένων σε παγκόσμια κλίμακα, με συστήματα on line κλπ. Αφετέρου, οι εταιρίες «πολυμέσων» πίεσαν τις κυβερνήσεις -κατ' αρχήν στις ΗΠΑ και μετά στη Δ. Ευρώπη- για μια «φιλελεύθερη απορρύθμιση» τηλεπικοινωνιών και οπτικοακουστικού χώρου, με σκοπό τη δημιουργία αγοράς ικανής να απορροφήσει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες των «νέων μέσων» (τηλεματική, δορυφορική-καλωδιακή-συνδρομητική τηλεόραση, κινητή τηλεφωνία, βίντεο κατ' επιλογήν, νέες ηλεκτρονικές συσκευές γραφείου, οπτικοί δίσκοι κλπ).

Διαπιστώνει, λοιπόν, κανείς ότι η προώθηση των «πληροφοριοδρόμων» δεν προήλθε μόνο από γενικές κοινωνικές αναγκαιότητες, αλλά και από επιχειρηματικά σχέδια συγκεκριμένων χώρων και κρατών. Αυτό, φυσικά, δεν θα ήταν αρνητικό -του-

ναντίον, στο βαθμό που δίνει αναπτυξιακή διέξοδο στις βιομηχανικές χώρες- αν δεν διέγραφε ταυτοχρόνως κινδύνους για τη διαμόρφωση μιας Κοινωνίας των Πληροφοριών εχόντων και μη εχόντων: Όσον αφορά το εσωτερικό των αναπτυσσόμενων κρατών, μελέτες δείχνουν την αδυναμία που θα έχουν φτωχότερα ή γεωγραφικώς απομακρυσμένα κοινωνικά στρώματα να κάνουν χρήση των «νέων μέσων», τα οποία -σε αντίθεση με τα παραδοσιακά Μαζικά Μέσα Επικοινωνίας- για πολύ καιρό δεν θα προσφέρονται με όρους «κοινωνικής υπηρεσίας», αλλά εμπορεύματος. Η δε «πληροφοριακή ανισότητα» προβλέπεται να οξύνει στο έπακρο τις σχέσεις Βορρά-Νότου. Να αναφερθεί χαρακτηριστικά ότι στα δεκάδες εκατομμύρια χρήστες ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που υπάρχουν παγκοσμίως, περιλαμβάνονται μόνον μερικές εκατοντάδες χιλιάδες απ' όλη τη Λατ. Αμερική και λίγες χιλιάδες από τη Μαύρη Ηπειρο. Κι όπως έλεγε χαρακτηριστικά ο αντιπρόεδρος της Ν. Αφρικής, Τάμπο

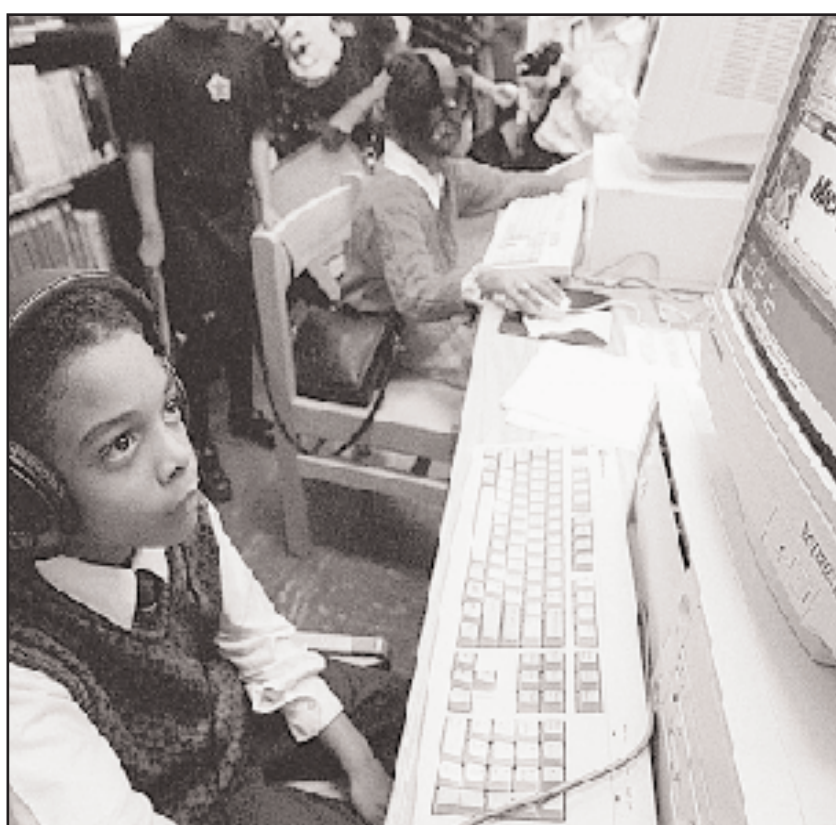


Με στόχο να εξαχθούν συμπεράσματα για την επίδραση που έχει το Internet στη ζωή μας, περισσότεροι από 100 δημοσιογράφοι κατέγραψαν τον Φεβρουάριο του '96 (και παρουσίασαν «ζωντανά» στο Διαδίκτυο) ιδιαίτερα ενδιαφέροντα παραδείγματα (φωτ.: Ασσοσιέιτεντ Πρές).

Μπέκι, «σ' ολόκληρη την Υποσαχάριο Αφρική, υπάρχουν λιγότερες τηλεφωνικές γραμμές από εκείνες που διαθέτει το Μανχάταν».

Ο αναδυόμενος «κυβερνοχώρος» μέρα με τη μέρα συγκροτεί μια διαφορετική κουλτούρα για αυξανόμενα τμήματα των κοινωνιών, διαμορφώνει την καινούργια έννοια της «συλλογικής ευφυΐας» και τελικώς προετοιμάζει μια νέα «οικολογία του ανθρωπίνου πνεύματος». Η «εικονικότητα» αυτού του κόσμου φέρει μαζί της συγκλονιστικές αλλαγές στη λειτουργία της οικονομίας, της πολιτικής, αλλά και της κοινότητας.

Ως προς την πρώτη, η ολοένα και μεγαλύτερη υποκατάσταση της «πραγματικής» οικονομίας από μια «εικονική», που βρίσκεται στις ηλεκτρονικές οθόνες χρηματιστηρίων και τραπεζών, είναι γεγονός ήδη από τη δεκαετία του '70. Η διαμόρφωση του «κυβερνοχώρου» θα δώσει μεγαλύτερη ώθηση στο φαινόμενο αυτό, καταργώντας κάθε έννοια γεωγραφικότητας και μετατρέποντας κατά πολύ την αγορά σ' ένα «παγκόσμιο φόρουμ πληροφοριών». Εταιρίες που υπάρχουν μόνον μέσω της «εικονικής» τους παρουσίας στο Internet και η ανταλλαγή τεραστίων

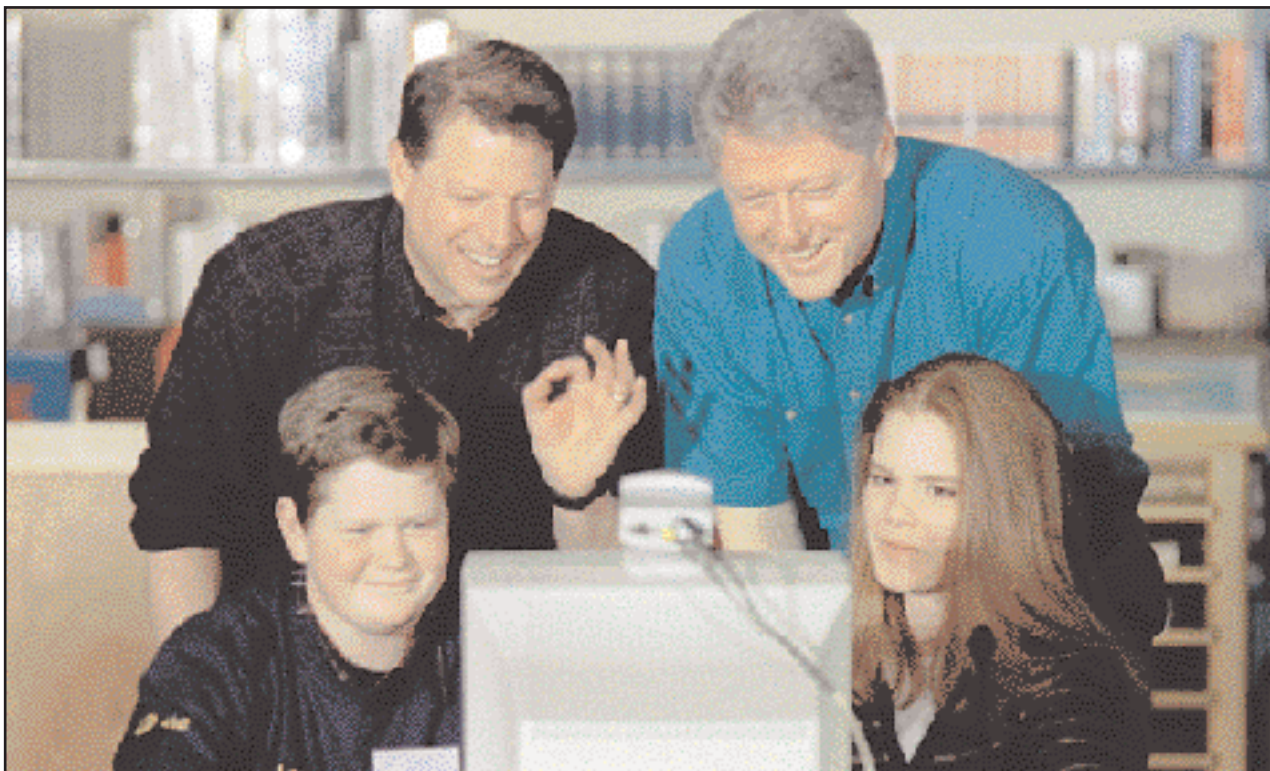


Οι βιβλιοθήκες on line (στη φωτογραφία αυτή της Microsoft) ευελπιστούν να γεφυρώσουν το χάσμα της γνώσης, που υπάρχει σήμερα, μεταξύ πλουσίων και φτωχών (φωτ.: Ασσοσιέιτεντ Πρές).

κεφαλαίων μέσω «ψηφιακού χρήματος», είναι εξελίξεις που θα διασταυρώνονται ολοένα και περισσότερο με τους «πληροφοριοδρόμους». Ορισμένες από αυτές θα είναι θετικές, όπως η αποκτούμενη ταχύτητα και η κατάργηση μεσαζόντων, άλλες σαφώς αρνητικές, καθώς θα διευκολυνθούν οι νομισματικές κρίσεις, η μεγαλύτερη διακίνηση κερδοσκοπικών κεφαλαίων είτε η δημιουργία νέων μορφών παραοικονομίας.

Αναφορικά με τη λειτουργία της πολιτικής, προς το παρόν παρακολουθούμε τα «νέα μέσα» να προωθούν εκούσια ή ακούσια μια ολοένα και πιο «εικονική» δημοκρατία. Εκείνη, δηλαδή, των διαρκών δημοσκοπήσεων, του πολιτικού μάρκετινγκ και του εντυπωσιασμού. Στο μέλλον, οι «πληροφοριόδρομοι» θα μπορούσαν να υλοποιήσουν το τεχνοκρατικό ιδεώδες μιας «ηλεκτρονικής άμεσης δημοκρατίας», με αποκεντρωμένα και αμφίδρομα συστήματα πληροφόρησης-επικοινωνίας. Ταυτόχρονα, όμως, τα μέσα αυτά κινδυνεύουν, πολυδιασπώντας τα μηνύματα και οδηγώντας τους χρήστες σε επιλογές «ιδιωτικές» και «εξατομικευμένες», να καταργήσουν μια ορισμέ-

Συνέχεια στην 20η σελίδα



Η αγωνία των κυβερνώντων να πείσουν την κοινή γνώμη πως το Internet και η Κοινωνία των Πληροφοριών δεν αφορούν μονάχα τους «έχοντες και κατέχοντες» αλλά όλο τον κόσμο, είναι έκδηλη ακόμα και αν πρόκειται για τον ίδιο τον πλανητάρχη. Οι κ. Κλίντον και Γκορ ποζάρουν πανευτυχείς με παιδάκια του δημοτικού, που ανακαλύπτουν για πρώτη φορά το Διαδίκτυο (φωτ.: Ρόιτερς).

Συνέχεια από την 19η σελίδα

νη «συναντίληψη» προβλημάτων και μια ενότητα ενδιαφερόντων την οποία έχουν ανάγκη οι πολίτες μιας δημοκρατικής κοινότητας. Αυτή, παλαιότερα, εδημιουργείτο με την απόκτηση μιας παραπλήσιας παιδείας για τους πολλούς, με την ανάγνωση εφημερίδων και εντύπων γενικού περιεχομένου, με την παρακολούθηση παρεμφερών ραδιοηλεκτρονικών προγραμμάτων ή απλώς με την κοινωνική συνένωση και συζήτηση. Θα διασωθούν αυτά τα στοιχεία στις «εικονικές» κοινότητες του Internet και των άλλων υπερδικτύων του μέλλοντος; Η «ανάδραση» από μόνη της, πάντως, δεν αντικαθιστά τη «διαλεκτική»...

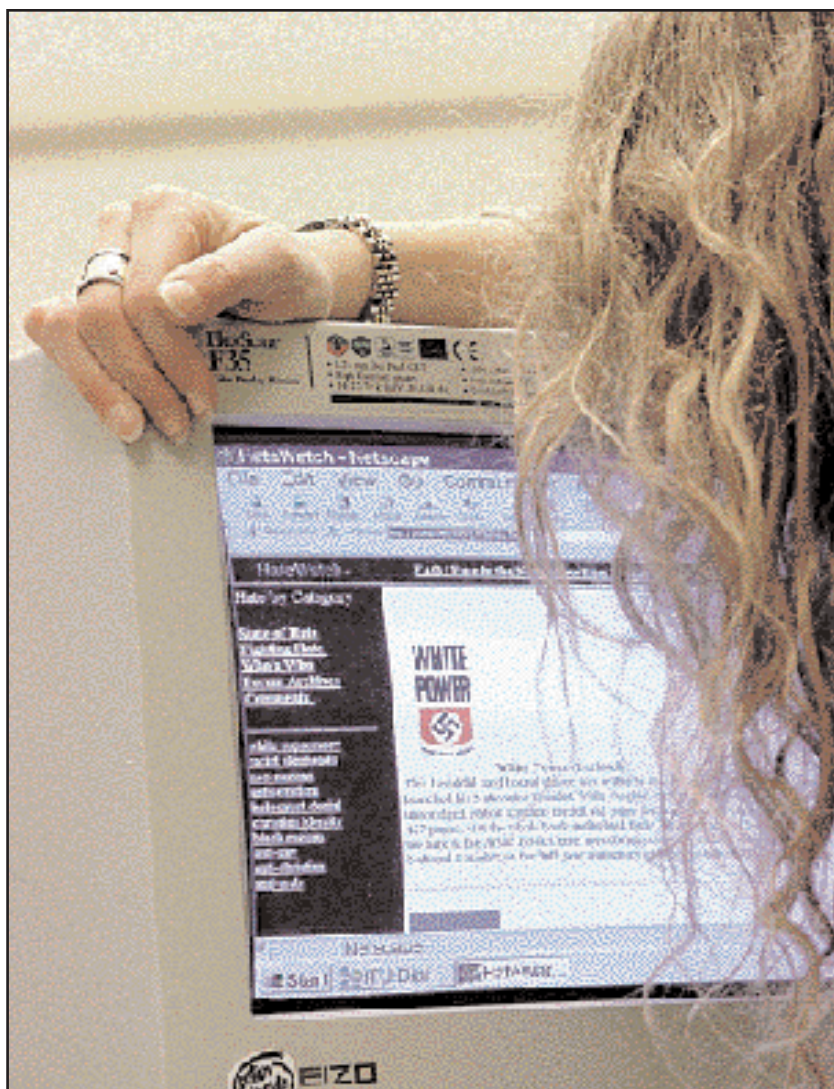
Σημείωση:

Χρησιμοποιήθηκαν στοιχεία από τα έργα: «International Image Markets» A.Mattelart, COMEDIA, «New Media Politics» D.McQuail & K.Siune, SAGE «Les Nouveaux Médias», F.Balle, PUF, «Virtuels, Vertus et Vertige» Philippe Quéau, INA «L'Intelligence Collective-Pour une anthropologie du cyberspace», Pierre Lévy, LA DECOUVERTE, οι εκθέσεις Γκορ και Μπάγκεμαν, και σειρά συναφών άρθρων της εφημερίδας «Monde Diplomatique».

Η «άλλη» πλευρά του Διαδικτύου

ΟΝΤΑΣ «η τελευταία δημοκρατία στον κόσμο», όπως εύστοχα έχει χαρακτηριστεί, με αφορμή την έλλειψη κάθε είδους κανονιστικού πλαισίου ή έστω κάποιας εξελεγκτικής αρχής, το Internet δεν θα μπορούσε να μη διαθέτει τα δικά του «άνθη του κακού». Με δεδομένη την ευκολία που μπορεί κανείς να μπει στο διαδίκτυο και να στήσει την ιστοσελίδα του, απ' όπου θα διαφημίσει την «πραμάτεια» του (είτε πρόκειται για κάποιο προϊόν, είτε για προσφερόμενες υπηρεσίες), άτομα και οργανώσεις χρησιμοποιούν πλέον ευρύτατα τον κυβερνοχώρο για να εκθέσουν τις απόψεις τους, να κάνουν προπαγάνδα ή να προσελκύσουν άτομα με ανορθόδοξες (αν μπορούν να χαρακτηρισθούν έτσι, τουλάχιστον οι αποκλίνουσες από την κατεστημένη μορφή) προτιμήσεις ή απλή περιέργεια.

Ετσι, εκτός από παράδεισος επικοινωνίας, πληροφόρησης, γνώσης, ψυχαγωγίας και αγορών, ο Παγκόσμιος Ιστός (WWW) είναι επίσης ένας παράδεισος για πολιτική προπαγάνδα (με ιστοσελίδες «φιλοτεχνημένες» από το Κουρδικό Εργατικό Κόμμα, το γνωστό ΡΚΚ ως τα πιο ακροδεξιά και νεοναζιστικά στοιχεία), για πορνογραφία (με «δολώματα» από Αμερικανούς ή Ασιάτες επαγγελματίες και «οικιακές» σελίδες από Ευρωπαίους παιδεραστές), για ναρκωτικά (υπάρχουν κάποιες ιστοσελίδες αφιερωμένες στα «σκληρά» και πολύ περισσότερες στα «μαλακά») ή ακόμα και για



Ο ρατσισμός, ο νεοναζισμός και διάφορα άλλα παρόμοια «άνθη του κακού» βρίσκουν συχνά το δρόμο τους στον κυβερνοχώρο και από εκεί στα σπίτια μας (φωτ.: Ρόιτερς).

οργανωμένο έγκλημα (η διαβόητη «σοκαίγνια», κλάδος της ιαπωνικής μαφίας, έχει τη δική της ιστοσελίδα απ' όπου υπερασπίζεται τις δραστηριότητές της...).

Όλα αυτά είναι ελεύθερα στο Internet, σε «κοινή θέα» ενηλίκων και ανηλίκων, καθώς δεν υπάρχει κανείς περιορισμός, από πλευράς νομοθεσίας. Ή, πιο σωστά, δεν υπήρχε ως τώρα. Μπροστά στη γενική κατακραυγή και τα διαβήματα, κυρίως από την πλευρά γονέων, πολλές χώρες αρχίζουν να υιοθετούν κάποια νομικά μέτρα προστασίας, τουλάχιστον των ανηλίκων. Η διανομή πορνογραφικού υλικού, για παράδειγμα, μέσω του διαδικτύου διώκεται πλέον ποινικά σε πολλές χώρες, με πρώτες τις ΗΠΑ, ενώ προς την ίδια κατεύθυνση κινείται και η Γερμανία, εκδίδοντας λίστα απαγορευμένων ιστοσελίδων, στις οποίες έχει συμπεριλάβει –ως «άμεσα ενδιαφερόμενη»– και εκείνες με νεοναζιστικό περιεχόμενο.

Στην προσπάθεια αυτή συμμετέχουν πλέον τόσο οι μεγάλες αμερικανικές εταιρίες παροχής υπηρεσιών on-line, οι οποίες συμφώνησαν πρόσφατα να μην αφήνουν τέτοιου είδους υλικό να περνάει από τα δίκτυά τους, όσο και οι δημιουργοί λογισμικού, οι οποίοι παρουσιάζουν ολοένα και πιο εξελιγμένα προγράμματα, με τη βοήθεια των οποίων οι προβληματισμένοι γονείς θα μπορούν να «κλειδώνουν» την είσοδο των υπολογιστών τους στα επίμαχα προγράμματα. **Γ.Ρ.**

Οι καλοί τρόποι στο Διαδίκτυο

Υπάρχουν κανόνες καλής συμπεριφοράς ακόμη και στον κυβερνοχώρο



Είτε η πρόσβαση στο Διαδίκτυο γίνεται από το σπίτι είτε από κάποιον υπολογιστή «δημοσίας χρήσεως» (όπως αυτοί των «κυβερνο-καφέ» που ξεπηδούν καθημερινά σ' όλο τον κόσμο), η συμπεριφορά του χρήστη πρέπει να διέπεται από κάποιους κανόνες, για να μην αντιμετωπίσει την οργή και την τιμωρία των άλλων χρηστών. (Πηγή: Ρόιτερς).

Του Γρηγόρη Α. Μηλιαρέση

Αρχισυντάκτη του περιοδικού «NET-Letter»

ΜΙΑ από τις πρώτες απορίες που εκφράζουν οι άνθρωποι που έρχονται σε επαφή με το Internet, είναι το «ποιος το ελέγχει» –η παρουσία του ελέγχου σε όλες σχεδόν τις εκφάνσεις της ζωής μας, κάνει την ύπαρξη κάποιου ελεγκτικού μηχανισμού σχεδόν απαραίτητη σε κάθε μας σκέψη. Εκείνο που είναι δύσκολο, είναι η αποδοχή της μόνης απάντησης που μπορεί να δοθεί στην παραπάνω ερώτηση και που είναι «κανείς –οι χρήστες του Δικτύου αυτοελέγχονται».

Ενα άγραφο σύνολο από κανόνες αποδεκτής κι ακόμα περισσότερο, «σωστής» συμπεριφοράς, που προέκυψε μέσα από την ίδια τη χρήση του Internet στα σχεδόν 30 χρόνια της ύπαρξής του κληροδοτήθηκε και εξακολουθεί να κληροδοτείται από τους παλιότερους χρήστες στους επόμενους. Οι κανόνες αυτοί, που άλλοτε εμφανίζονται σαν υποδείξεις με ευ-

γενικό τρόπο και άλλοτε επιβάλλονται με μοχλό πίεσης την απόρριψη του «παραβάτη» από κάποιο δημόσιο forum ανταλλαγής απόψεων ή συζητήσεων, είναι αυτό που ελέγχει το Δίκτυο.

Οι κανόνες αυτοί, το «Netiquette», όπως λέγεται (εκ των «Net» δίκτυο και «Etiquette», κανόνες καλής συμπεριφοράς) έχουν στηριχτεί στις αδυναμίες και τις ιδιομορφίες του ίδιου του Internet. Τα τεχνικά χαρακτηριστικά που είχε το Διαδίκτυο επί σειρά ετών –και που, εν πολλοίς, τα έχει ακόμα– έχουν χρησιμεύσει ως πρώτη ύλη για τη δημιουργία των κανόνων αυτών. Σημαντικότερο, όμως, είναι ότι και μόνο αυτή καθεαυτή η ύπαρξη τέτοιων κανόνων, δείχνει ότι οι χρήστες του Διαδικτύου είχαν από πολύ νωρίς την αίσθηση ότι ζουν μαζί, άρα πρέπει να δημιουργήσουν κάποιους όρους συμβίωσης.

Με δεδομένο ότι οι πρώτοι «οικιστές» του Internet προέρχονταν από το χώρο των θετικών κι όχι των ανθρωπιστικών επιστημών, οι κανόνες

αυτοί ήταν στηριγμένοι στην κοινή λογική κι όχι σε κάποιο θεωρητικό μοντέλο. «Μην ενοχλείς τους άλλους – λάβε υπ' όψιν σου ότι ο άλλος δε σε ξέρει και μπορεί να μη σε γνωρίσει ποτέ – κρίνεσαι από αυτά που γράφεις – μη βαραίνεις το Δίκτυο με αλόγιστη χρήση των πόρων του – σεβάσου τον προσωπικό χώρο του άλλου», είναι κάποιοι από τους κανόνες αυτούς, που ακόμα και σήμερα ακούγονται και ορίζουν τον τρόπο που οι άνθρωποι ζουν μέσα στο Διαδίκτυο.

Η άνευ ορίων ανάπτυξη του Internet και κυρίως η είσοδος σ' αυτό των επιχειρήσεων και του εμπορικού κόσμου, τείνει να εξαφανίσει την αίσθηση του χώρου και του κοινού που είχε το Διαδίκτυο μέχρι πριν από λίγα χρόνια. Οι νέοι χρήστες και δη οι προερχόμενοι από το χώρο της ελεύθερης αγοράς, δεν γίνονται χρήστες του Internet (καθώς δεν προσφέρουν στην πραγματικότητα κάτι) αλλά απλώς εκμεταλλεύονται το μέσο, προκειμένου να προωθήσουν το

σκοπό τους. Παράλληλα, εμφανίζονται όλο και περισσότερες ομάδες και άτομα, που θα χρησιμοποιήσουν τις δυνατότητες του νέου μέσου, είτε για να προπαγανδίσουν κάποιες αμφίβολης ποιότητας ιδέες, είτε για να εκμεταλλευτούν εμπορικά το κοινό του Internet με τον χειρότερο τρόπο.

Αν το Internet κινδυνεύει από κάτι, αυτό δεν είναι η έλλειψη αρχών ή η έλλειψη νομοθεσίας. Είναι η έλλειψη «δικτυακής παιδείας» που, δυστυχώς, εμφανίζεται όλο και περισσότερο, όσο ο αριθμός των χρηστών μεγαλώνει. Όσο ο κόσμος χρησιμοποιεί το μέσο χωρίς να συνειδητοποιεί ότι χαρακτηρίζεται από κάποιες ιδιαιτερότητες, το Netiquette θα γίνεται μια γραφική ιδιοτροπία των παλιών. Κι η ταυτότητα του Δικτύου θα χαθεί οριστικά.

Σημείωση:

Πιο πολλές πληροφορίες –για όσους διαθέτουν σύνδεση στο Internet– υπάρχουν στη διεύθυνση <http://w4u.eexi.gr/~grigor42/links.html>



Νέα μορφή επικοινωνίας γεννάται

Το Internet αμφισβητεί την παραδοσιακή σχέση πηγής – μηνύματος – αποδέκτη

Του **Στέλιου Παπαθανασόπουλου**

Επίκουρος Καθηγητής στο Τμήμα Επικοινωνίας και ΜΜΕ του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών

Είναι αδύνατο να αγνοηθεί το Internet στις μέρες μας, αφού ακόμα κι αυτοί που δεν διαθέτουν ηλεκτρονικό υπολογιστή ή δεν έχουν τη δυνατότητα να «διερευνήσουν το Διαδίκτυο», δύσκολα θα παρέβλεπαν την ύπαρξή του, καθώς το μέγεθος των χρηστών του διπλασιάζεται κάθε χρόνο και τα ΜΜΕ, έντυπα και ηλεκτρονικά, του παρέχουν μεγάλη δημοσιότητα. Στην πράξη το Internet είναι η πρώτη τεχνολογία που απέκτησε τέτοια παγκοσμιότητα.

Ωστόσο, οι μελετητές της επικοινωνίας ως πρόσφατα παρέβλεπαν το Διαδίκτυο και τις δυνατότητες του, για πολλούς λόγους. Κυρίως το θεωρούσαν ένα μέσο επικοινωνίας για τους φοιτητές, τους πανεπιστημιακούς και για όσους «πέρναγαν τον καιρό τους» είτε από χόμπι είτε από συνήθεια στους ηλεκτρονικούς υπολογιστές τους. Στην πράξη, οι μελετητές θεωρούσαν ότι η «επικοινωνία» μέσω Internet λίγο είχε να κάνει με τα επικοινωνιακά μοντέλα, αφού τα περισσότερα από αυτά ήταν εστιασμένα στην έντυπη και ηλεκτρονική μαζική επικοινωνία και ενημέρωση. Επιπρόσθετα, η επικοινωνία μέσω του ηλεκτρονικού υπολογιστή αρχικά θεωρήθηκε ότι αποτελούσε

μία εκδοχή της διαπροσωπικής επικοινωνίας και οι εφαρμογές της ήταν περιορισμένες.

Η οτάση πολλών μελετητών της επικοινωνίας απέναντι στους ηλεκτρονικούς υπολογιστές ήταν μάλλον αποσπασματική. Κι αυτό γιατί αρχικά συνέκριναν τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές με τα τηλέφωνα και απέρριπταν τη δυνατότητα επικοινωνίας μέσω των πρώτων. Στην πράξη δεν αποδέχονταν ότι το Internet θα μπορούσε να αποτελέσει μέσο μαζικής επικοινωνίας. Ωστόσο, βασικό στοιχείο των μέσων επικοινωνίας είναι η στενή σχέση τους με τις τεχνολογικές εξελίξεις. Ο Μάρσαλ ΜακΛούαν το είχε ήδη διαπιστώσει από τη δεκαετία του '60, όταν επισήμανε τη στενή σχέση που υπάρχει ανάμεσα στην τεχνολογία και τη χρήση ενός μέσου στο μήνυμα και το περιεχόμενό του.

Αναθεώρηση απόψεων

Η ευρεία ανάπτυξη μιας νέας επικοινωνιακής τεχνολογίας, όπως το Internet, οδηγεί τους μελετητές να αναθεωρήσουν τις απόψεις τους. Ωστόσο, το Διαδίκτυο δεν είναι απόλυτα ένα «μαζικό μέσο». Στην πράξη είναι ένα πολυπρόσωπο, μαζικό και παράλληλα διαπροσωπικό μέσο, με βασικό χαρακτηριστικό ότι περιλαμβάνει πολλές διαφορετικές μορφές επικοινωνίας. Οι ποικίλες μορφές

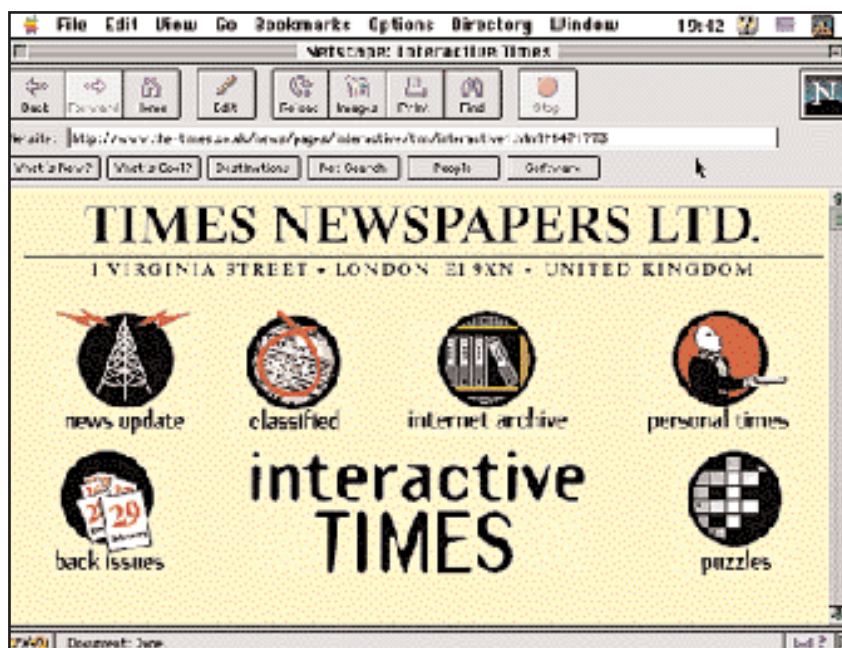
του δείχνουν τη σχέση που υπάρχει ανάμεσα στη διαπροσωπική και τη μαζική επικοινωνία και τα πολλαπλά επίπεδα επικοινωνίας, που λειτουργούν στο επίπεδο της κοινωνίας, όπως έχει τονίσει ένας άλλος γνωστός θεωρητικός της επικοινωνίας, ο Ντένις ΜακΚουέλ.

Όλα αυτά σημαίνουν ότι το Internet προσφέρει την ευκαιρία να αναθεωρηθούν οι απόψεις των μελετητών για τη μαζική επικοινωνία και τη σχέση της με το κοινό. Κι αυτό γιατί το Internet αμφισβητεί τα βασικά χαρακτηριστικά της παραδοσιακής επικοινωνιακής σχέσης ανάμεσα στην πηγή, το μήνυμα και τον αποδέκτη. Σε τελική ανάλυση, προσφέρει νέες διαστάσεις στα παραδοσιακά μοντέλα της επικοινωνιακής θεωρίας και έρευνας. Η επικοινωνία μέσω του Internet μπορεί να πάρει πολλές μορφές, από τις σελίδες του δικτύου ή του World Wide Web (Παγκόσμιου Ιστού), οι οποίες μπορεί να καθορίζονται είτε από μεγάλους ειδησεογραφικούς οργανισμούς που έχουν εισχωρήσει στο δίκτυο, είτε από τις ομάδες χρηστών, τις «Listerv» ή τις «Usenet» που συζητούν μεταξύ τους για διάφορα θέματα που τους ενδιαφέρουν, ανταλλάσσοντας μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Οι μορφές της επικοινωνίας στο Internet μπορούν επίσης να αλληλοδιαπλέκονται, καθώς

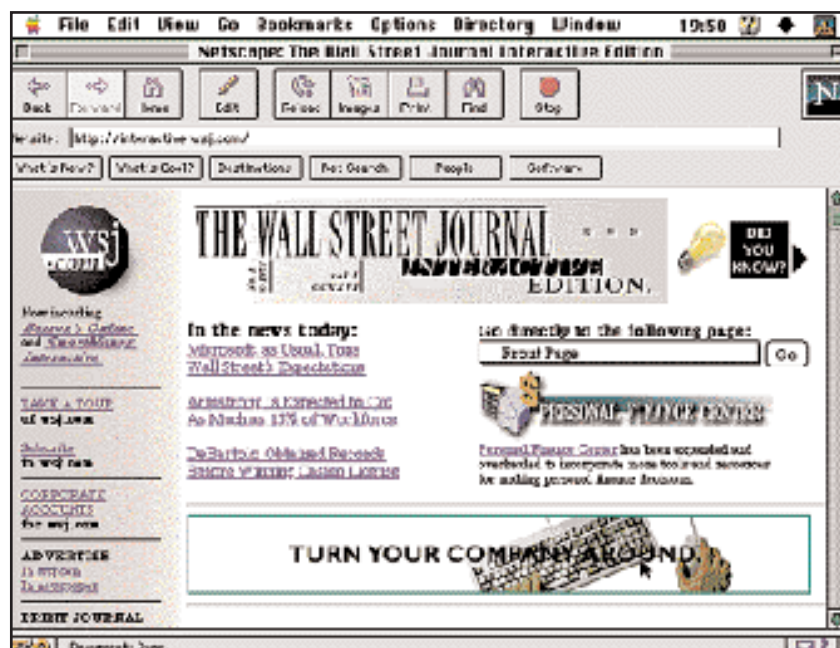
κάθε πόλος μπορεί να είναι ταυτόχρονα, πομπός και δέκτης. Οι πομποί των μηνυμάτων ενδέχεται να αποτελούνται είτε από ένα άτομο ή μια κοινωνική ομάδα, είτε από μια ομάδα Listserv ή Usenet κι όλους αυτούς να τους βρει κάποιος σε μια σελίδα του Δικτύου, όπου τους παραπέμπει. Τα μηνύματα, πάλι, ποικίλλουν –μπορεί να είναι παραδοσιακά δημοσιογραφικά άρθρα, που έχουν γραφεί από ένα ρεπόρτερ, ή ιστορίες που έχουν σταδιακά συντεθεί από πολλούς ανθρώπους, ή και απλές συνομιλίες. Οι αποδέκτες ή το κοινό αυτών των μηνυμάτων μπορεί, επίσης, να αποτελούνται από ένα ως πολλά –ενδεχομένως, εκατομμύρια– άτομα, τα οποία τη μία φορά μπορούν να παίζουν το ρόλο του δέκτη και την άλλη του πομπού και παραγωγού μηνυμάτων.

Οι μορφές της επικοινωνίας

Η επικοινωνιακή διαδικασία μέσω του Internet συνήθως έχει τέσσερις διαστάσεις: (α) *ασύγχρονη επικοινωνία μεταξύ δύο ατόμων*, όπως το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, (β) *ασύγχρονη επικοινωνία μεταξύ πολλών ατόμων*, όπως οι περιπτώσεις των Usenet και Listservers, που απαιτούν από το δέκτη να εγγραφεί σε μια υπηρεσία ή να ενταχθεί σ' ένα πρό-



Τα μεγαλύτερα περιοδικά και εφημερίδες στον κόσμο έχουν δημιουργήσει τις δικές τους ηλεκτρονικές εκδόσεις, από τις οποίες επιχειρούν να προσεγγίσουν με διαφορετικό τρόπο τους νυν αναγνώστες τους και να δημιουργήσουν νέους.



γραμμα για να αποκτήσει πρόσβαση σε μηνύματα γύρω από ένα συγκεκριμένο θέμα ή θέματα συζήτησης, (γ) *συγχρονική επικοινωνία*, η οποία μπορεί να συντελείται μεταξύ δύο ατόμων, μεταξύ ενός και λίγων ή ενός και πολλών, και μπορεί να οργανωθεί γύρω από ένα θέμα, την κατασκευή ενός αντικειμένου, παιχνίδια, καθώς και εμπορικές υπηρεσίες, και (δ) *ασύγχρονη επικοινωνία*, που χαρακτηρίζεται από την υποχρέωση του δέκτη να ανακαλύψει τη θέση του πομπού, προκειμένου να έχει πρόσβαση σε πληροφορίες, που τον ενδιαφέρουν και τον αφορούν π.χ., σε διάφορες διευθύνσεις (sites) στο Δίκτυο. Μ' άλλα λόγια, η σχέση του δέκτη στην επικοινωνιακή διαδικασία μέσω του Διαδικτύου αναθεωρεί τα δεδομένα της μαζικής επικοινωνίας, με αποτέλεσμα όλο και περισσότεροι προμηθευτές ενημέρωσης να εισχωρούν σ' αυτό. Στις μέρες μας, όλο και περισσότερες επιχειρήσεις δημιουργούν «σελίδες» για άτομα που θέλουν να αποκτήσουν πρόσβαση στις υπηρεσίες τους ή σε πληροφορίες σχετικές μ' αυτές τις υπηρεσίες. Τα ΜΜΕ –εφημερίδες, περιοδικά, ραδιόφωνα και κανάλια– δημιουργούν τις δικές τους ηλεκτρονικές σελίδες,

αποσκοπώντας να αποκτήσουν τον δικό τους χώρο στο Δίκτυο και να καταστούν σταδιακά εμπορικά βιώσιμες. Αλλά ΜΜΕ πάλι, εισχωρούν στο Internet εξαιτίας της ανησυχίας τους να μη χάσουν τις ευκαιρίες της νέας εποχής.

Από την άλλη πλευρά, νέα ερωτήματα προκύπτουν, π.χ. πώς το κοινό θα έχει πρόσβαση στις υπηρεσίες του κυβερνοχώρου. Τους ερευνητές τους απασχολεί κυρίως ποιες θα είναι οι επιδράσεις του Internet στο κοινό και πώς αυτό τελικά θα χρησιμοποιηθεί, π.χ., μόνο για ψυχαγωγία και πληροφόρηση ή θα αναδειχθεί σ' ένα λειτουργικό ισοδύναμο άλλων ψυχαγωγικών μέσων. Αλλά συναφή ερωτήματα, είναι κατά πόσο υπάρχουν αρνητικές επιδράσεις στα νεότερα μέλη του κοινού, από την ανεξέλεγκτη χρήση και νομή του Δικτύου, που –επί του παρόντος– δεν υπόκειται σε καμία ρύθμιση (π.χ., πορνογραφία και άλλα συναφή θέματα). Υπάρχουν ακόμη, ερωτήματα που αφορούν τον εθισμό του κοινού σε συγκεκριμένους τύπους επικοινωνίας και ψυχαγωγίας μέσα από τη χρήση του Internet.

Η αξιοπιστία είναι ένα άλλο ζητήμα. Τα παραδοσιακά ΜΜΕ μπορούν,

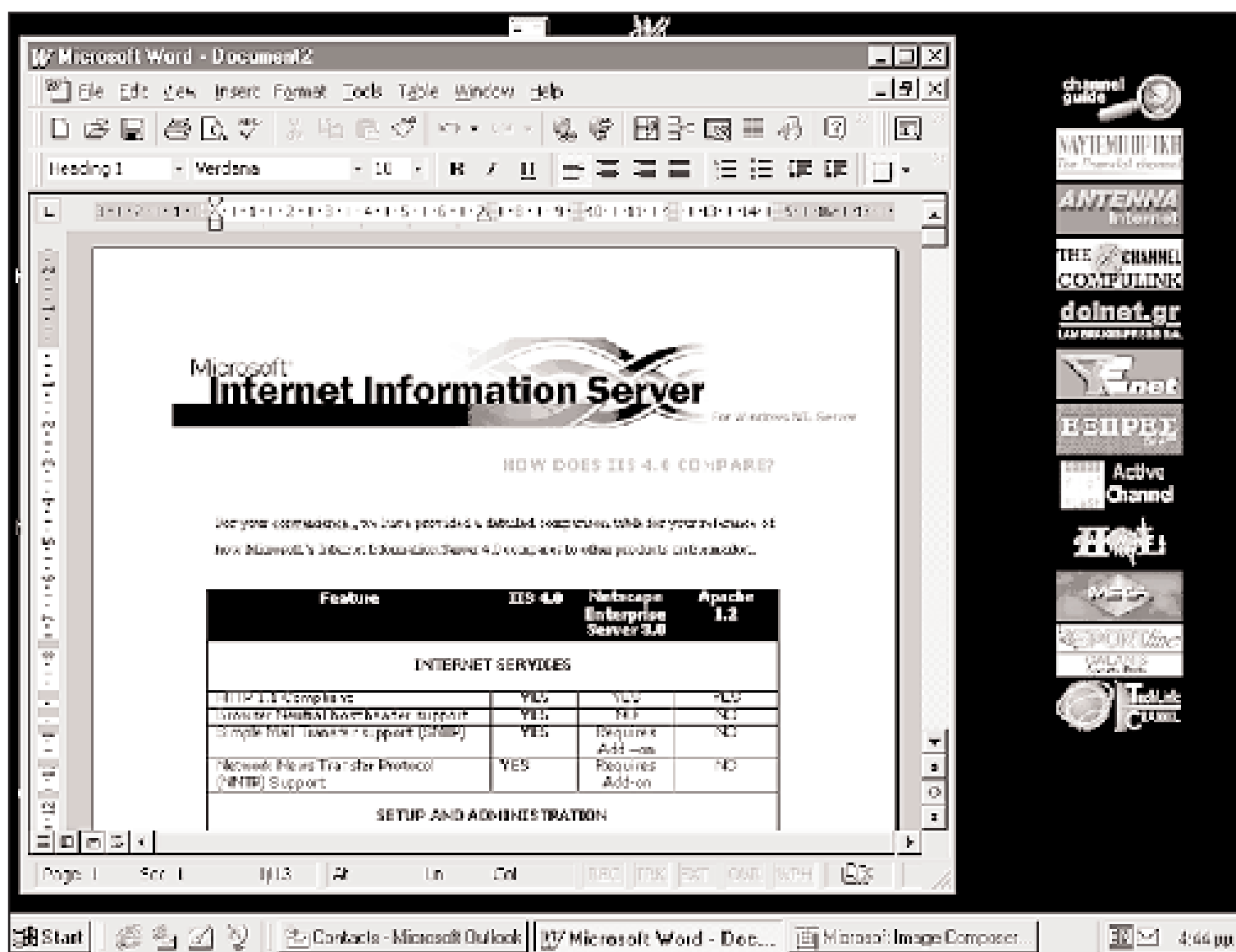
λίγο-πολύ, να ελεγχθούν όσον αφορά την αξιοπιστία τους. Ωστόσο, στο Internet, όπως πολλές φορές έχει συμβεί, πολλοί μπορούν να παρέμβουν στα μηνύματα των πομπών και να «περάσουν» ψευδή και ανυπόστατα μηνύματα. Αν τα παραδοσιακά Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας διευθετήσαν το ζήτημα στη δομή των οργανισμών τους, όπως π.χ., με τον έλεγχο που κάνουν οι διευθυντές και οι αρχισυντάκτες στα άρθρα των συντακτών, για να προσδιορίσουν ποια πληροφόρηση είναι ακριβής, στο Internet κάτι τέτοιο είναι δύσκολο να πραγματοποιηθεί. Στην πράξη, ή επί του παρόντος, το «φορτίο» του ελέγχου αξιοπιστίας επιβαρύνει το χρήστη, ο οποίος καλείται να αποφασίσει πόσο αξιόπιστη είναι κάθε πηγή ή μήνυμα που παραλαμβάνει.

Γεγονός είναι, πάντως, ότι το Internet αποτελεί μια νέα μορφή μαζικής επικοινωνίας. Κι είναι νέα, διότι μεταβάλλει την παθητική θέση που συνήθως είχε ο αποδέκτης στην επικοινωνιακή διαδικασία. Για πρώτη φορά στα χρονικά της μαζικής επικοινωνίας, μπορούμε να βρούμε ένα μεγάλο, ενδεχομένως μαζικό, αριθμό ατόμων να μεταδίδει πληροφορίες σ' έναν εξίσου τεράστιο αριθμό

ατόμων. Σε πλήρη αντίθεση με την εποχή του Γουτεμβέργιου, όπου μόνο οι τυπογράφοι-εκδότες μπορούσαν να μεταδώσουν πληροφορίες, στην εποχή του Internet όποιος διαθέτει έναν ηλεκτρονικό υπολογιστή, ένα μόντεμ και μια τηλεφωνική γραμμή, μπορεί να γίνει εκδότης εφημερίδας, ραδιοφωνικός ή τηλεοπτικός παραγωγός. Πρόκειται για τη μεγαλύτερη επανάσταση στην ιστορία της επικοινωνίας από τότε ως τις μέρες μας. Πρόκειται για μια νέα οικονομία της πληροφορίας και την απαρχή μιας επικοινωνίας που δεν είναι μονόδρομη ή αμφίδρομη, αλλά πολυεπίπεδη, πολυπρόσωπη, μαζική και ταυτόχρονα εξατομικευμένη. Το Internet είναι ένα μοναδικό μαζικό μέσο επικοινωνίας, γιατί δεν σέβεται σύνορα και κυβερνήσεις, είναι παγκόσμιο. Είναι το μέσο που καθιστά τον αποδέκτη της πληροφορίας πομπό και αντίστροφα. Είναι το μέσο στο οποίο οι υπηρεσίες θα πρέπει να αναζητηθούν, ανάλογα με τα ενδιαφέροντα και τις προτιμήσεις των συμμετεχόντων στην επικοινωνιακή διαδικασία, και είναι –τέλος– το μόνο μέσο που το περιεχόμενό του μπορεί να αλλάξει καθώς μεταδίδεται, σύμφωνα με τις ανάγκες των χρηστών.

Νέα εποχή στην πληροφόρηση

Μέσω του Microsoft Explorer, οι ειδήσεις φθάνουν σε συνεχή ροή στον χρήστη



Περίπου αυτή τη μορφή θα έχει η οθόνη του υπολογιστή σας (εφ' όσον χρησιμοποιείται Windows 95) στην περίπτωση που εγκαταστήσετε τα ελληνικά κανάλια (channels) πληροφόρησης του Internet Explorer 4.0.

Του **Γιώργου Αυγεράκη**

Διευθυντή τμημάτων Internet & Application Developer στην Microsoft Hellas

ΕΝΑ από τα ιδιαίτερα σημαντικά χαρακτηριστικά του Παγκόσμιου Ιστού (World Wide Web) –της υπηρεσίας δηλαδή που «ευθύνεται» για την εκπληκτική εξάπλωση του Internet– είναι η δυνατότητα πρόσβασης και ανάγνωσης της πληροφορίας σε μια σειριακή μορφή. Ο χρήστης επιλέγει, με το ποντίκι του υπολογιστή, τις λέξεις κλειδιά που θα μεταφέρουν στην οθόνη του τις πληροφορίες που αυτός επιλέγει, και η «εξερεύνηση» του πλούσιου πληροφοριακού χώρου του Δικτύου γίνεται εννοιολογικά και θεματολογικά και όχι απαραίτητα με σειριακό τρόπο (όχι με γραμμική ροή πληροφόρησης, δηλαδή). Το μοντέλο αυτό λειτουργίας του παγκόσμιου ιστού βασίζεται στην απόφαση του χρήστη ως προς την επιλογή του τι θα επιλέξει να δει στην οθόνη του. Οι υπηρεσίες πληροφόρησης και οι πολλές διαφορετικές ιστοσελίδες (Web sites) απλώς «υπάρχουν» με

την ξεχωριστή τους διεύθυνση στο Internet –με διαθέσιμες πληροφορίες, σε οποιαδήποτε μορφή– και ο χρήστης με μια «on demand» ή κατ' απάντηση λογική αποφασίζει πότε και ποια πληροφορία θα αναζητήσει. Ετσι, ο χρήστης του Internet προσαρμόζει τη χρήση του Δικτύου κάθε φορά που συνδέεται σ' αυτό, αναλόγως με το είδος ή τη μορφή της πληροφορίας και την ταχύτητα πρόσβασής του στον κόμβο που την περιέχει. Η ανάμειξη, λοιπόν, του χρήστη είναι καθοριστική και απαραίτητη προϋπόθεση για την πλοήγησή του στο Internet. Να τονίσουμε, όμως, ότι η διαδικασία πλοήγησης στο Δίκτυο και αναζήτησης πληροφοριών γίνεται ολοένα και πιο δύσκολη, καθώς το Internet αυξάνεται με ραγδαίους ρυθμούς, τόσο σε πολυπλοκότητα όσο και σε όγκο πληροφοριών. Επίσης, θα πρέπει να σημειωθεί ότι ειδικά οι αρχάριοι χρήστες βρίσκουν τις διαδικασίες αυτές ακόμη πιο δύσκολες και χρονοβόρες. Αν μάλιστα προσθέσουμε σε όλα αυτά και την αξία που έχει ο διαθέσιμος χρόνος όλων μας

και πώς αυτός καταναλώνεται στο δίκτυο, είναι εύκολο να αντιληφθούμε κάποιες ανεπάρκειες του παραπάνω μοντέλου όσο και τη σημασία μιας πιο αυτοματοποιημένης, αξιόπιστης διαδικασίας.

«Σπρώχνοντας» την πληροφόρηση

Ετσι αναπτύχθηκαν σιγά σιγά οι τεχνολογίες «push» ή το λεγόμενο μοντέλο «push» πληροφορίας με στόχο την αποτελεσματικότερη αντιμετώπιση της πλοήγησής μας στο δίκτυο και τη μεταφορά προς το χρήστη της «λογικής» των άλλων μέσων, του ραδιοφώνου και της τηλεόρασης –προσεγγίζοντας το Internet ως μέσο «μετάδοσης» πληροφορίας. Όπως είναι γνωστό, ο όρος που περιγράφει τη μετάδοση πληροφοριών μέσω ραδιοφώνου ή τηλεόρασης είναι το Broadcasting. Όπως καταλαβαίνετε από τη λέξη «push», το ζητούμενο είναι να «σπρώξουμε» πληροφόρηση στον υπολογιστή του χρήστη με τη μικρότερη δυνατή παρέμβασή του και –ιδανικά–

στο χρόνο που τον διευκολύνει. Όσο μεγαλύτερος ο όγκος της πληροφορίας που μεταφέρεται στον υπολογιστή του χρήστη και όσο περισσότερες οι δυνατότητες για τη μετέπειτα εξερεύνησή του, τόσο το καλύτερο. Ο όρος Webcasting, που προέρχεται φυσικά από τη λέξη Broadcasting, γεννήθηκε για να περιγράψει μια νέα τάξη πραγμάτων στην πληροφόρηση μέσω Internet. Με το Webcasting, όπως πολύ πετυχημένα το υλοποιεί σε ευρύτατη κλίμακα η Microsoft στο νέο της browser Internet Explorer 4.0, εννοούμε την αυτοματοποιημένη παροχή προσωποποιημένης πληροφόρησης στον υπολογιστή του χρήστη Internet. Με πιο απλά λόγια, η τεχνολογία αυτή περιγράφει μια διαδικασία συνεχούς εκπομπής πληροφορίας σε μορφή κειμένου, ήχου, γραφικών, εικόνων και video, μέσω του Internet και του Web, που μεταδίδεται αυτοματοποιημένα στον χρήστη καθ' όλη τη διάρκεια της σύνδεσής του με το Δίκτυο –ακόμα και αν ασχολείται με οποιαδήποτε άλ-

λη εργασία στον υπολογιστή του. Η τεχνολογία αυτή είναι ιδιαίτερα χρήσιμη για τον χρήστη και υλοποιείται μέσω ενός ειδικού τρόπου, που ουσιαστικά επιτρέπει στον «παραγωγό» της πληροφορίας –στον Web Server δηλαδή– να «σπρώχνει», να διαθέτει την πληροφορία προς τον «δέκτη» της εκπομπής, που είναι ο υπολογιστής του χρήστη. Εδώ θα πρέπει να τονισθεί ότι η πληροφορία αυτή έχει τη μορφή πολυμέσων (multimedia) και ότι ο χρήστης ορίζει τη διαδικασία ως προς τις παραμέτρους όγκου και χρονικών ορίων της εκπομπής, ενώ φυσικά μπορεί να επιλέξει να μη δέχεται πληροφόρηση μέσω αυτού του μοντέλου, αν δεν το επιθυμεί.

Γιατί αναπτύχθηκε το νέο αυτό μοντέλο παροχής περιεχομένου στο Internet; Και γιατί είναι σημαντικό για τους πολυάριθμους χρήστες του Δικτύου; Γιατί η παραδοσιακή λειτουργία browsing –δηλαδή ανάγνωσης περιεχομένου– του Δικτύου παρουσιάζει σήμερα μια σειρά από προβλήματα και προκλήσεις για τους χρήστες του Internet. Κατ' αρχήν, είναι πλέον πολύ δύσκολο για τον χρήστη να βρει εύκολα τις πληροφορίες και τα θέματα που τον ενδιαφέρουν – και αυτό λόγω του τεράστιου όγκου περιεχομένου στο Δίκτυο. Η δυνατότητα πρόσβασης σε άπειρες πλέον ιστοσελίδες κάνει ιδιαίτερα δύσκολη την εύρεση της «σχετικής» πληροφορίας κατά τη διάρκεια της εξερεύνησης του Internet. Ακόμα κι αν ο χρήστης βρει τη «σχετική» πληροφορία ή τα θέματα που τον ενδιαφέρουν, είναι δύσκολο στη συνέχεια να παρακολουθήσει και να ελέγξει τι έχει αλλάξει ή τι καινούργιο έχει προστεθεί στις αντίστοιχες ιστοσελίδες. Αντίθετα, μάλιστα, θα καταναλώσει πολύ περισσότερο χρόνο στην ανίχνευση μιας σειράς από ιστοσελίδες που τον ενδιαφέρουν, για να εντοπίσει τυχόν ενημερωμένα ή νέα στοιχεία... Τέλος, η αύξηση του πλούτου της πληροφορίας, που σημαίνει μεγάλο όγκο δεδομένων προς μεταφορά στον χρήστη, έχει κάνει την ανάγνωση περιεχομένου μέσω «αργής» σύνδεσης, μια «πονεμένη» ιστορία...

Τα Κανάλια του Webcasting

Για την αντιμετώπιση των προβλημάτων αυτών, η τεχνολογία του Webcasting παρέχει σε κάθε χρήστη αυτόματη μετάδοση δεδομένων και offline πρόσβαση (σε στιγμή δηλαδή που ο χρήστης δεν έχει σύνδεση με το Δίκτυο) στις πληροφορίες και στις ιστοσελίδες που χρησιμοποιεί πιο συχνά. Αυτό, το νέο «push» μοντέλο της παροχής περιεχομένου, έχει δημιουργήσει ένα νέο κύμα τεχνολογίας, που φέρνει μια επανάσταση στον τρόπο με τον οποίο ο χρήστης λαμβάνει πληροφορία από το δίκτυο.

Όπως και στα παραδοσιακά μέσα,



Αν προτιμάτε να λαμβάνετε πληροφορίες από το εξωτερικό, στην παραπάνω φωτογραφία βλέπετε πώς θα είναι η οθόνη του υπολογιστή σας αν εγκαταστήσετε δέκα αμερικανικά κανάλια. Τα απεικονιζόμενα κανάλια είναι τυχαία επιλεγμένα, καθώς υπάρχει η δυνατότητα επιλογής από έναν κατάλογο περίπου 400 καναλιών.

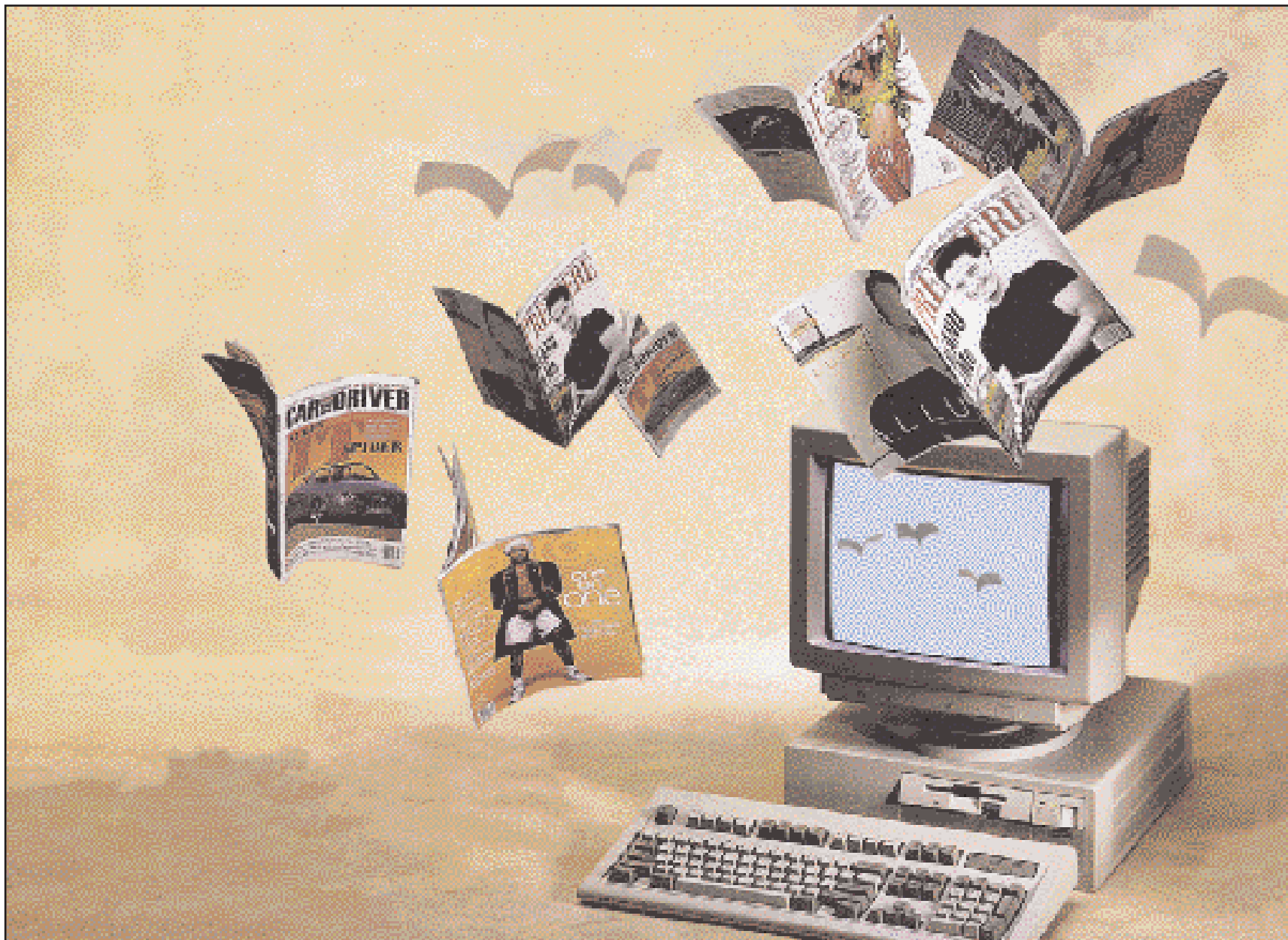
η μετάδοση της πληροφορίας με την τεχνολογία Webcasting γίνεται μέσω Καναλιών (channels). Μέσα από τα Κανάλια αυτά, τα οποία αποτελούν πλέον τη νέα τάση του Internet, η πληροφορία μεταδίδεται συνεχώς –ή «σπρώχνεται» αν προτιμάτε– στον υπολογιστή του χρήστη. Έτσι, ο χρήστης μπορεί, ανάλογα με τα ενδιαφέροντά του, να επιλέξει ποια Κανάλια τον ενδιαφέρουν (όπως ακριβώς επιλέγει κανάλι τηλεόρασης, με το τηλεκοντρόλ) και να ρυθμίσει τον browser του να τα παρακολουθεί αυτόματα και να μεταφέρει τις πληροφορίες στη οθόνη του υπολογιστή του. Ένα τέτοιο Κανάλι θα μπορούσε, για παράδειγμα, να είναι ένα πληροφοριακό service μιας εφημερίδας, μέσω του οποίου, οι ειδήσεις θα μπορούσαν να «στέλνονται» αυτόματα σε ενδιαφερόμενους χρήστες. Με απλά λόγια, τεχνολογικά, η ουσιαστική διαφορά ενός channel από ένα κανονικό Web server, είναι η προσθήκη των κατάρ-

τηλων αρχείων στο Web site που τροφοδοτούν τον browser στα οριζόμενα από τον χρήστη κανονικά διαστήματα των νέων, ενημερωμένων πληροφοριών. Επίσης, οι προσθήκες αυτές «λένε» στον browser τι καινούργιο υπάρχει, πού να το βρει και κάθε πότε να εξετάζει τον Web server, ώστε αυτός να του «σπρώξει» την πληροφορία.

Οδηγώντας τις εξελίξεις αυτές, η Microsoft παρέχει με τον Internet Explorer 4.0 μια υψηλή τεχνολογία Webcasting, που επιτρέπει την εύκολη δημιουργία «push περιεχομένου», δίνει τη δυνατότητα ανάπτυξης λύσεων για οικιακούς και επιχειρηματικούς χρήστες και εισάγει ένα ανοικτό πρότυπο, το οποίο φέρνει τάξη και διαλειτουργικότητα σε μια σημερινή κατακερματισμένη αγορά.

Ταυτόχρονα, ο Microsoft Internet Explorer 4.0 είναι ο πλέον κατάλληλος client –ή Web browser– για την αυτοματοποιημένη λήψη περιεχο-

μένου με την τεχνολογία Webcasting στον προσωπικό υπολογιστή του χρήστη, παρέχοντας ένα ιδιαίτερα ισχυρό περιβάλλον για την πλήρη αξιοποίηση του μοντέλου αυτού μετάδοσης πληροφορίας. Σήμερα, σε περισσότερες από 30 χώρες λειτουργούν πάνω από 400 προεγκατεστημένα στο λειτουργικό σύστημα Κανάλια πληροφόρησης ειδικά για τον Microsoft Internet Explorer 4.0 παρέχοντας πλούσιο, προσωποποιημένο περιεχόμενο σε πολλές διαφορετικές γλώσσες στα εκατομμύρια χρηστών του Δικτύου. Έτσι, σε κάθε χώρα, ο χρήστης του Internet Explorer 4.0 βρίσκει έτοιμα, προεγκατεστημένα στο PC του, Κανάλια πληροφόρησης σημαντικών Παροχών Περιεχομένου της χώρας αυτής, στη γλώσσα του, με βάση ειδικές συμφωνίες της Microsoft με τους οργανισμούς αυτούς πληροφόρησης. Βλέπετε, η εποχή του «Internet, όπως εσείς το θέλετε» έχει ήδη φτάσει...



Διαδίκτυο και νέα διαφήμιση

Η υψηλή τεχνολογία μετασχηματίζει την πραγματικότητα σε «εικονική»

Του **Μανώλη Χαιρετάκη**

ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ είναι πάνω απ' όλα ένα αποκεντρωμένο σύστημα ταχύτατης επικοινωνίας από απόσταση· αποκεντρωμένο σε ένα βασικό επίπεδο της δομής του. Εφόσον με το να είναι το δίκτυο των δικτύων, μπορεί να δεχθεί νέα δίκτυα, τα οποία χρειάζεται να είναι εκ των προτέρων συμβατά με κάποια (δεδομένα) πρωτόκολλα επικοινωνίας.

Μια τέτοια επικοινωνιακή διαδικασία πραγματοποιείται μέσω της ηλεκτρονικής ανταλλαγής ψηφιοποιημένης πληροφορίας.

Εκτός από την πραγματική, υλική του πλευρά, και όλες τις δυνατότητες που απορρέουν από αυτήν, υπάρχει και μία φανταστική, «μυθολογική» πλευρά, που τροφοδοτείται –ασφαλώς– από την υπάρχουσα ασφάλεια, αλλά και από μία αρκετά διαδεδομένη διαδικασία (κατασκευής ιδιαίτερα θετικής εικόνας για τα νέα επιτεύγματα της τεχνολογίας). Η μυ-

θολογία για την ισχύ, τις δυνατότητες και τις εφαρμογές των νέων τεχνολογιών είναι αναγκαία για να «προετοιμασθεί» (κατ' αρχάς φαντασικά και κατόπιν υλικά) το έδαφος για την ευρύτερη δυνατή αποδοχή και εφαρμογή τους.

Η υπόσχεση αυτής της τεχνολογίας μοιάζει να φέρνει στην επιφάνεια ένα παλιό όνειρο: δηλαδή να βλέπει κάποιος τον κόσμο από το καθιστικό του, «συνδυάζοντας» τη γνώση (που μέρος της προέρχεται από τις τεράστιες βάσεις δεδομένων) με την «εμπειρία» (αυτά που φέρει ο καθένας μαζί με όσα «βλέπει»/«αισθάνεται»), μακριά από κάθε έννοια χρόνου, χώρου, τόπου· σε μία ουδέτερη άυλη ζώνη.

Μετασχηματισμός της πραγματικότητας

Στο πλαίσιο αυτό, η πραγματικότητα (σαν αντικειμενική πραγματικότητα και σαν σύνολο των καθημερινο-

τήτων των ατόμων), «βγαίνει» από τα συμφραζόμενά της, και μέσω της ψηφιακής μετατροπής της σε στοιχεία / εικόνες / δεδομένα, μετασχηματίζεται, χάνοντας την υλική της μορφή στην πορεία, σε μία τεχνολογική πραγματικότητα, μια τεχνο-πραγματικότητα, με αδιόρατες, αν όχι μηδενικές σχέσεις με την πραγματικότητα (εκείνη από την οποία ξεκίνησε). Ωστόσο, η κύρια, ίσως, δυσχέρεια σχετικά με τις εκάστοτε νέες εξελίξεις, νέες τεχνολογίες, νέους –τελικά– τρόπους να «βλέπουμε» τον κόσμο, βρίσκεται στο ότι προσπαθούμε να τις ερμηνεύσουμε μέσα από προηγούμενες έννοιες και κατηγορίες, που αντιστοιχούν στα προηγούμενα πλαίσια, στις παλαιότερες συγκυρίες. Μια τέτοια απόπειρα τείνει –αρκετές φορές– να καταλήγει σε μία ανεπάρκεια κατανόησης αυτών των εξελίξεων.

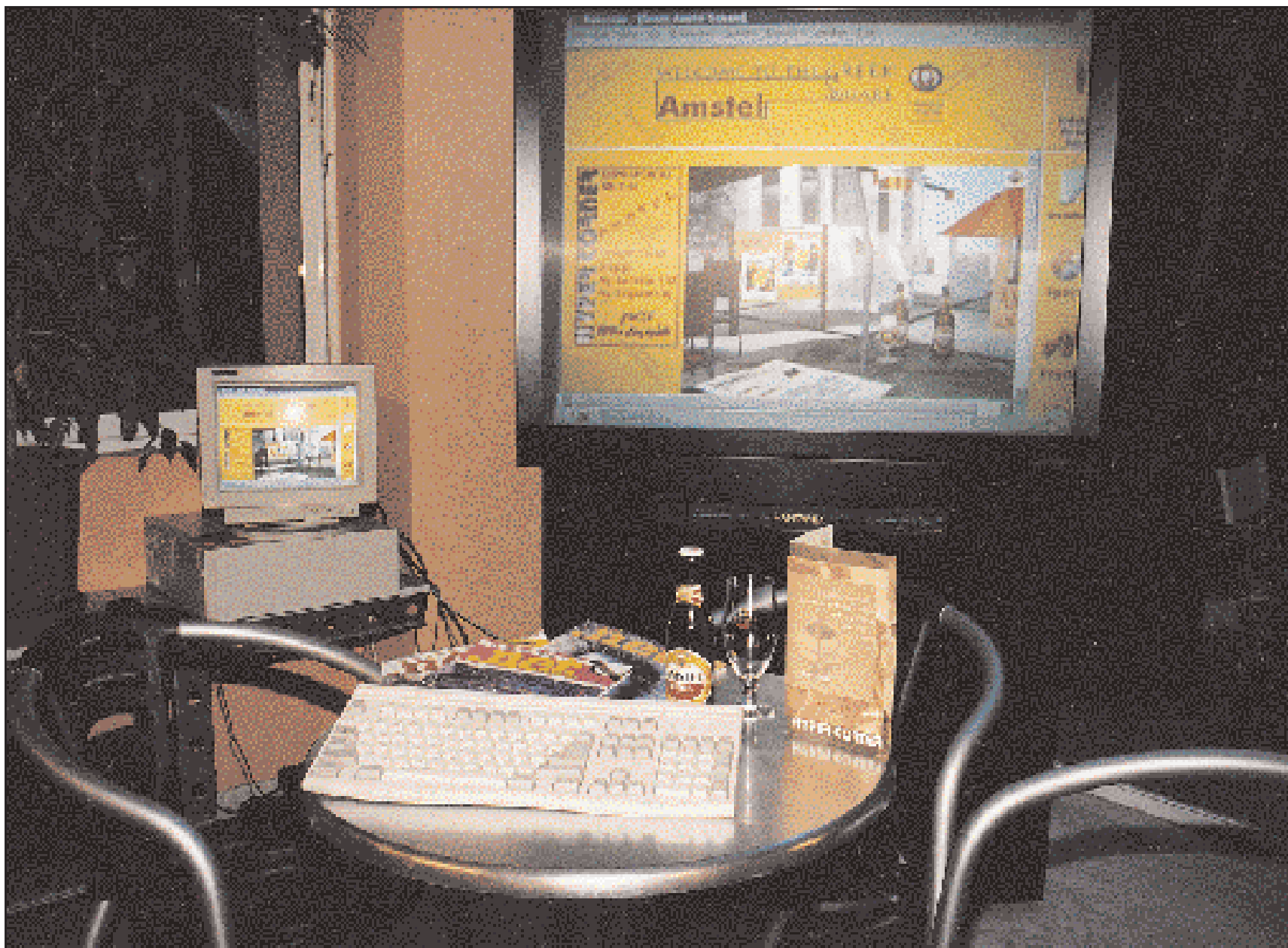
Δεν μπορούμε να «κρατάμε» την κοινωνία όπως είναι τώρα αλλά, ταυτόχρονα να αναμένουμε (ίσως με αρ-

κετή δόση αφέλειας) πως η χρήση (των) νέων τεχνολογιών θα «βελτιώσει» κάποιες όψεις, κάποιες δυνατότητές της, αλλά –συνολικά– θα την αφήσει εκεί που βρίσκεται, χωρίς να την μεταβάλλει (ουσιαστικά). Αυτό μοιάζει με ένα ιδιαίτερα βολικό ευχολόγιο, που όμως αντιτίθεται στη δυναμική των πραγμάτων (και των κοινωνιών).

Οι νέες αυτές λειτουργίες μπορούν να γίνουν κατανοητές όταν υιοθετήσουμε ένα ευρύτερο πλαίσιο που δεν περιορίζει τη συζήτηση και τις απόπειρες «ανάγνωσης» στο εσωτερικό των σύγχρονων ερμηνευτικών δομών. Δεν πρόκειται –ασφαλώς και κατά κύριο λόγο– για την εισαγωγή νέων όρων και εννοιών, αλλά για τον εκ νέου ορισμό (τις περισσότερες φορές) εννοιών που ήδη υπάρχουν.

Νέα διαφήμιση

Σημαντικά δεδομένα για έναν εκ νέου ορισμό αποτελούν δυο σημερι-



Η διαφήμιση (στην προκειμένη περίπτωση μιας γνωστής μπίρας) περνάει πια και από το Διαδίκτυο, με ειδική ιστοσελίδα και τη διοργάνωση εκδηλώσεων μέσα από αυτήν και με τη βοήθειά της.

νές πραγματικότητες των επικοινωνιακών δυνατοτήτων: η συμπίεση του χρόνου (ή ο σχεδόν μηδενισμός του) μέσω της λειτουργίας της ταυτοχρονίας, αλλά και η υπέρβαση των εμποδίων που θέτει ο χώρος.

Το Διαδίκτυο εντάσσεται, αλλά και διαμορφώνει μια νέα πραγματικότητα: ένδειξη τούτου είναι ότι έχει «δημιουργήσει» «προϊόντα» (που δεν θα μπορούσαν να ορισθούν στη συγκυρία που υπήρχε πριν από το Διαδίκτυο) όπως:

- Ο κυβερνοχώρος (cyberspace) που αποτελείται από το συνολικό δίκτυο των υπολογιστών και από την εικονική πραγματικότητα, και,

- Η τεχνολογία της εικονικής πραγματικότητας.

Αν η διαφήμιση συσχετίζεται –κατά πολλαπλούς τρόπους– με τις κοινωνίες, τότε ίσως η νέα διαφήμιση (η διαφήμιση στον κυβερνοχώρο ή στο διαδίκτυο) να υποδηλώνει τις (πολλαπλές) συσχετίσεις της με μια νέα κοινωνία.

Η διαφήμιση χειρίζεται κεντρικές όψεις του εμπορεύματος – προϊόντος (του εμπορεύματος σε μορφή προϊόντος)· μήπως η νέα διαφήμιση θα χειρίζεται (τώρα πλέον, στο νέο περιβάλλον) το εμπόρευμα – πληροφόρηση;

Η νέα διαφήμιση υπάρχει και λειτουργεί μέσα στον κυβερνοχώρο (δηλαδή στις «κοινωνίες» που υπάρχουν –και μόνο– στα δίκτυα των υπολογιστών)· άρα, δεν μπορεί να αποτελέσει μια απλή μετάγχιση μιας παλαιότερης μορφής της σε ένα νέο, διαφορετικό περιβάλλον. Θα είναι μια επικοινωνία «χωρίς ρυτίδες» (εφ' όσον ο χρόνος έχει, πλέον, σχεδόν μηδενισθεί), μια κίνηση ανάμεσα στις τόσες αναπαραστάσεις που υπάρχουν και διακινούνται στον κυβερνοχώρο.

Ριζική αναδιάρθρωση

Πρόβλημα με τη νέα διαφήμιση στο διαδίκτυο μάλλον θα υπάρξει εάν ακολουθηθεί ο προηγούμενος τρόπος χειρισμού της: μέχρι τώρα, η «εγκατάσταση» της διαφήμισης σε ένα ΜΜΕ προκαλούσε την ανάγκη της δημιουργίας κατάλληλων «περιβαλλόντων» μέσα στα οποία αυτή «εγκαθίστατο». Αν κάτι τέτοιο ανάλογο «εφαρμοσθεί» και στο διαδίκτυο, τότε θα επιφέρει, κατά πάσα πιθανότητα, μια ριζική αναδιάρθρωση, μια τμηματοποίηση κάθε είδους πληροφόρησης (που προϋποθέτει τη συνοχή), που δεν θα παρουσιάζει ουσιαστικές διαφορές από το διαμελι-

σμό του περιεχομένου (ιδίως των ηλεκτρονικών Μ.Μ.Ε.) που έχει επιφέρει –σήμερα– η υπερβολική φόρτισή τους με διαφημίσεις.

Ποιο θα είναι το δυνητικό κοινό αυτής της νέας διαφήμισης; Όσοι έχουν πρόσβαση στο Διαδίκτυο· και το δεδομένο αυτό αποτελεί άλλη μια ουσιαστική διαφορά της νέας από την προηγούμενη διαφήμιση – εφόσον μια τέτοια πρόσβαση προϋποθέτει μια οικονομική δυνατότητα. Κατά συνέπεια, η διεύρυνση του κοινού του Διαδικτύου φαίνεται να προϋποθέτει την επίλυση του προβλήματος της πρόσβασης έτσι ώστε να είναι εφικτή και για τα άτομα εκείνα που ενδιαφέρονται για αυτήν αλλά που διαθέτουν μειωμένες οικονομικές δυνατότητες.

Βέβαια, στην εποχή μας, ο δημόσιος χώρος (ή ό,τι έχει απομείνει από αυτόν) αντικαθίσταται από το χώρο των εμπορευμάτων. Ετσι, το «δημόσιο» φαίνεται να μετασχηματίζεται σταδιακά προς τη «δημοσιότητα», καθώς ο «χαρακτήρας» αντικαθίσταται από την «εικόνα» του. Και τα εμπορεύματα τείνουν προς μία συνεχή διαδικασία μικρογράφησης τους, χάνοντας τελικά, την υλική τους υπόσταση.

Μια τέτοια εξαύλωση του εμπο-

ρεύματος, όπου το εμπόρευμα απέχει, πλέον πολύ μακριά από το χώρο της υλικής πραγματικότητας, οδηγεί και προς την ανάγκη της οικοδόμησης μιας νέας οικονομίας. Τα εμπορεύματα παρουσιάζονται εξαυλωμένα –στον κυβερνοχώρο, αυτή την άμεσα (ποσοτικά) μετρήσιμη αγορά, όπου το εμπόρευμα – πληροφόρηση συνδυάζει την εικονική του μορφή (που παραπέμπει στο εμπόρευμα – προϊόν) με την ιδιαίτερα σημαντική δυνατότητα της «διανομής» του στις οθόνες όσων ενδιαφέρονται. Εξίσου σημαντικό είναι το ότι δεν υπάρχει η έννοια του αποθέματος (stock, με τη φυσική του έννοια)· τα αζήτητα απλώς εξαυλώνονται, με τον μηδενισμό της πληροφόρησης για το εμπόρευμα – πληροφόρηση.

Η διαφήμιση θα μπορεί, λοιπόν, να αποτελεί μία από τις δυνατότητες του Διαδικτύου και όχι ανάποδα· μια που κάθε νέα τεχνολογία μας εφοδιάζει με μια νέα (μερικές φορές ευρύτερη) οπτική για να βλέπουμε τα πράγματα.

Σαν παράδειγμα: ας έχουμε κατά νου πως στο Διαδίκτυο το SOS δεν αποτελεί μια έκκληση για βοήθεια (Save Our Souls), αλλά κάποιο σχόλιο: «μία από τα ίδια» (Same Old Stuff).

Το παιδί στο Διαδίκτυο

Αρκετοί οι κίνδυνοι, αλλά πολύ περισσότερες οι ευκαιρίες για τις «τρυφερές ηλικίες»



Τα παιδιά έχουν ένα μοναδικό τρόπο να ανακαλύπτουν (με την έμφυτη περιέργειά τους και την ευστροφία τους) τρόπους προσέγγισης στην πληροφορική, στήνοντας, με λίγη βοήθεια, ακόμα και ιστοσελίδες, όπως αυτή του εξημερωμένου και εκπαιδευμένου ποντικίου με το όνομα Τζούντι, το οποίο μπορεί να κάνει πολύ περισσότερα από το «ποντίκι» του κάθε υπολογιστή. (φωτ.: Ασοσιέιτεντ Πρες).

Της **Κατερίνας Καπερναράκου**

Η ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ του θέματος για τις σχέσεις Διαδικτύου και παιδιών έφερε στο προσκήνιο πολύ περισσότερες ερωτήσεις, απ' ό,τι θεμελιωμένες απαντήσεις. Πρώτον, διότι οι συνέπειες του Διαδικτύου στη μάθηση δεν έχουν επαρκώς διερευνηθεί και τεκμηριωθεί, δεύτερον, διότι τελούν ακόμα υπό συζήτηση σε διεθνές επίπεδο οι όροι πρόσβασης των ανηλίκων στο παρεχόμενο υλικό, και τρίτον, επειδή η ένταξή του στην εκπαιδευτική διαδικασία στην Ελλάδα βρίσκεται σε πολύ πρώιμο στάδιο.

Το βέβαιον είναι ότι το Internet δεν φτιάχτηκε ειδικά για παιδιά. Ωστόσο, τους προσφέρει αξιοποιήσιμο υλικό μάθησης και τους ανοίγει πρόσθετους ορίζοντες επικοινωνίας. Αρκεί οι ενήλικες να τους προσφέ-

ρουν «πυξίδα», για να μην πελαγοδρομήσουν στο αχανές δίκτυο, αναπτύσσοντάς τους την κριτική σκέψη.

Κάτι τέτοιο προϋποθέτει: α) τεχνολογικά εναλφάβητους γονείς και εκπαιδευτικούς, που αντιμετωπίζουν ορθολογικά την τεχνολογία και β) την ύπαρξη του ανάλογου εξοπλισμού. Τέτοιου είδους εγκαταστάσεις ειδικά στα σχολεία, εξυπηρετούν ποικίλες όσες ανάγκες πέραν της πληροφόρησης και επικοινωνίας μέσω του Internet. Παράλληλα, ως ένα βαθμό, ισοσταθμίζουν την ανισορροπία, η οποία προκύπτει μεταξύ των εχόντων και μη εχόντων πρόσβαση στην τεχνολογία από το σπίτι τους.

Ανοικτό σχολείο καθ' εκάστην...

Η χρησιμοποίηση του Διαδικτύου

για παιδαγωγικούς και εκπαιδευτικούς σκοπούς συνδέεται άμεσα με τον επανασχεδιασμό του σχολείου στην τεχνολογική εποχή. «Σήμερα προσφέρεται στο ελληνικό σχολείο μία μοναδική ευκαιρία, ανεκμετάλλευτη μέχρι στιγμής: το να βοηθήσει τα παιδιά να κατανοήσουν τις δυνατότητες των ηλεκτρονικών μέσων», παρατηρεί η Αλεξάνδρα Κορωναίου, επίκουρη καθηγήτρια του Τμήματος Εκπαίδευσης & Αγωγής στην Προσχολική Ηλικία, του Πανεπιστημίου Αθηνών. «Χωρίς να θεωρεί, λοιπόν, ως αποκλειστικό σκοπό του την αναπαραγωγή γνώσης, θα πρέπει με τη βοήθεια του υπολογιστή να την κατασκευάζει και να την οργανώνει, μαζί με τα παιδιά σε εξατομικευμένη ή ομαδική βάση».

Σ' αυτό το λεγόμενο «ανοικτό σχολείο» μεταπλάθεται και ενισχύεται ο ρόλος του δασκάλου, ο οποίος

δεν παραγκωνίζεται από τα ηλεκτρονικά μέσα, αλλά στηρίζεται σ' αυτά και τα χρησιμοποιεί μαζί με τους μαθητές του.

«Πιστεύουμε ότι η σχέση δασκάλου και μαθητή είναι αναντικατάστατη και πρωταρχική», σημειώνει η κ. Βίκα Γκιζελή, σύμβουλος του Παιδαγωγικού Ινστιτούτου. «Στην περίπτωση των ηλεκτρονικών πολυμέσων ο δάσκαλος υποδεικνύει στα παιδιά πώς να μαθαίνουν με την ορθή εκμετάλλευση των δυνατοτήτων τους». Ο ίδιος, πάντως, μαθαίνει μέσα από το θεσμό της επιμόρφωσης του εκπαιδευτικού.

Αλλωστε, αυτός θα κληθεί «να αναπτύξει στο παιδί καινούργιες δεξιότητες, αυτές της ενεργού αναζήτησης πληροφοριών και της κριτικής τους επεξεργασίας», επισημαίνει ο Αριστοτέλης Ράπτης, καθηγητής του Παιδαγωγικού Τμήματος

Δημοτικής Εκπαίδευσης του Πανεπιστημίου Αθηνών, που ειδικεύεται στην παιδαγωγική των υπολογιστών. Η προσέγγιση αυτή είναι απαραίτητη, ειδικά στην περίπτωση του Διαδικτύου, το οποίο προσφέρει -εκτός των άλλων- τη δυνατότητα στην εκπαίδευση να αντλήσει υλικό από τη σύγχρονη πληροφορία.

Ωστόσο, η άναρχη επίσκεψη των παιδιών σ' αυτό θα πρέπει να αποφεύγεται. Οι ατελείς μηχανές εύρεσης τους φέρνουν επιπλέον πληροφορίες και μάλιστα ασύνδετες, οι οποίες δεν καταλαβαίνουν γιατί εμφανίστηκαν. Η δε άσκοπη περιπλάνηση των παιδιών, ειδικά κατά τη φάση της διαμόρφωσης της προσωπικότητάς τους, ενδέχεται να αμβλύνει την εσωτερική τους συνοχή. «Η πληροφόρηση που προέρχεται από το Διαδίκτυο είναι ουδέτερη και μονοδιάστατη», παρατηρεί η Ελένη Λιβανίου-Καλλή, ειδική εκπαιδευτικός ψυχολόγος και πρόεδρος της Ελληνικής Εταιρείας Δυσλεξίας. «Λείπει η επαφή με τον άνθρωπο, λείπει ο τρόπος με τον οποίο θα διατυπώσει την απάντηση ή την άποψή του, που θα σε κάνει να είσαι υπέρ ή κατά...».

Στο σημείο αυτό καλείται ο δάσκαλος να αναλάβει την εκπαιδευτική πλοήγηση, «να τοποθετήσει δύο παιδιά κι όχι ένα μόνο του μπροστά στον υπολογιστή, να τα παρακινήσει να ανακαλύψουν από κοινού πληροφορίες και να ακολουθήσει συζήτηση μαζί του», προσθέτει ο κ. Ράπτης. «Ειδικά, η πληροφόρηση που θα εξεύρουν, θα μείνει αποσπασματική και κατακερματισμένη».

Ισως κάποιοι να αναρωτηθεί για το ποιος μαθητής και ποια μαθήτρια έχει την «πολυτέλεια» πρόσβασης σε αυτήν την πληροφορία, προϋποθέτοντας φυσικά και την ανάλογη υποδομή. Αξίζει να σημειωθεί ότι «το Παιδαγωγικό Ινστιτούτο θεωρεί ότι με τα ηλεκτρονικά μέσα εν γένει μπορεί να αμβλυνθούν οι ανισότητες, λόγου χάριν, με τα απομακρυσμένα σχολεία», τονίζει η κ. Γκιζελή. Ένα από τα προγράμματα, που διαχειρίζεται το Ινστιτούτο, έχει δικτυώσει σχολεία, τα οποία είτε είναι απομακρυσμένα, είτε έχουν δυσκολία πρόσβασης στις πηγές της εκπαιδευτικής πληροφορίας.

Κριτική ικανότητα: το ζητούμενο

Η χρήση του Διαδικτύου δεν μπορεί να θεωρηθεί πανάκεια για τη γνωστική ανάπτυξη του παιδιού, εφ' όσον -υπό το πρίσμα αυτό- είναι πεπερασμένη. Μπορεί, με το κατάλληλο λογισμικό που παρέχεται, να επεξηγηθεί η έννοια του απείρου στα Μαθηματικά, λόγου χάριν, αυτό όμως δεν σημαίνει ότι το ίδιο θα συμβεί και με όλη την υπόλοιπη ύλη ή με όλα τα άλλα μαθήματα.

«Η ορθή χρήση του Δικτύου προϋποθέτει ένα άτομο γνωστικά ανεπτυγμένο, με πρωτοβουλία στην αναζήτηση πρόσθετων ή αντίθετων πληροφοριών και κριτική ικανότητα», παρατηρεί η Αναστασία Κωσταρίδου-Ευκλείδη, καθηγήτρια Ψυχο-



Στις ΗΠΑ έχει κάνει ήδη την εμφάνισή του ειδικό λογισμικό - μετά τα άπειρα κρούσματα «εισβολής» ακατάλληλου δι' ανηλίκους υλικού στα σπιτικά - που επιτρέπει την πρόσβαση των νέων μονάχα σε «εγκεκριμένο» υλικό. (φωτ.: Ασοσιέιτεντ Πρες).

λογίας στο Αριστοτέλειο με ειδικευση στη γνωστική ψυχολογία. «Υπό τις συνθήκες αυτές, το Internet βοηθάει περαιτέρω στη γνωστική ανάπτυξη του παιδιού, αλλά μόνο στον τομέα με τον οποίο ασχολείται. Η χρήση του δεν αποτελεί πανάκεια, ώστε να συνεισφέρει στην ανάπτυξη κάθε παιδιού».

Φίλτρα προστασίας

Οι σχέσεις Διαδικτύου και παιδιών φέρνουν και πάλι το ζήτημα της κακοδαιμονίας της τεχνολογίας, αρχικά σε επίπεδο προστασίας και μετά σε επίπεδο επικοινωνίας και συμπεριφοράς.

Στο μεν σχολικό περιβάλλον, η προστασία των μικρών χρηστών δεν φαίνεται τόσο δύσκολη. Τα σχολικά δίκτυα συνήθως είναι κλειστά, ενώ σε κεντρικό επίπεδο (πρωτεύουσα νομού, τοπικές κοινωνίες) υπάρχει δυνατότητα τοποθέτησης φίλτρων - ειδικού λογισμικού, που παρεμποδίζει την πρόσβαση σε «επικίνδυνο» υλικό (πορνογραφικές σελίδες, ρατσιστικά κείμενα κ.λπ.). Στο Παιδαγωγικό Ινστιτούτο υπάρχει έντονος προβληματισμός σχετικά με το ποια πληροφορία από το Δίκτυο θα είναι σκόπιμο να φτάνει μέχρι τα σχολεία και πώς αυτή θα ταξινομάζεται από τους μαθητές, αναλόγως της ηλικίας τους και των αναγκών τους.

Στο μυαλό έρχεται η ενοχλητική

λέξη «λογοκρισία», ωστόσο δεν είναι η τεχνολογία που γεννά καινούργια ηθικά προβλήματα - απλώς, τα εντείνει. Οσο αναγκαίος ήταν ο προβληματισμός για την εποπτεία των παιδιών στην προψηφιακή εποχή, άλλο τόσο είναι και σήμερα...

Επειτα, δεν φταίει μόνο το Διαδίκτυο, επειδή οι νέοι παίζουν σήμερα λιγότερο από παλιά. Αν «ευθύνεται» κάτι, είναι ο διαφορετικός τρόπος ζωής, η διαφορετική κατανομή χρόνου, το ότι οι δρόμοι δεν είναι ασφαλείς και το ότι τα πάρκα σπανίζουν. Σχετικά δε με το θέμα της έλλειψης επικοινωνίας των παιδιών με συνομηλίκους και μεγαλύτερους, υπάρχει και μία άλλη άποψη. Η χρήση του Internet μπορεί να γίνεται σε συνεργασία με άλλα παιδιά ή ενήλικες. Αλλωστε, «οι τεχνολογικές αλλαγές, χωρίς να καταργούν τις παλιές σχέσεις επικοινωνίας», τονίζει η κ. Κορωναίου, «δημιουργούν καινούργιες. Η ηλεκτρονική αλληλογραφία μέσα από το Διαδίκτυο διαμορφώνει ένα άλλο κοινωνικό περιβάλλον».

Γονείς και Internet

Στην ελληνική πραγματικότητα, το Διαδίκτυο ειθισται να αντιμετωπίζεται από τους γονείς είτε σαν αποδιοπομπαίος τράγος είτε σαν τόπος μυθικός είτε σαν κάτι πολύ μοντέρνο, για να μάθουν τη χρήση του.

Μία καλή συμβουλή είναι αυτή

που δίνει ο Δρ Ανταμ Τζόινσον, λέκτορας Ψυχολογίας στο πανεπιστήμιο Γκλαμόργκαν της Ουαλλίας, ειδικευμένος σε θέματα τεχνολογίας στην εκπαίδευση: «Θα συνιστούσα στους γονείς να μην τοποθετούν τον υπολογιστή στο δωμάτιο του παιδιού, αλλά στο σαλόνι, και να παρακολουθούν με άγρυπνο μάτι τη χρήση του».

Στον κοινόχρηστο χώρο του σπιτιού, το «μηχάνημα του διαβόλου» γίνεται πολύ πιο ειρηνικό, παραπέμπει ως ένα βαθμό στη λειτουργία της τηλεόρασης, οπότε μπορεί να συγκεντρώσει γύρω του την οικογένεια. Το επόμενο βήμα είναι να ανακαλύψουν το Διαδίκτυο μικροί και μεγάλοι μαζί, αρκεί να υπερπηδηθεί ένα εμπόδιο. «Αν ξεπεράσει ο γονέας το φράγμα των χειρισμών», επισημαίνει ο Γιώργος Καραγιάννης, καθηγητής του τομέα Πληροφορικής του ΕΜΠ και διευθυντής του Ινστιτούτου Επεξεργασίας Λόγου, «μπορεί να αποδειχθεί πολύ χρήσιμος για το παιδί του σε περιβάλλον πληροφορικής. Αν μάλιστα μάθει από το ίδιο το παιδί, θα βελτιωθεί και η μεταξύ τους επικοινωνία· αλλωστε, ζούμε στην εποχή της διά βίου μάθησης».

Τα παιδιά δεν φοβούνται τα χειριστήρια και τα πληκτρολόγια, σε αντίθεση με τους γονείς τους. Ακόμα

Συνέχεια στην 30η σελίδα



Στο Ενιαίο Πολυκλαδικό Λύκειο Αθήνας, τα παιδιά «παίζει και μανθάνει» γλώσσα προγραμματισμού στην τάξη των προγραμματιστών. Ο υπολογιστής για τη δικτύωσή τους με το Internet περιμένει ήρεμος στο εργαστήριο, ώσπου να... ωριμάσουν οι συνθήκες για να επιτελέσει το έργο του. Η δικτύωση καθυστερεί-σε λόγω καταλήψεων και άλλων εγγενών δυσκολιών (Φωτ.: Γιάννης Μπαρδόπουλος).



Όλο και περισσότερες εξειδικευμένες εταιρίες κάνουν συνεχώς την εμφάνισή τους και στον ελληνικό χώρο, αναλαμβάνοντας να διδάξουν στα παιδιά μας (με ειδικό τρόπο, φυσικά) εξ απαλών ονύχων τα μυστικά των υπολογιστών και της πληροφορικής (Φωτ.: Technokids).



Συνέχεια από την 29η σελίδα
και υπό τις συνθήκες αυτές, όμως, «οι γονείς έχουν αντιληφθεί ότι το παιδί τους πρέπει να εκπαιδευθεί στη χρήση των υπολογιστών», υπογραμμίζει ο Πίτερ Μπιζάνης, υπεύθυνος του κέντρου τεχνολογικής εκπαίδευσης για παιδιά «Interactive Learning Institute (Ινστιτούτο Αμφίδρομης Μάθησης) for Children»

(Αμφίδρομη μάθηση για παιδιά). Και συμπληρώνει ο Αλέξης Χατζόπουλος, υπεύθυνος εκπαιδευτικού προγράμματος του κέντρου «Technokids»: «Προσπαθούμε να πείσουμε τους γονείς ότι ο υπολογιστής δεν μοιάζει με το βίντεο· αν απομονωθεί μπροστά του το παιδί, πιθανόν να ψάξει και σε ακατάλληλες σελίδες του Διαδικτύου. Πρόκειται για ένα

εργαλείο ψυχαγωγίας, γνώσης και επικοινωνίας, που αφορά όλη την οικογένεια».

Οι γονείς καλούνται να εκπαιδευθούν για να εκπαιδεύσουν, να προστατεύσουν και να καθοδηγήσουν στη συνέχεια τα παιδιά τους, ώστε να αναζητούν την πληροφορία, να την αξιολογούν και να την απορρίπτουν. Ειδάλλως, το να τα.... στεί-

λουν μπροστά στην οθόνη του υπολογιστή, στο δωμάτιό τους ή στο κέντρο ηλεκτρονικής εκπαίδευσης, «πιθανώς να εξελιχθεί σ' ένα είδος μπέιμπι σίτινγκ, σε έναν τρόπο εξάλειψης ενοχών και τύψεων, επειδή δεν τους αφιερώνουν το χρόνο που τους αναλογεί», υπογραμμίζει η Εύη Δάλλα, καθηγήτρια Ψυχολογίας στο Πανεπιστήμιο La Verne.

Το γλωσσάρι του Διαδικτύου

ARPANet: Ο πρόδρομος του Internet. Δημιουργήθηκε από το αμερικανικό υπουργείο Αμύνης και διαλύθηκε το 1990.

ATM (Asynchronous Transfer Mode): Μέθοδος επικοινωνίας μεταξύ υπολογιστών που χρησιμοποιείται ευρέως σήμερα, σε εφαρμογές όπως οι τραπεζικές συναλλαγές.

Browser: Πρόγραμμα που επιτρέπει στον χρήστη να «περιηγείται» στις ιστοσελίδες του Παγκόσμιου Ιστού (World Wide Web, ή απλώς WWW). Οι πιο δημοφιλείς browsers είναι ο Netscape Navigator και ο Microsoft Internet Explorer.

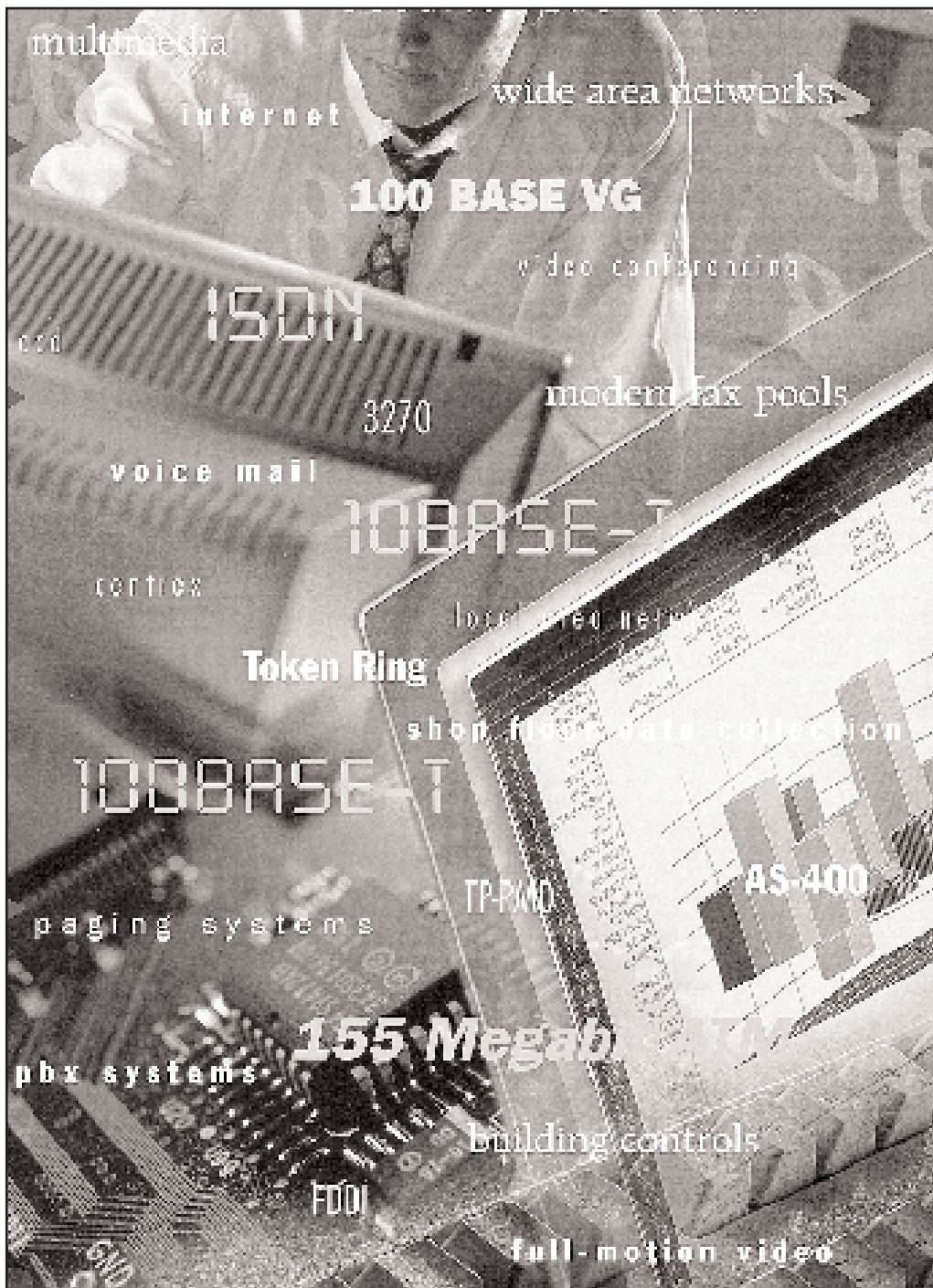
Bulletin Board ή BBS: Υπηρεσία που επιτρέπει την ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ των χρηστών, καθώς και την επανάκτηση ή αποστολή αρχείων.

CERN: Ακρωνύμιο του Ευρωπαϊκού Εργαστηρίου Μοριακής Φυσικής που βρίσκεται στη Γενεύη της Ελβετίας. Εκεί δημιουργήθηκε το World Wide Web (WWW).

Cyberspace ή Κυβερνοχώρος: Όρος που πρωτοχρησιμοποιήθηκε από τον Γουίλιαμ Γκίμπσον, στο έργο του «Νευρομάντης», αναφερόμενο σ' ένα κόσμο δημιουργημένο από υπολογιστές, στον οποίο οι χαρακτήρες του βιβλίου εισέρχονταν με την τοποθέτηση ηλεκτροδίων σε ειδικές «πρίζες» τοποθετημένες στον ανθρώπινο εγκέφαλο. Σήμερα, ο όρος χρησιμοποιείται με ευρύτερη έννοια, καλύπτοντας όλη την κουλτούρα που έχει δημιουργηθεί με τη χρήση των νέων τεχνολογιών.

Dial-up: Η σύνδεση δύο υπολογιστών μέσω των κοινών τηλεφωνικών γραμμών. Πρόκειται για τη μέθοδο που χρησιμοποιεί η συντριπτική πλειοψηφία των χρηστών, για τη σύνδεσή της με το Διαδίκτυο.

Διεύθυνση Internet: Αριθμητική διεύθυνση, που



προσδιορίζει τη θέση ενός υπολογιστή μέσα στο δίκτυο.

Downloading/Uploading: Ανάκτηση/αποστολή αρχείων και δεδομένων

E-mail ή ηλεκτρονικό ταχυδρομείο: Υπηρεσία ανταλλαγής μηνυμάτων με ηλεκτρονικό τρόπο.

FTP (File Transfer Protocol): Πρωτόκολλο που χρησιμοποιείται για τη διακίνηση δεδομένων ανάμεσα στους χρήστες ενός δικτύου.

Hacker: Χρήστης που «εισβάλλει» παράνομα στους υπολογιστές άλλων χρηστών (ιδιωτών, εταιριών, οργανισμών). Σημειώνεται, πάντως,

ότι οι χρήστες του Internet χρησιμοποιούν αυτό τον όρο όταν αναφέρονται σ' έναν πολύ έξυπνο χρήστη. Για τους παρανομούντες χρησιμοποιείται ο όρος cracker.

Hypertext: Σύνδεσμος δύο ηλεκτρονικών εγγράφων με τη χρήση υπογραμμισμένων λέξεων. Επιλέγοντας μία από τις υπογραμμισμένες λέξεις, ο χρήστης μπορεί να μεταπηδήσει από ένα αρχείο σε κάποιο άλλο, που επίσης περιέχει την επιλεγμένη λέξη.

Infohighways ή Αυτοκινητόδρομοι Πληροφοριών: Οι «αρτηρίες» μέσω

των οποίων διακινούνται με ηλεκτρονικό τρόπο πληροφορίες και δεδομένα και οι οποίες έχουν ήδη αρχίσει να υπολοποιούνται. Πρόδρομος θα μπορούσε να ισχυριστεί κανείς, ότι είναι το Internet.

Internet Protocol (IP): Το πρωτόκολλο επικοινωνίας του Internet.

IRC (Internet Relay Chat): Σύστημα on line συζήτησης για ψυχαγωγικούς σκοπούς.

Mailing list: Ομάδα χρηστών που επικοινωνούν μεταξύ τους ανταλλάσσοντας ομαδικά ηλεκτρονικά μηνύματα.

Modem: Η συσκευή που

επιτρέπει την επικοινωνία μεταξύ υπολογιστών μέσω των τηλεφωνικών γραμμών.

Netsurfing: «Ταξιδεύοντας» μέσα στο Internet. Η αγαπημένη ασχολία των νέων -και όχι μόνο- μελών του κυβερνοχώρου.

Newsgroups: Φόρουμ συζητήσεων on line μέσω της υπηρεσίας Usenet.

Παγκόσμιος Ιστός (World Wide Web, ή απλώς WWW): Σύστημα «πλοήγησης» μέσα στο Internet, το οποίο εκμεταλλεύεται κυρίως την hypertext μορφή των αρχείων.

Public domain: Λογισμικό που διανέμεται ελεύθερα, μέσω του δικτύου, και ο δημιουργός του οποίου έχει παραιτηθεί από πνευματικά δικαιώματα.

Server: Υπολογιστής που διαθέτει τα αρχεία του στους υπόλοιπους χρήστες του δικτύου.

Shareware: Λογισμικό που διατίθεται δωρεάν στην αγορά, χωρίς ο δημιουργός του να προσβλέπει σε αμοιβή.

TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol): Το αρχικό πρωτόκολλο που χρειάζεται ο χρήστης για πρόσβαση στο Internet.

Unix: Το λειτουργικό σύστημα που κυρίως χρησιμοποιείται στο Internet. Πρόκειται για ένα πολύ ισχυρό σύστημα, με αρκετά περίπλοκες εντολές.

Usenet: Παγκόσμιας εμβέλειας σύστημα διασκέψεων, αποτελούμενο από χιλιάδες newsgroups, καθένα από τα οποία έχει το δικό του θέμα συζήτησης.

Webcasting: Νέα υπηρεσία βασισμένη στην τεχνολογία push, όπου οι πληροφορίες «σπρώχνονται» προς τον χρήστη, ο οποίος έχει εκ των προτέρων επιλέξει ποιες θεματικές ενότητες τον ενδιαφέρουν. Χαρακτηρίζεται το πρώτο βήμα για τη συγχώνευση του Internet με τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης.