



REMCREAD

Empowering Refugee & Migrant Women
through Creative Methods and Digital Literacy

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ

[ΕΝΟΤΗΤΑ 2 •
Υπηρεσία κατάρτισης στον ψηφιακό
γραμματισμό]



Συγχρηματοδοτείται από
την Ευρωπαϊκή Ένωση





ΣΕ ΑΥΤΟ ΤΟ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΘΑ ΜΑΘΕΤΕ

01



Κοινή ορολογία, διαφορετικοί τύποι
διαδικτυακών πλατφορμών και τα
χαρακτηριστικά/υπηρεσίες τους

02



Πώς να επιλέξετε την κατάλληλη πλατφόρμα για
το κοινό-στόχο σας

03



Πώς να αναγνωρίζετε τους κινδύνους ασφαλείας
στα Κοινωνικά Δίκτυα

04



Πώς να δημιουργήσετε ένα προφίλ (persona) για
το κοινό-στόχο σας





ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

01

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2.1 - ΕΙΣΑΓΩΓΗ

02

**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2.2 - ΚΥΝΗΓΙ
ΘΗΣΑΥΡΟΥ ΣΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ
ΔΙΚΤΥΑ**

03

**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2.3 - ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΚΑΙ
ΜΕΤΡΑ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΣΤΙΣ ΠΛΑΤΦΟΡΜΕΣ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ**

04

**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2.4 -
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΡΟΦΙΛ**



ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2.1.1

Ορολογία Κοινωνικών Δικτύων





Κύριες πλατφόρμες κοινωνικών δικτύων



Facebook



Η πιο δημοφιλής πλατφόρμα
κοινωνικών δικτύων στον
κόσμο με πάνω από 2,9
δισεκατομμύρια χρήστες

Instagram



Πλατφόρμα φωτογραφιών/
βίντεο όπου οι χρήστες
αλληλεπιδρούν μέσω
εικόνων και βίντεο σε
διάφορες μορφές

YouTube



YouTube

Πλατφόρμα φιλοξενίας βίντεο όπου
οι χρήστες μπορούν να ανεβάζουν,
να παρακολουθούν, να σχολιάζουν,
να αξιολογούν και να μοιράζονται
βίντεο που έχουν ανεβάσει ή
ζωντανές μεταδόσεις

Tik-Tok



Πλατφόρμα κοινής χρήσης
σύντομων βίντεο, κυρίως
δημοφιλής σε νεανικό κοινό
ηλικίας 13-24 ετών



Γενική ορολογία

ΓΕΝΙΚΟΙ ΟΡΟΙ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΣΕ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΠΛΑΤΦΟΡΜΕΣ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ

#HASHTAG

Λέξη-κλειδί ή φράση που προηγείται από το σύμβολο της δέσης (#) και χρησιμοποιείται για την κατηγοριοποίηση περιεχομένου και τη διευκόλυνση της ανακάλυψής του.

FEED

Η κύρια ροή περιεχομένου που βλέπουν οι χρήστες όταν συνδέονται σε μια πλατφόρμα κοινωνικών δικτύων.

FOLLOWERS

Χρήστες που εγγράφονται για να βλέπουν τις αναρτήσεις και τις ενημερώσεις σας στα κοινωνικά δίκτυα.

TAGGING

Αναφορά σε άλλον χρήστη σε ανάρτηση ή σχόλιο, η οποία συνήθως τον ειδοποιεί.

INFLUENCER

Χρήστης με μεγάλο αριθμό ακολούθων, ο οποίος μπορεί να επηρεάσει τις απόψεις και τις αγοραστικές αποφάσεις του κοινού του.

TRENDING

Θέματα, hashtags ή περιεχόμενο που είναι αυτήν τη στιγμή δημοφιλή και συζητούνται ευρέως σε μια πλατφόρμα.



Ορολογία Instagram



ΓΕΝΙΚΟΙ ΟΡΟΙ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΣΤΟ INSTAGRAM

STORY

Μια προσωρινή ανάρτηση που εξαφανίζεται μετά από 24 ώρες, χρησιμοποιείται συχνά για πιο ανεπίσημο ή χρονικά περιορισμένο περιεχόμενο.

REELS

Σύντομα, ελκυστικά βίντεο διάρκειας έως 90 δευτερολέπτων, παρόμοια με τα βίντεο του TikTok, που χρησιμοποιούνται για ψυχαγωγία ή εκπαίδευση.

EXPLORE PAGE

Μια εξατομικευμένη σελίδα όπου οι χρήστες μπορούν να ανακαλύψουν νέο περιεχόμενο βασισμένο στα ενδιαφέροντα και τη δραστηριότητά τους.

HIGHLIGHT

Μια συλλογή από ιστορίες που επιλέγετε να διατηρήσετε μόνιμα στο προφίλ σας, συχνά οργανωμένες κατά θέματα.

CAROUSEL

Μια ανάρτηση που περιέχει πολλαπλές φωτογραφίες ή βίντεο, τα οποία οι χρήστες μπορούν να μετακινούν (swipe) για να δουν.

BIO

Το μικρό τμήμα κάτω από τη φωτογραφία προφίλ σας, όπου μπορείτε να περιγράψετε τον εαυτό σας ή το brand σας και να συμπεριλάβετε έναν σύνδεσμο.



Ορολογία Facebook



ΓΕΝΙΚΟΙ ΟΡΟΙ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΣΤΟ FACEBOOK

PAGE

Ένα δημόσιο προφίλ που δημιουργείται για επιχειρήσεις, εμπορικά σήματα, δημόσια πρόσωπα ή οργανισμούς ώστε να συνδεθούν με τους ακολούθους τους.

GROUP

Ένας χώρος κοινότητας όπου οι χρήστες μπορούν να συμμετέχουν και να αλληλεπιδρούν γύρω από κοινά ενδιαφέροντα ή σκοπούς.

NEWS FEED

Η κύρια ροή περιεχομένου στο Facebook, όπου οι χρήστες βλέπουν αναρτήσεις από φίλους, σελίδες που ακολουθούν και διαφημίσεις.

MARKETPLACE

Πλατφόρμα του Facebook για αγορά και πώληση προϊόντων μέσα σε τοπικές κοινότητες.

EVENT

Μια λειτουργία που επιτρέπει σε χρήστες ή σελίδες να δημιουργούν και να προωθούν δημόσια ή ιδιωτικά γεγονότα.

SHARE

Η ενέργεια της αναδημοσίευσης περιεχομένου κάποιου άλλου στο δικό σου προφίλ, σε μια ομάδα ή σε κάποιον μέσω ιδιωτικού μηνύματος.



Ορολογία YouTube



ΓΕΝΙΚΟΙ ΟΡΟΙ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΣΤΟ YOUTUBE

CHANNEL

Το προφίλ ενός χρήστη στο YouTube όπου δημοσιεύονται τα βίντεό του και οι θεατές μπορούν να κάνουν εγγραφή για ενημερώσεις.

LIVESTREAM

Μια λειτουργία που επιτρέπει στους χρήστες να μεταδίδουν ζωντανό βίντεο στο κοινό τους σε πραγματικό χρόνο.

SUBSCRIBE

Η ενέργεια της εγγραφής σε ένα κανάλι YouTube για να λαμβάνεις ειδοποιήσεις σχετικά με νέο περιεχόμενο.

MONETIZATION

Η διαδικασία δημιουργίας εσόδων από βίντεο μέσω διαφημίσεων, συνδρομών και χορηγούμενου περιεχομένου.

PLAYLIST

Μια επιμελημένη λίστα βίντεο που παίζουν διαδοχικά, συχνά οργανωμένη κατά θέμα ή κατηγορία.

THUMBNAIL

Η εικόνα που αντιπροσωπεύει ένα βίντεο στο YouTube, σχεδιασμένη συχνά για να προσελκύει θεατές.



Ορολογία Tik-Tok



ΓΕΝΙΚΟΙ ΟΡΟΙ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΣΤΟ ΤΙΚΤΟΚ

CREATOR

Ο τρόπος με τον οποίο αποκαλούνται οι χρήστες στο TikTok. Ωστόσο, δημοσιεύουν μοναδικά σύντομα βίντεο.

DUET

Μια λειτουργία που επιτρέπει στους χρήστες να δημιουργούν ένα βίντεο δίπλα σε ένα ήδη υπάρχον, χρησιμοποιείται για να αντιδράσουν σε βίντεο άλλου χρήστη.

STITCH

Μια λειτουργία που επιτρέπει στους χρήστες να ενσωματώνουν ένα απόσπασμα από το βίντεο άλλου χρήστη στο δικό τους.

FOR YOU PAGE (FYP)

Η κύρια ροή του TikTok, όπου το περιεχόμενο προβάλλεται με βάση τις προτιμήσεις και τη συμπεριφορά του χρήστη.

CAPTIONS

Μια επιμελημένη λίστα βίντεο που παίζουν διαδοχικά, συχνά οργανωμένη κατά θέμα ή κατηγορία.

CHALLENGE

Μια τάση όπου οι χρήστες συμμετέχουν σε μια συγκεκριμένη δραστηριότητα, συχνά χρησιμοποιώντας έναν συγκεκριμένο ήχο ή hashtag.



ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΑΝΤΑΝΑΚΛΑΣΗΣ

- Ήξερες αυτούς τους όρους;
- Τι άλλο θα πρόσθετες;





ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2.1.2

Πλατφόρμες Κοινωνικής Δικτύωσης Επισκόπηση



ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ INSTAGRAM



ΚΥΡΙΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

- Οπτικό Περιεχόμενο: Επικεντρώνεται κυρίως στην κοινοποίηση φωτογραφιών και βίντεο.
- Stories: Προσωρινές αναρτήσεις που διαρκούν 24 ώρες.
- Reels: Σύντομα, ελκυστικά βίντεο έως 90 δευτερόλεπτα.
- IGTV: Μακροσκελή βίντεο έως 60 λεπτά.
- Hashtags: Χρησιμοποιούνται για κατηγοριοποίηση περιεχομένου και αύξηση της ανακαλύψιμότητας.
- DMs (Άμεσα Μηνύματα): Λειτουργία ιδιωτικής ανταλλαγής μηνυμάτων.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

- Δημοφιλές κυρίως σε νεότερο κοινό (18-34 ετών).
- Αυξανόμενη χρήση στην ηλικιακή ομάδα 35-44 ετών.





ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

- Οπτική Αφήγηση: Ιδανικό για τη δημιουργία οπτικά ελκυστικού περιεχομένου.
- Υψηλή Αλληλεπίδραση: Οι χρήστες αλληλεπιδρούν με το περιεχόμενο μέσω likes, σχολίων και κοινοποιήσεων.
- Μάρκετινγκ με Influencers: Ισχυρή πλατφόρμα για καμπάνιες με τη συμμετοχή influencers.
- Ισχυρό Εργαλείο Branding: Εξαιρετικό για την οικοδόμηση και τη διατήρηση προσωπικού ή εταιρικού brand.

ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ

- Εξάρτηση από τον Αλγόριθμο: Η ορατότητα του περιεχομένου εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τον αλγόριθμο του Instagram.
- Περιορισμένη Κοινή Χρήση Συνδέσμων: Επιτρέπεται μόνο ένας κλικαρίσιμος σύνδεσμος στο βιογραφικό, περιορίζοντας την άμεση κίνηση σε εξωτερικούς ιστότοπους.
- Κορεσμός Περιεχομένου: Η πλατφόρμα είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστική, καθιστώντας δύσκολο το να ξεχωρίσει κανείς.



ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ Η FACEBOOK

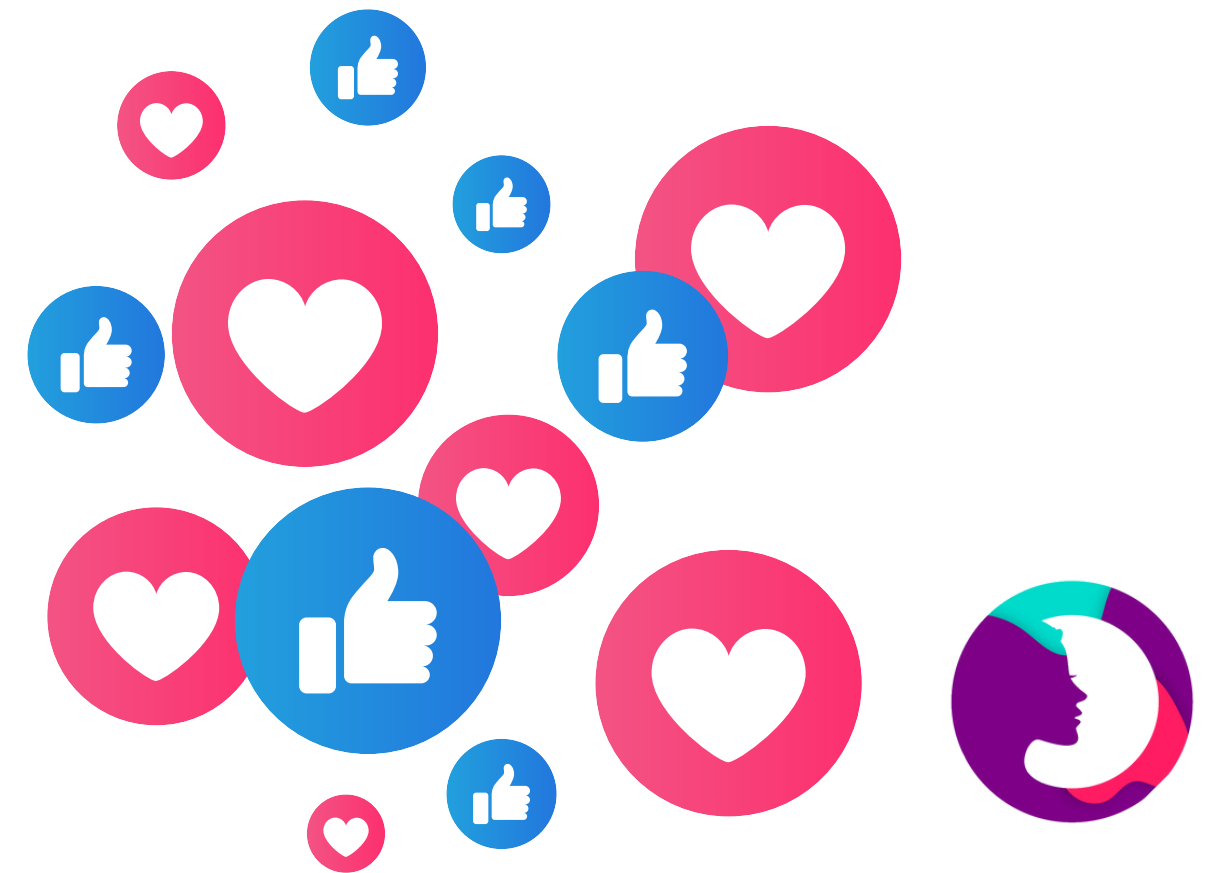


ΚΥΡΙΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

- Αναρτήσεις: Μπορούν να κοινοποιηθούν κείμενα, εικόνες, βίντεο και σύνδεσμοι.
- Stories: Προσωρινές αναρτήσεις που διαρκούν 24 ώρες.
- Ομάδες: Ιδιωτικοί ή δημόσιοι χώροι για αλληλεπίδραση κοινοτήτων.
- PAGES: Χρησιμοποιούνται από επιχειρήσεις, οργανισμούς και δημόσια πρόσωπα για σύνδεση με ακολούθους.
- Marketplace: Λειτουργία για αγορά και πώληση αντικειμένων.
- Messenger: Ενσωματωμένη εφαρμογή μηνυμάτων για άμεση επικοινωνία.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

- Ευρεία βάση χρηστών σε όλες τις ηλικιακές ομάδες.
- Ιδιαίτερα δημοφιλές στις ηλικιακές ομάδες 25-55+.





ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

- Μεγάλη Εμβέλεια: Η μεγάλη και ποικιλόμορφη βάση χρηστών το καθιστά καλή πλατφόρμα για την προσέγγιση διαφόρων δημογραφικών ομάδων.
- Δημιουργία Κοινότητας: Οι Ομάδες και οι Σελίδες επιτρέπουν τη δημιουργία και διατήρηση ενεργών κοινοτήτων.
- Προώθηση Εκδηλώσεων: Ιδανικό για την οργάνωση και προώθηση εκδηλώσεων.
- Πολλαπλές Δυνατότητες: Υποστηρίζει διάφορους τύπους περιεχομένου (κείμενο, εικόνες, βίντεο).

ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ

- Μείωση Εμπλοκής Νέων: Οι νεότεροι χρήστες μετακινούνται σε άλλες πλατφόρμες όπως το Instagram και το TikTok.
- Προκλήσεις Αλγορίθμου: Η οργανική εμβέλεια μπορεί να περιορίζεται λόγω αλλαγών στον αλγόριθμο.
- Ανησυχίες για το Απόρρητο: Συνεχείς ανησυχίες σχετικά με την προστασία των δεδομένων και την κακή χρήση τους.
- Υπερφόρτωση Περιεχομένου: Ο μεγάλος όγκος περιεχομένου μπορεί να οδηγήσει σε παράβλεψη σημαντικών αναρτήσεων.



ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ YOUTUBE

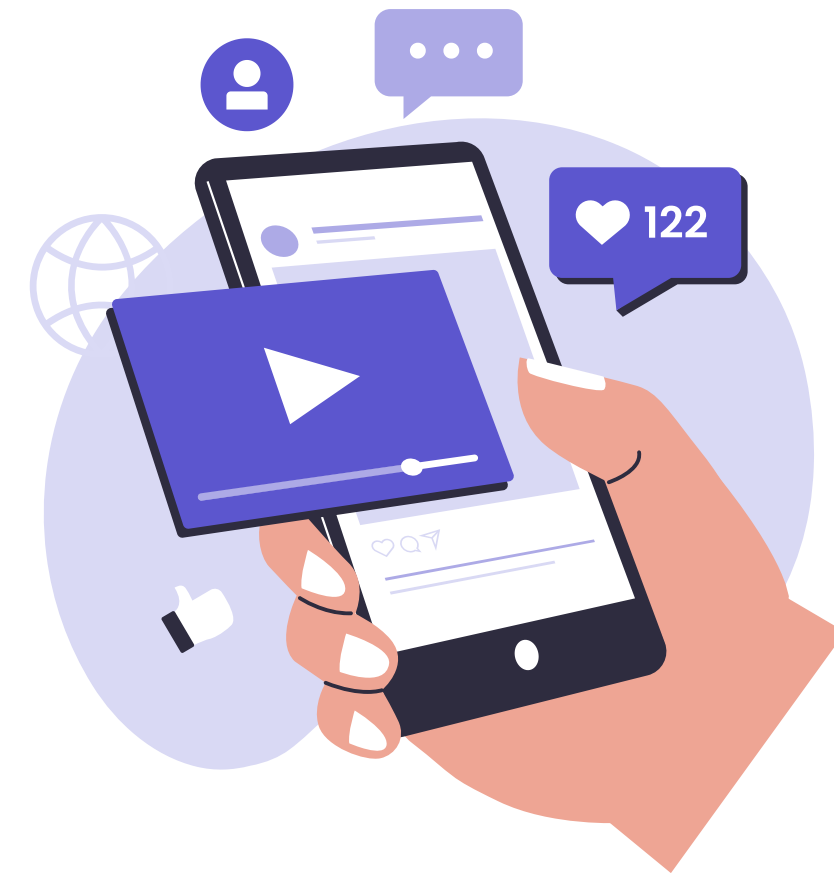


ΚΥΡΙΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

- Μακροσκελή Βίντεο: Ιδανικά για μαθήματα, vlogs, διαδικτυακά σεμινάρια και εκπαιδευτικό περιεχόμενο.
- Channels: Οι χρήστες μπορούν να κάνουν εγγραφή σε κανάλια για να ακολουθούν τους αγαπημένους τους δημιουργούς.
- Λίστες Αναπαραγωγής: Οργάνωση βίντεο σε συλλογές για ευκολότερη παρακολούθηση.
- Ζωντανές Μεταδόσεις: Επιτρέπει στους δημιουργούς να μεταδίδουν ζωντανά εκδηλώσεις ή συνεδρίες.
- Comments: Οι χρήστες μπορούν να αλληλεπιδρούν με το περιεχόμενο μέσω σχολίων και συζητήσεων.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

- Ευρύ ηλικιακό φάσμα, με ιδιαίτερη δημοτικότητα στις ηλικίες 18-49 ετών.
- Χρησιμοποιείται παγκοσμίως, καθιστώντας το προσβάσιμο σε ποικίλο κοινό.





ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

- Εκπαιδευτικό Περιεχόμενο: Η πλατφόρμα αποτελεί βασική πηγή για σεμινάρια, διαλέξεις και εκπαιδευτικά βίντεο.
- Δύναμη Μηχανής Αναζήτησης: Ως μέρος της Google, τα βίντεο του YouTube συχνά κατατάσσονται ψηλά στα αποτελέσματα αναζήτησης.
- Διαχρονικό Περιεχόμενο: Τα καλοφτιαγμένα βίντεο μπορούν να παραμείνουν επίκαιρα και να συνεχίσουν να προσελκύουν προβολές με την πάροδο του χρόνου.

ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ

- Υψηλή Απαίτηση Παραγωγής: Η δημιουργία ποιοτικού βιντεοπεριεχομένου μπορεί να είναι χρονοβόρα και να απαιτεί πολλούς πόρους.
- Κορεσμός Περιεχομένου: Με τεράστιο όγκο περιεχομένου που ανεβαίνει καθημερινά, η διάκριση μπορεί να είναι δύσκολη.
- Διαχείριση Σχολίων: Ο έλεγχος των σχολίων και η αλληλεπίδραση με την κοινότητα μπορεί να αποτελούν πρόκληση, ιδιαίτερα για μεγαλύτερα κανάλια.



ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ TIK-TOK

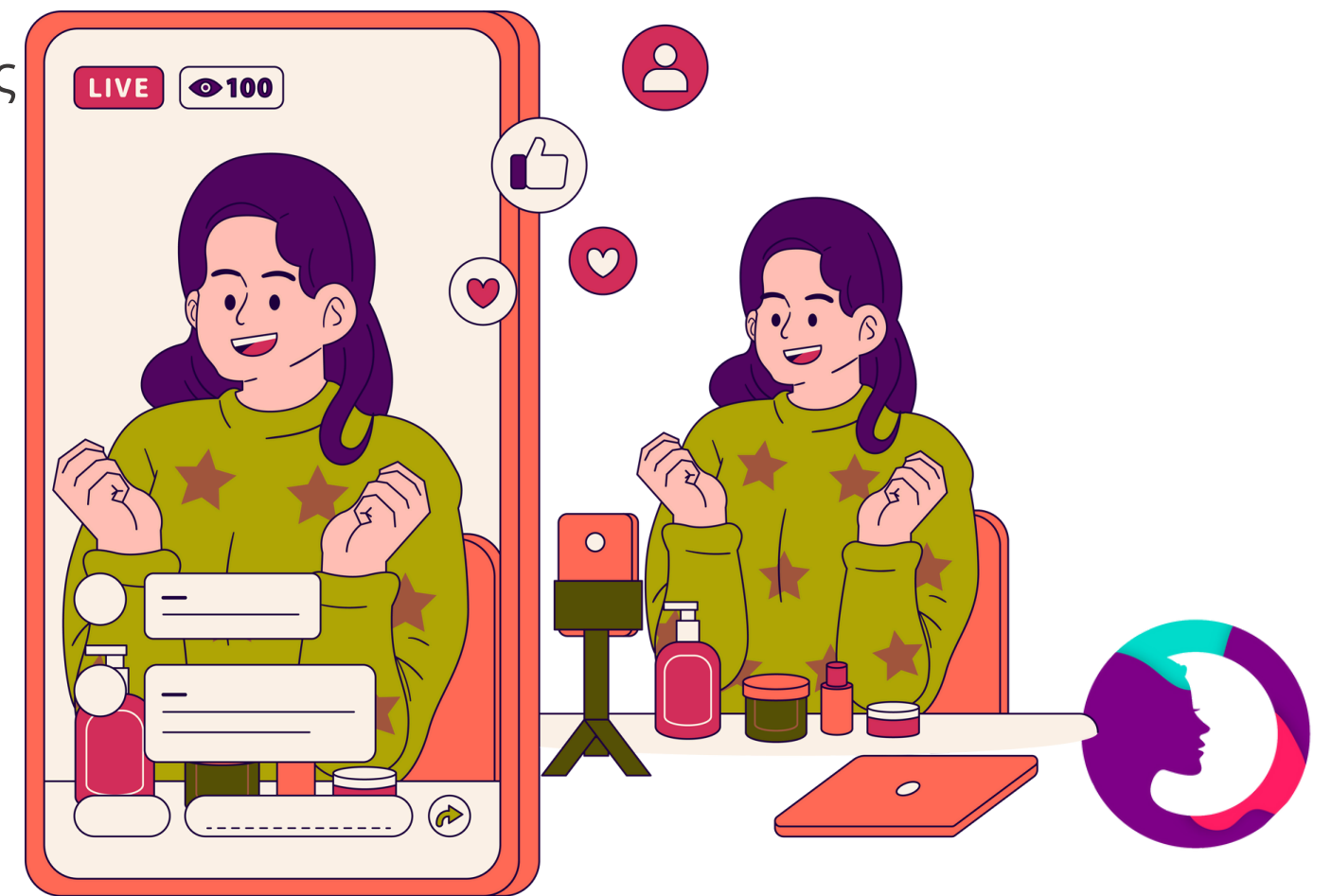


ΚΥΡΙΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

- Short-Form Videos: Βίντεο έως 3 λεπτά (τα πιο δημοφιλή συνήθως διαρκούν 15-60 δευτερόλεπτα).
- For You Page (FYP): Η κύρια ροή του TikTok, που λειτουργεί με έναν ισχυρό αλγόριθμο προτάσεων.
- Challenges: Οι χρήστες συμμετέχουν σε δημοφιλείς προκλήσεις, συχνά με συγκεκριμένα τραγούδια ή θέματα.
- Duets και Stitches: Επιτρέπουν στους χρήστες να συνεργάζονται ή να απαντούν σε περιεχόμενο άλλων.
- Filters και Effects: Διάφορα εργαλεία για δημιουργική βελτίωση των βίντεο.

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

- Κυριαρχείται από νεότερους χρήστες (13-24 ετών).
- Αυξανόμενη δημοτικότητα στις μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες (25-44 ετών).





ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

- Δυνατότητα να γίνει viral: Το περιεχόμενο μπορεί να εξαπλωθεί γρήγορα χάρη στον αλγόριθμο του TikTok.
- Δημιουργική έκφραση: Ενθαρρύνει τη δημιουργικότητα και την πειραματική προσέγγιση στο περιεχόμενο.
- Υψηλή αλληλεπίδραση: Οι χρήστες περνούν πολύ χρόνο στην εφαρμογή, κάτι που οδηγεί σε υψηλά ποσοστά εμπλοκής.
- Ποικιλία περιεχομένου: Υποστηρίζει διάφορα είδη περιεχομένου, από ψυχαγωγία έως εκπαίδευση.

ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ

- Σύντομη Διάρκεια Ζωής Περιεχομένου: Το περιεχόμενο μπορεί να ξεχαστεί γρήγορα, καθώς οι τάσεις αλλάζουν συνεχώς.
- Περιορισμένο Δημογραφικό Εύρος: Εστιάζει κυρίως σε νεότερους χρήστες, γεγονός που μπορεί να περιορίσει την αποτελεσματικότητά του σε μεγαλύτερες ηλικίες.
- Ανησυχίες για το Απόρρητο: Υπάρχουν συνεχιζόμενες ανησυχίες σχετικά με την προστασία των προσωπικών δεδομένων, ιδιαίτερα για τους νεότερους χρήστες.





ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2.2

Κυνήγι Θησαυρού στα Κοινωνικά Δίκτυα





ΕΡΓΑΣΙΑ

Χωρίστε την ομάδα σε τέσσερις υποομάδες και δώστε σε κάθε μία μια πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης. Μοιράστε τα αντίστοιχα φύλλα εργασίας. Οι ομάδες έχουν 30 λεπτά να ολοκληρώσουν τις δραστηριότητες και στη συνέχεια να παρουσιάσουν τα αποτελέσματά τους στην ολομέλεια.



ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2.3.

Κοινωνικά Δίκτυα Κίνδυνοι και Μέτρα Ασφαλείας





ΕΡΓΑΣΙΑ

Χωρίστε την ομάδα σε τέσσερις ή περισσότερες υποομάδες και δώστε σε κάθε ομάδα ένα σενάριο. Ζητήστε τους να το συζητήσουν με βάση τις ερωτήσεις που υπάρχουν στο κάθε φύλλο εργασίας. Έχουν 20 λεπτά στη διάθεσή τους.





Κύρια ζητήματα ασφάλειας στα Κοινωνικά Δίκτυα

INSTAGRAM

Παραβιάσεις Ιδιωτικότητας

Cyberbullying
(Ηλεκτρονικός Εκφοβισμός)

Πίεση από Influencers

FACEBOOK

Παραπληροφόρηση
και Ψεύτικες Ειδήσεις

Απόρρητο Δεδομένων

Απάτες και Phishing
(Ηλεκτρονικό
Ψάρεμα)

TIKTOK

Επικίνδυνες
Προκλήσεις και Τάσεις

Παραβίαση της
Ιδιωτικότητας

Ακατάλληλο Περιεχόμενο

YOUTUBE

Θέματα Πνευματικών
Δικαιωμάτων

Απάτες

Ρητορική μίσους στα
σχόλια



ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2.4.

Δημιουργία προφίλ χαρακτήρα (persona)





Τι είναι μια persona;



- Μια persona είναι ένα φανταστικό προφίλ, βασισμένο στο ιδανικό και πραγματικό κοινό σας. Δημιουργείται με βάση προηγούμενη έρευνα και πραγματικά δεδομένα.
- Περιγράφει το υπόβαθρο, τις ανάγκες, τους στόχους, τις προκλήσεις, τις συνήθειες, τις συμπεριφορές και τα κίνητρά τους, ώστε να τους κατανοήσετε καλύτερα και να δημιουργήσετε περιεχόμενο που θα συνδεθεί μαζί τους.

Σας βοηθά να:

- Δείτε τον κόσμο από την οπτική τους γωνία
- Επιλέξετε την κατάλληλη πλατφόρμα και μορφή
- Επικοινωνήσετε με τρόπο που κατανοούν και συνδέονται μαζί σας





ΕΡΓΑΣΙΑ

Χωρίστε την ομάδα σε μικρότερες υποομάδες και δώστε σε κάθε ομάδα ένα φύλλο εργασίας με ένα πρότυπο για τη δημιουργία μιας persona.

Κάθε ομάδα θα δημιουργήσει μια persona βασισμένη στους ανθρώπους με τους οποίους συνήθως συνεργάζεται και που θα ήθελε να προσεγγίσει καλύτερα μέσω της επικοινωνίας της.





Παράδειγμα χαρακτήρα (persona)

Όνομα: Olena

Βασικά στοιχεία: 35 ετών — Ουκρανή, ήρθε πριν 4 μήνες, ζει με τον έφηβο γιο της. Μιλά Ουκρανικά, βασικά Πολωνικά και λίγα Αγγλικά.

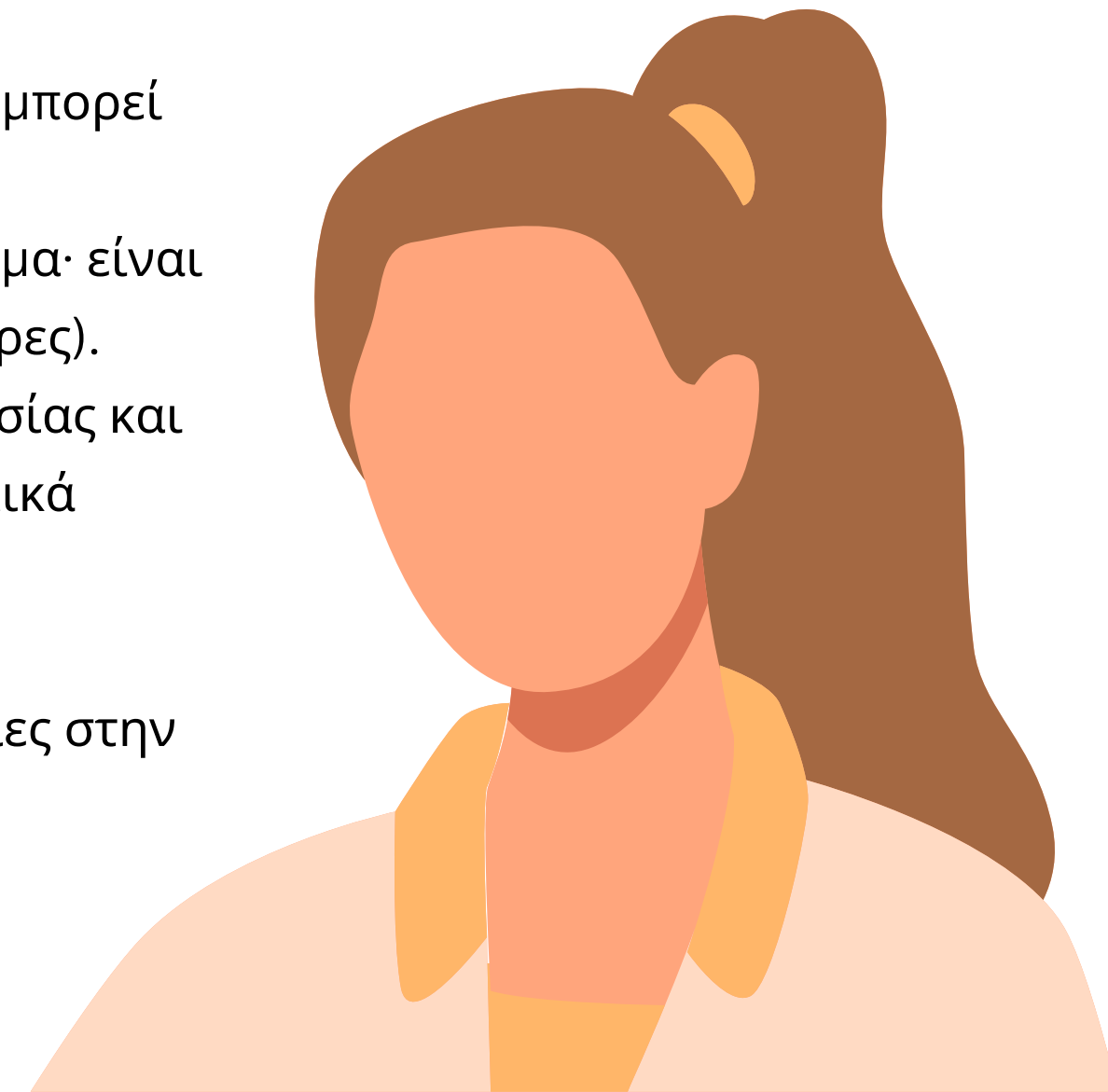
Ψηφιακό προφίλ & συσκευές: iPhone (μεσαίας κατηγορίας) με προπληρωμένη κάρτα SIM· περιστασιακή χρήση δωρεάν δημόσιου Wi-Fi.

Ψηφιακές δεξιότητες: Μεσαίο επίπεδο — χρησιμοποιεί Facebook, Instagram, Telegram, YouTube· μπορεί να κατεβάξει εφαρμογές· δεν είναι πάντα σίγουρη για τις ρυθμίσεις απορρήτου.

Καθημερινή ρουτίνα & χρόνος στο διαδίκτυο: Εργάζεται μερικής απασχόλησης σε τοπικό κατάστημα· είναι online κυρίως κατά τη διάρκεια του διαλείμματος για μεσημεριανό και τα βράδια (συνολικά 1–2 ώρες).

Στόχοι & κίνητρα (top 3): Βελτίωση των τοπικών γλωσσικών δεξιοτήτων (Πολωνικά), Εύρεση εργασίας και επαγγελματικής εκπαίδευσης, Επαφή με φίλους και οικογένεια στην Ουκρανία, Ενημέρωση για τοπικά γεγονότα και πόρους της κοινότητας.

Προκλήσεις (top 3): Περιορισμένο τοπικό κοινωνικό δίκτυο, Αβεβαιότητα σχετικά με αξιόπιστες πληροφορίες στο διαδίκτυο, Ανησυχίες για απάτες και παραπληροφόρηση στο διαδίκτυο, Δυσκολίες στην πλοήγηση σε κυβερνητικές ιστοσελίδες στην τοπική γλώσσα.





Παράδειγμα χαρακτήρα (persona)

- **Αξιόπιστες πηγές & δίκτυα:** Ομάδες στο Facebook της ουκρανικής κοινότητας, κανάλια Telegram από ΜΚΟ.
- **Προτιμήσεις περιεχομένου:** Σύντομα, ενημερωτικά βίντεο (1–3 λεπτά) με υπότιτλους στα ουκρανικά, πληροφοριακά γραφήματα με απλά εικονίδια και λιγότερο κείμενο, οπτικοί οδηγοί βήμα προς βήμα, θετικός και ενθαρρυντικός τόνος.
- **Ανησυχίες για ιδιωτικότητα & ασφάλεια:** Αποφεύγει να αναρτά την προσωπική της τοποθεσία σε πραγματικό χρόνο, μοιράζεται φωτογραφίες επιλεκτικά, κυρίως με κοντινούς φίλους/οικογένεια, θέλει να κρατά ξεχωριστή την προσωπική και επαγγελματική της ζωή στο διαδίκτυο.
- **Κορυφαίες 2–3 πλατφόρμες που πιθανόν να χρησιμοποιεί:** Instagram (ακολουθεί σελίδες της ουκρανικής διασποράς, τοπικά γεγονότα, ανακοινώσεις εργασίας, περιεχόμενο μαγειρικής/DIY), TikTok (συμβουλές γλώσσας, έξυπνα κόλπα ζωής, βίντεο κινήτρων, περιλήψεις ειδήσεων).

Ιδέες περιεχομένου:

1. Instagram Reel στα ουκρανικά: «3 Δωρεάν Τοπικές Εκδηλώσεις Αυτή την Εβδομάδα» με φωτογραφίες και υπότιτλους.
2. Βίντεο TikTok (κάτω από 30 δευτ.): «Απλές Πολωνικές Φράσεις για Ψώνια» με κείμενο στην οθόνη.
3. Instagram Story highlights: «Βοήθεια για Ουκρανούς» με πόρους για στέγαση, δουλειές και μαθήματα γλώσσας.





ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΑΝΤΑΝΑΚΛΑΣΗΣ

- Τι νέες γνώσεις αποκομίσατε για την ομάδα-στόχο σας κατά τη δημιουργία της persona;
- Πώς αλλάζει ο τρόπος που σχεδιάζετε το περιεχόμενο όταν σκέφτεστε από την οπτική γωνία της persona;
- Ποια βήματα μπορείτε να ακολουθήσετε για να διασφαλίσετε ότι το περιεχόμενό σας είναι σεβαστό και πολιτισμικά ευαίσθητο;





REMCREAD

Empowering Refugee & Migrant Women
through Creative Methods and Digital Literacy

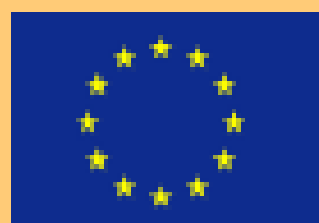
**"ΣΤΑΜΑΤΕΙΣΤΕ ΝΑ
ΟΝΕΙΡΕΥΕΣΤΕ ΚΑΙ
ΑΡΧΙΣΤΕ ΝΑ ΚΑΝΕΤΕ"**





REMCREAD

Empowering Refugee & Migrant Women
through Creative Methods and Digital Literacy



Συγχρηματοδοτείται από
την Ευρωπαϊκή Ένωση

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι αποκλειστικά των/ των συγγραφέων και δεν αντανακλούν απαραίτητα τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή της Εκτελεστικής Υπηρεσίας Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε η EACEA μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνες γι' αυτές.

Project no. 2023-1-PL01-KA220-ADU-000156610

Περισσότερες πληροφορίες για το έργο:

<https://www.remcreadwomen.eu/>

