Αφήγηση ιστορίας μέσα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

# Έχουμε μια ιστορία να μοιραστούμε μαζί σας

Καλώς ήρθατε στην πλοήγηση του εκπαιδευτικού μας υλικού.



Creativity Web Tool Kit \* 2022





Co-funded by the European Union

## Πώς να κινητοποιήσεις ένα ακροατήριο & η αφήγηση ιστοριών στο πέρασμα του χρόνου

Οι σημαντικές ιστορίες διαμορφώνουν την άποψή μας για τον κόσμο. Αυτό είναι κάτι που ξεκινά από την παιδική μας ηλικία - καθώς παρακολουθούμε τις ιστορίες των φίλων μας στο Instagram, όταν ακούμε τις τρυφερές ιστορίες από τη νιότη των παππούδων μας και όταν διαβάζουμε τους γνωστούς ελληνικούς μύθους, όπως του Θησέα με τον Μινώταυρο. Η εγγενής επιθυμία για επικοινωνία και τριβή με τους άλλους έφερε τους ανθρώπους πιο κοντά όποτε είχαν ιστορίες να καταγράψουν. Αυτές οι αφηγήσεις αποτελούν βασικό στοιχείο της κοινωνικής συνοχής και των πολιτισμικών αλλαγών και μπορεί να οδηγήσουν σε πολλά συμπεράσματα σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο η κοινωνία λειτουργεί αναφορικά με τα προβλήματα της κάθε εποχής.

και να ενδιαφέρονται για τα ίδια θέματα. κλιματικής αλλαγής στις μέρες μας.



Creativity Web Tool Kit \* 2022

Συχνά οι καλύτεροι αφηγητές ή παραμυθάδες είναι εκείνοι που καταφέρνουν να ταυτιστούν με το κοινό τους, να κάνουν τους ακροατές τους να συμπάσχουν

Η αφήγηση γίνεται ακόμη πιο αποτελεσματική όταν οι αφηγητές παρακινούν το κοινό να αναλάβει δράση υπέρ ενός καλού δημόσιου σκοπού όπως είναι ο ακτιβισμός κατά της





**Co-funded by** the European Union

## Θες να το δοκιμάσεις μόνος σου;

Πολλά διαφορετικά στοιχεία, όπως οι μύθοι, η ιστορία και η εθνική μας ταυτότητα, αλληλοσυνδέονται μέσα στο πέρασμα των αιώνων μέσα από πολλές και σημαντικές ιστορίες συγκρούσεων, πολέμων, εξουσίας, αλλά και μέσω της τέχνης αλλά και των ηθικών διδαγμάτων όσων έζησαν πριν από εμάς. Οι μύθοι και η αφήγηση αποτέλεσαν συχνά τα μέσα για να μπορεί η κοινωνία να σχολιάζει τα τρέχοντα θέματα με πλάγιο τρόπο. Δια μέσου των αιώνων, αναπτύχθηκαν εκλεπτυσμένες τεχνικές αφήγησης προκειμένου να υποστηρίξουν τη μετάδοση ενός μηνύματος.

Γι' αυτό το λόγο εμείς σχεδιάσαμε έναν οδηγό 6 βημάτων για να σας βοηθήσουμε με ορισμένες από αυτές τις τεχνικές και να σας δείξουμε πώς εφαρμόζονται στην ψηφιακή εποχή, προκειμένου να συνδεθείτε με τους νέους, στοχεύοντας σε έναν πιο "πράσινο" πλανήτη όπου θα ζουν ενεργοί, κοινωνικά ευαίσθητοι και δραστήριοι πολίτες.



- **1.** <u>Παραδοσιακή αφήγηση | Από τον Όμηρο στην ψηφιακή</u> **εποχή** (Σελίδες 4 – 11)
- 3. Το εργαλείο μας: Συλλογική αφήγηση με χρήση ομάδων του facebook (Σελίδες 34 - 39)
- 4. <u>Οδηγός χρήσης του εργαλείου Ξεκλειδώστε τη δύναμη των</u> <u>ομάδων facebook με δύο παραδείγματα</u> (Σελίδες 40 - 75)
- συλλογική αφήγηση: (Σελίδες 76 79)
- 6. <u>Ερωτήσεις και απαντήσεις σχετικά με τη δημοσίευση σε άλλες</u>
  - πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Σελίδες 80 87)

Creativity Web Tool Kit 🗚 2022

# Το εργαλείο μας σε 6 βήματα

- 2. Πώς να χρησιμοποιήσετε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για
  - να πείτε μια ιστορία Παραδείγματα σε 5 διαφορετικές
  - <u>πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης</u> (Σελίδες 12 33)

**5.** <u>Γιατί να χρησιμοποιήσετε τις ομάδες στο facebook για</u>

# Η παραδοσιακή αφήγηση ΙΣΤΟΡΙΩΝ

Από τον Όμηρο στην ψηφιακή εποχή

Πίσω στα περιεχόμενα

Creativity Web Tool Kit \* 2022







Co-funded by the European Union

## **Τι είναι η παραδοσιακή αφήγηση;** Η τέχνη του καλού παραμυθά

Η τέχνη της αφήγησης ιστοριών προφορικά και γραπτά ήταν ο τρόπος που χρησιμοποιούσαν όλοι οι αρχαίοι πολιτισμοί για να πουν τις ιστορίες τους στον κόσμο.

Ο ελληνικός, ο ετρουσκικός και ο ρωμαϊκός πολιτισμός χρησιμοποιούσαν τους βάρδους ή τους προφορικούς αφηγητές (όπως τους ραψωδούς), τα φυσικά μνημεία, ακόμη και τους τάφους, για να μεταδώσουν τις ιστορίες τους σε οποιονδήποτε επιθυμούσε να ακούσει.

Σύμφωνα με έναν ορισμό από την Melody Jo Buckner (Πανεπιστήμιο της Αριζόνα, ΗΠΑ), η παραδοσιακή αφήγηση περιλαμβάνει έναν αφηγητή που μεταδίδει μια συμπαγή ιστορία σε ένα ή περισσότερα ακροατήρια, χρησιμοποιώντας **διάφορους λεκτικούς τόνους, φυσικές χειρονομίες και εκφράσεις του προσώπου** για να προκαλέσει τις αντιδράσεις και τη συμμετοχή του κοινού. Αυτή η διαδικασία προϋπόθετε ότι η βασική δομή της ιστορίας δεν άλλαζε ποτέ. Σύμφωνα με το λεξικό της IGI Global, οι τεχνικές που χρησιμοποιούνταν για την παραδοσιακή αφήγηση μπορούν να οριστούν ως μια καθιερωμένη ή συνηθισμένη πρακτική ανταλλαγής γνώσεων, ερμηνείας των εμπειριών ή μετάδοσης της συλλογικής σοφίας ενός πολιτισμού σε άλλους, μέσω της προφορικής αφήγησης, του γραπτού λόγου ή των εικονογραφήσεων. Οι περισσότερες ιστορίες έχουν έναν συγκεκριμένο σκελετό δραματικής εξέλιξης, με μια **καθορισμένη αρχή, μέση και τέλος.** 

## Μια σύντομη αναδρομή Από τον Όμηρο στον Χάνσελ και την Γκρέτελ

Η ιστορική αναδρομή στην τέχνη της αφήγησης μάς πηγαίνει πίσω χιλιάδες χρόνια. Οι πρώτες ιστορίες του ανθρώπινου πολιτισμού χαράχτηκαν και ζωγραφίστηκαν μέσα σε σπηλιές, απεικονίζοντας σκηνές και δραστηριότητες της καθημερινής ζωής του προϊστορικού ανθρώπου, όπως η κατασκευή όπλων και το κυνήγι άγριων ζώων (το πιο σημαντικό παράδειγμα αυτού είναι το σπήλαιο Chauvet στη Νότια Γαλλία). Ταξιδεύοντας αρκετούς αιώνες αργότερα, συναντούμε τους δημοφιλείς Έλληνες αφηγητές όπως ήταν ο Αίσωπος και ο Όμηρος, που έφτιαξαν ιστορίες γνώριμες στους αρχαίους Έλληνες ήδη από τον 120 αιώνα π.Χ. Όλες αυτές οι ιστορίες συνθέτουν τον όρο «μυθολογία» (η ελληνική λέξη «μύθος» σημαίνει «ένα ιδιαίτερο είδος ιστορίας που προσπαθεί να ερμηνεύσει κάποιες όψεις του κόσμου που μας περιβάλλει» και η λέξη «λόγος» που σημαίνει ομιλία).

Αυτοί οι δύο διάσημοι βάρδοι ενθουσίαζαν το κοινό τους με προφορικές ιστορίες που λέγονταν από μνήμης και αφορούσαν διάφορα γεγονότα όπως η πτώση των Τρώων έως διάφορους μύθους όπως η Χελώνα και ο Λαγός, και συχνά συνοδεύονται από μουσική και θέατρο.

Εκτός από τη μυθολογία, οι αρχαίοι Έλληνες χρησιμοποιούσαν επίσης την εκφραστική δύναμη του δράματος για να διερευνήσουν τον κόσμο στον οποίο ζούσαν και να εξερευνήσουν τι σήμαινε να είσαι άνθρωπος. Το αρχαίο ελληνικό δράμα είχε τρία είδη: την κωμωδία, τη σάτιρα και το σημαντικότερο όλων, την τραγωδία, με τον Αισχύλο, τον Σοφοκλή, τον Ευριπίδη και τον Αριστοφάνη να αποτελούν τους σημαντικότερους θεατρικούς συγγραφείς της αρχαίας Ελλάδας.

Ένα άλλο εξαιρετικό παράδειγμα αφήγησης ιστοριών είναι η Βίβλος. Γράφτηκε το 1.300 π.Χ., με ιστορίες, μύθους και θρύλους για βασιλιάδες, θεούς και προφήτες. Το περιεχόμενο ήταν συνήθως παραμύθια και διδαχές με θρησκευτικό σκοπό τις οποίες οι άνθρωποι μάθαιναν προφορικά πριν αυτές γίνουν γραπτές.

## Μια σύντομη αναδρομή **Από τον Όμηρο στον Χάνσελ και την Γκρέτελ**

Ίσως ο επόμενος πιο διάσημος αφηγητής ιστοριών όλων των εποχών είναι ο «Βάρδος του Έιβον», ο **Ουίλιαμ Σαίξπηρ** (1564 -1616). Συνολικά τα έργα του Σαίξπηρ περιλαμβάνουν 38 θεατρικά έργα, 2 αφηγηματικά ποιήματα, 154 σονέτα και μια ποικιλία άλλων ποιημάτων. Η κληρονομιά του Σαίξπηρ είναι τόσο πλούσια και ποικιλόμορφη όσο και το έργο του. Τα θεατρικά και ποιητικά του έργα έχουν αναδημιουργηθεί λαμβάνοντας αναρίθμητες εκδοχές και προσαρμογές σε πολλά είδη τέχνης διαφόρων πολιτισμών και έχουν μεταφερθεί στη σύγχρονη θεατρική σκηνή και τον κινηματογράφο. Ο Ουίλιαμ Σαίξπηρ εξακολουθεί να είναι μια από τις σημαντικότερες λογοτεχνικές προσωπικότητες της αγγλικής γλώσσας.

## Μια σύντομη αναδρομή **Από τον Όμηρο στον Χάνσελ και την Γκρέτελ**

Λίγο καιρό μετά την εποχή του Σαίξπηρ, τα γνωστά σε όλους μας παραμύθια άρχισαν να εμφανίζονται σε πολλά μέρη του κόσμου. Τα παραμύθια είναι ιστορίες που πηγάζουν από τη λαογραφία αλλά αγγίζουν και τις πιο σύγχρονες ιστορίες που ορίζονται ως λογοτεχνικά παραμύθια. Παρά τις λεπτές διαφορές ανάμεσα στα είδη παραμυθιών, τη λαογραφία, τους μύθους και τους θρύλους, ένας σύγχρονος ορισμός του παραμυθιού, σύμφωνα με τον Jens Tismar, είναι μια ιστορία που διαφέρει «από την προφορική λαϊκή ιστορία», γραμμένη από «έναν μόνο αναγνωρίσιμο συγγραφέα», που μπορεί να χαρακτηριστεί «απλός και ανώνυμος», και είναι ένα ευμετάβλητο και δύσκολο να οριστεί είδος σε στενή σχέση με τις λαϊκές αφηγήσεις. Τα παραμύθια γράφτηκαν κυρίως με γνώμονα τα παιδιά. Δημιουργήθηκαν για να διδάξουν στα παιδιά βασικά μαθήματα ζωής σε μορφή αφήγησης.

Υπήρξαν αρκετοί δημοφιλείς παραμυθάδες, αλλά αξίζει να αναφερθούμε ιδιαίτερα στους Γερμανούς αδελφούς Γκριμ με τα «Παραμύθια των Αδελφών Γκριμ», τον Αντούν Γιουσούφ Χάνα Ντιγιάμπ με τις διάσημες ιστορίες του «Αλαντίν», «Αλί Μπαμπά και οι Σαράντα Κλέφτες», και «Χίλιες και μία Νύχτες», τον Joseph Jacobs με τον «Τζακ και η Φασολιά» ανάμεσα σε δεκάδες άλλα έργα του, τον Charles Perrault με τη «Σταχτοπούτα» και την «Ωραία Κοιμωμένη», τον Victor Hugo με τους «Άθλιους» και τον «Κουασιμόδο της Παναγίας των Παρισίων».

## Οι σύγχρονοι τρόποι αφήγησης ιστοριών

Η σύγχρονη ιστορία της αφήγησης ιστοριών ξεκίνησε με την εφεύρεση της εφημερίδας. Η πρώτη εφημερίδα εκδόθηκε και διανεμήθηκε το 1690 και ονομαζόταν Public Occurrences Both Foreign and Domestic. Λίγο μετά, το 1704 εκδόθηκε το πρώτο ενημερωτικό δελτίο της Βοστώνης, το οποίο ονομάστηκε The Statute of Anne και ήταν μια πράξη του κοινοβουλίου που έθεσε τα θεμέλια για το νόμο περί πνευματικών δικαιωμάτων στο Ηνωμένο Βασίλειο και τις ΗΠΑ. Αργότερα η συμβολή της φωτογραφίας στην αφήγηση της σύγχρονης ιστορίας δεν μπορεί με κανέναν τρόπο να παραγνωριστεί. Το δώρο της εφεύρεσης της φωτογραφίας οφείλεται σε έναν οραματιστή με το όνομα Joseph Nicephore Niepce, που ήταν ο πρώτος άνθρωπος που τράβηξε μια φωτογραφία και την έδειξε στον κόσμο.

Στη συνέχεια, ένα πολύ σημαντικό βήμα στην ιστορία της αφήγησης ήταν η δημιουργία έντυπων περιοδικών από τον Frank N. Magill στις ΗΠΑ, που ξεκίνησε σε μια εποχή που η μαζική εκτύπωση μικρών βιβλίων έγινε πολύ πιο προσιτή. Αναφορικά με την αφήγηση ιστοριών, το ξεκίνημα του κινηματογράφου υπήρξε το ορόσημο του 20ου αιώνα όπως επίσης και το 1939, όταν εφευρέθηκε το «Μαγικό Κουτί, δηλαδή η τηλεόραση. Το 1971, η Nutting Associates κυκλοφόρησε το πρώτο εμπορικό βιντεοπαιχνίδι προς πώληση. Το Computer Space ήταν μια μηχανή που λειτουργούσε με κέρματα τοποθετημένη σε εμπορικά κέντρα. Σε αντίθεση με τα προυπάρχοντα αντίστοιχα παιχνίδια, το Computer Space χρησιμοποιούσε μια τηλεόραση για οθόνη και έτσι ξεκίνησε ουσιαστικά η ιστορία της κερδοφόρας βιομηχανίας βιντεοπαιχνιδιών. Στη δεκαετία του '80 οι άνθρωποι άρχισαν να λένε ιστορίες και να μοιράζονται ιδέες χρησιμοποιώντας ένα εντελώς νέο μέσο- τα μουσικά βίντεο ή βίντεο κλιπ.

## Οι σύγχρονοι τρόποι αφήγησης ιστοριών

Καθώς ερχόμαστε στο σήμερα, βλέπουμε ξεκάθαρα ότι η αφήγηση ιστοριών έχει κάνει την παρουσία της εξαιρετικά ισχυρή στον κόσμο της διαφήμισης και φυσικά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Στη σημερινή εποχή, το να έχεις λογαριασμό στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σημαίνει ότι έχεις πρόσβαση στη ζωή των άλλων χωρίς να είσαι πραγματικά εκεί με τη φυσική παρουσία. Με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης η αναζήτηση κάποιου στο διαδίκτυο έχει γίνει εξαιρετικά εύκολη υπόθεση. Το διαδίκτυο έχει δημιουργήσει χώρο για ιστολόγια, δημοσιεύσεις φωτογραφιών και εκδηλώσεων τις οποίες μπορείτε να παρακολουθήσετε. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι το σημερινό μέσο για να λέμε τις ιστορίες της ζωής μας και αποτελούν μια χρονοκάψουλα για όλη την ανθρωπότητα.

ένα podcast.

Όλη αυτή η εξέλιξη της αφήγησης που καλύψαμε σε μερικές παραγράφους αντικατοπτρίζει τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι μαθαίνουν και επικοινωνούν.

Είτε αποτυπωμένη σε χαρτί ή σε υπολογιστή, είτε προφορικά, η αφήγηση θα έχει πάντα μια θέση και έναν σκοπό. Μπορεί τα μέσα αφήγησης να έχουν αλλάξει, αλλά η βασική ιδέα της χρήσης μιας ακολουθίας γεγονότων για τη δημιουργία μιας συναρπαστικής ιστορίας παραμένει η ίδια.

Με μια πρώτη ματιά, η ψηφιακή αφήγηση σημαίνει τη χρήση της τεχνολογίας για να λέω ιστορίες. Σήμερα μπορείτε να αφηγηθείτε τις ιστορίες σας ψηφιακά με πολλούς τρόπους, όπως με κείμενο σε ένα website, σε ένα blog, σε ένα forum ή στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (με post και σε facebook groups, tweets στο twitter, linkedin updates), μέσω αφήγησης και εικόνων ή βίντεο στο youtube ή προφορικής αφήγησης σε

## Παραδοσιακή αφήγηση | Από τον Όμηρο στην ψηφιακή εποχή Τι είναι η ψηφιακή αφήγηση ιστοριών;

Η ψηφιακή ιστορία είναι η παρουσίαση μια ακολουθίας γεγονότων με τη χρήση ποικιλίας ψηφιακών στοιχείων μέσα σε μια αφηγηματική δομή όπως το κείμενο, οι εικόνες, το βίντεο, ο ήχος, τα εργαλεία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. posts, tweets) και των διαδραστικών στοιχείων (π.χ. ψηφιακοί χάρτες). Οι ψηφιακές ιστορίες δεν είναι απλώς γεγονότα που συνοδεύονται από εικόνες, είναι αφηγήσεις που έχουν δημιουργηθεί για να ταξιδέψουν νοερά τον ακροατή ή τον αναγνώστη. Όπως ένα μυθιστόρημα ή ένα ντοκιμαντέρ, οι ψηφιακές ιστορίες έχουν πλοκή, χαρακτήρες και θέματα. Η ψηφιακή αφήγηση είναι μια από τις πιο γοητευτικές τεχνικές για τη μετάδοση μηνυμάτων και πληροφοριών.

«Η ψηφιακή αφήγηση συνδυάζει το καλύτερο από δύο κόσμους: τον "νέο κόσμο" του ψηφιοποιημένου βίντεο, της φωτογραφίας και της τέχνης και τον "παλιό κόσμο" της αφήγησης ιστοριών». (Dana Atchley, πρωτοπόρος της ψηφιακής αφήγησης)

# 2. Πως να χρησιμοποιήσεις τα social media για να πεις μια ιστορία

Παραδείγματα σε 5 διαφορετικές πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης

Πίσω στα περιεχόμενα



Creativity Web Tool Kit \* 2022





Co-funded by the European Union

## **Λέω μια ιστορία** με τα Social Media

# Οι διαφορετικές πλευρές, οι στόχοι και τα **ερωτήματα που ανακύπτουν**

Η αφήγηση ιστοριών με χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (social media= sm ως συντόμευση) είναι η ουσιαστικά η διαδικασία χρήσης των προσφερόμενων εργαλείων των sm για την παρουσίαση ενός brand, ενός προϊόντος, μιας καμπάνιας ή την προώθηση του δημόσιου διαλόγου για ένα κοινωνικό ή πολιτικό πρόβλημα όπως είναι η κλιματική αλλαγή.

Κατά την αφήγηση αυτή στα sm οι ιστορίες που δημιουργείτε πρέπει να είναι ελκυστικές ώστε να τραβήξετε την προσοχή των ανθρώπων και να τους παρακινήσετε να συμμετέχουν με κάποιο τρόπο. Εάν το καταφέρετε, τότε το διαδικτυακό σας κοινό μπορεί να μετατραπεί σε ένθερμους οπαδούς/ακόλουθους (followers). Μια καλή ιστορία στα sm μεταφέρει κάποιου είδους ηθικό δίδαγμα, σκέψεις, πεποιθήσεις ή μια φιλοσοφία για τον κόσμο και τους ανθρώπους.

Έως τις μέρες μας, είχαμε συνηθίσει στην προφορική αφήγηση ιστοριών. Πλέον, με τα sm, είναι καλύτερο να δείχνουμε την ιστορία μας παρά να τη διηγούμαστε προφορικά. Οι επιλογές που έχετε για να πείτε μια ιστορία με αυτούς τους νέους τρόπους ξεπερνούν τα όρια της παραδοσιακής αφήγησης και της παραδοσιακής διαφήμισης. Ενώ τώρα στα sm μπορεί να έχετε κάποιους περιορισμούς (για παράδειγμα το εύρος του κειμένου), έχετε επίσης αρκετά άλλα εργαλεία στα χέρια σας.

Για παράδειγμα, μπορείτε να δημιουργήσετε ένα περιγραφικό βίντεο για να πείτε την ιστορία σας, ένα infographic για να μεταφέρετε μια πληροφορία εικονοποιημένη ή μια φωτογραφία για να μεταδώσετε το μήνυμά σας.

Πριν ξεκινήσετε να δημιουργείτε την ιστορία σας στα sm, πρέπει πρώτα να κάνετε μερικές ερωτήσεις σε εσάς: Ποιος είναι ο στόχος σας; Ποιο μήνυμα θέλετε να περάσετε; Ποιο είναι το κοινό ή η ομάδα-στόχος σας; Ποια συναισθήματα θέλετε να πυροδοτήσετε; Θέλετε να τους παρακινήσετε να αναλάβουν κάποιου είδους δράση αφού ακούσουν ή παρακολουθήσουν την ιστορία σας; Αφού απαντήσετε σε όλες αυτές τις ερωτήσεις, είστε έτοιμοι να ξεκινήσετε αυτό το ταξίδι, επιλέγοντας τα κατάλληλα εργαλεία για τον στόχο σας.

## Παραδείγματα αφήγησης ιστορίας σε 5 διαφορετικές πλατφόρμες social media

Τι είδους ιστορίες μπορείτε να πείτε χρησιμοποιώντας τα social media; Φαίνεται πως στην εποχή μας μπορείτε πλέον να αφηγηθείτε πραγματικά κάθε είδους ιστορία. Μπορεί να είναι μια ανάρτηση στο Facebook σχετικά με την προσωπική πρόοδο κάποιου μέχρι να γίνει ένας επιτυχημένος διαφημιστής ή μια ανάρτηση μιας ΜΚΟ για μια νέα καμπάνια για καθαρά νερά σε ένα αφρικανικό χωριό ή ακόμα και μια ιστορία «παρασκηνίου» της ζωής ενός pop μουσικού που δημοσιεύτηκε ως vlog (video blog) στο Youtube. Ας δούμε μερικά επιτυχημένα παραδείγματα.

Creativity Web Tool Kit \* 2022



14 \* 89

## Παραδείγματα αφήγησης ιστορίας σε 5 διαφορετικές πλατφόρμες social media

### **1. Facebook**

Χρησιμοποιήστε πολλές λέξεις: Καθώς το Facebook δεν περιορίζει τον αριθμό των λέξεων σε μια ανάρτηση, μπορείτε να γράψετε μια ιστορία σε βάθος. Αντί να συνοψίζετε ή απλώς να αναφέρετε ορισμένα βασικά σημεία, φαίνεται πως το Facebook προσφέρεται για μεγαλύτερες αναρτήσεις. Δείτε ένα παράδειγμα:

Η σελίδα στο Facebook του <u>@Humans of New York</u> ξεκίνησε ως ένα φωτογραφικό έργο με έναν εξαντλητικό κατάλογο των κατοίκων της πόλης, αλλά στην πορεία, η δημιουργός του άρχισε να παίρνει συνεντεύξεις από τους ανθρώπους. Η σελίδα έχει πλέον πάνω από δεκαεπτά εκατομμύρια ακόλουθους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και δείχνει σε ένα παγκόσμιο κοινό καθημερινές εικόνες από τη ζωή των κατοίκων της Νέας Υόρκης. Οι αναρτήσεις είναι αρκετά μεγάλες σε λέξεις και απαιτούν από τους χρήστες να κάνουν κλικ στο Δείτε περισσότερα, αλλά φαίνεται πως έχουν αποκτήσει φανατικούς οπαδούς.

<image/> <text></text>	of New York t 14:03 · • ho" when I asked fo and began speakin ced by the words of ed for the picture. A	<text></text>	••••
الله الله الله الله الله الله الله الله	Comment	7k comment 2k shares	
Write a comment		Most relevant	
View 1 comment			

### 15 \* 89

Παραδείγματα αφήγησης ιστορίας σε **5 διαφορετικές πλατφόρμες social media** 

### **1. Facebook**

Χρησιμοποιήστε φωτογραφίες/βίντεο για να αφηγηθείτε την ιστορία σας: Το Facebook σάς δίνει την επιλογή να δημοσιεύετε φωτογραφίες και βίντεο (έως 120 δευτερόλεπτα) για να πείτε την ιστορία σας. Μπορείτε να δημοσιεύσετε έναν αριθμό φωτογραφιών ή να δημιουργήσετε ένα άλμπουμ φωτογραφιών προσπαθώντας να μεταδώσετε το μήνυμά σας.

Δείτε μερικά καλά παραδείγματα: Ο συνεταιρισμός <u>@Organic</u> <u>Valley</u> που ανήκει σε αγρότες δημιούργησε ένα ημερολόγιο τοίχου του 2014 χρησιμοποιώντας φωτογραφίες των αγροτών του και στη συνέχεια συμπεριέλαβε αυτές τις εικόνες σε ένα φωτογραφικό άλμπουμ στο Facebook.



Στην ανάρτησή τους, δια Τα ημερολόγιά μας για τ Κάντε κλικ στη φωτογρα Θα γίνει κλήρωση στις 3 μέσω προσωπικού μηνύμ

Στην ανάρτησή τους, διαβάζουμε, «Κερδίστε ένα ημερολόγιο Organic Valley 2014.

Τα ημερολόγιά μας για το 2014 έφτασαν (όπως και για το νέο έτος) και χαρίζουμε 25 από αυτά!

Κάντε κλικ στη φωτογραφία κάθε μήνα και κάντε "LIKE" στις αγαπημένες σας για να κερδίσετε.

Θα γίνει κλήρωση στις 3 Ιανουαρίου 2014 και θα επικοινωνήσουμε μαζί με τους τυχερούν

μέσω προσωπικού μηνύματος. Καθίστε λοιπόν αναπαυτικά, χαλαρώστε και καλή τύχη!».

## Παραδείγματα αφήγησης ιστορίας σε 5 διαφορετικές πλατφόρμες social media

### **1. Facebook**

Σε αυτή τη συναρπαστική ανάρτηση από τη MKO <u>@World</u> Bicycle Relief, εκφράζεται ο τρόπος που επηρεάζεται η ζωή των κατοίκων της περιοχής από τη χρήση των ποδηλάτων που διανέμει η οργάνωση. Έτσι οι προσωπικές αυτές μαρτυρίες που αναρτώνται στον τοίχο της οργάνωσης κάνουν αισθητό τον αντίκτυπο της δράσης τους στον κόσμο, αλλά δίνουν και μια συγκεκριμένη ταυτότητα στην ΜΚΟ, που γίνεται αντιληπτή με τη χρήση φωτογραφιών, όπως αυτή που βλέπουμε στη διπλανή ανάρτηση.



World Bicycle Relief 15 December 2021 · Before becoming a field mechanic, if anything about bicycles. "Now my lind after my family." he says. "Our childred and our community is developed."	Haward, 54, didn't know fe has changed. I can look en are able to attend school, See More
<ul> <li>200 € 1000 € 100 € 100 € 100 € 100 € 100 € 100 € 100 € 100 € 100 € 100</li></ul>	
Like Comment	16 shares ⇔ Share
Write a comment	Most relevant
View 1 comment	

### 17 \* 89

Παραδείγματα αφήγησης ιστορίας σε 5 διαφορετικές πλατφόρμες social media

**1. Facebook** 

### Άλλες τεχνικές

Πείτε μια πρόσκαιρη ιστορία με το εργαλείο Facebook Stories. Αυτές οι ιστορίες είναι σύντομες συλλογές φωτογραφιών και βίντεο που δημιουργούνται από τον χρήστη, μπορούν να προβληθούν έως δύο φορές και να εξαφανιστούν μετά από 24 ώρες.

Ζωντανή μετάδοση: Αυτή η τεχνική χρειάζεται κάποια προετοιμασία γιατί δεν μπορείτε να επιστρέψετε και να τη διορθώσετε και γίνεται live, δηλαδή μεταδίδετε κάτι ζωντανά στο κοινό σας. Προσπαθήστε να δημιουργήσετε μια ιστορία χρησιμοποιώντας τη θεατρική δομή της πλοκής (ἐκθεση ή πρόταση, ανοδική δράση-κορύφωση, επίλυση) για το ζωντανό βίντεο. Το περιεχόμενο της μετάδοσης μπορεί να είναι συμβουλές που θέλετε να μοιραστείτε, ένα παρασκηνιακό (behind-the-scenes) βίντεο ή μια συνεδρία με ερωτήσεις και απαντήσεις.

Παραδείγματα αφήγησης ιστορίας σε **5 διαφορετικές πλατφόρμες social media** 

### 2. Instagram

### Οπτικοποιήστε μια ιστορία με τα Instagram posts

Χρησιμοποιήστε φωτογραφίες με σύντομες λεζάντες. Το Instagram είναι ένα οπτικό μέσο, επομένως είναι καλύτερο να εστιάσετε στο οπτικό μέρος συνοδευόμενο από λίγα λόγια. Γίνετε οπτικός αφηγητής δημιουργώντας ένα ελκυστικό προφίλ στο Instagram και απεικονίζοντας ταυτόχρονα μια συναρπαστική ιστορία. Δείτε μερικά καλά παραδείγματα εδώ:

https://www.instagram.com/airbnb/



Παραδείγματα αφήγησης ιστορίας σε **5 διαφορετικές πλατφόρμες social media** 

2. Instagram

Δείτε μερικά καλά παραδείγματα εδώ:

Charity Water organisation https://www.instagram.com/charitywater/

Creativity Web Tool Kit \* 2022



Παραδείγματα αφήγησης ιστορίας σε **5 διαφορετικές πλατφόρμες social media** 

2. Instagram

Δείτε μερικά καλά παραδείγματα εδώ:

National Geographic

https://www.instagram.com/natgeo/

Creativity Web Tool Kit \* 2022



Παραδείγματα αφήγησης ιστορίας σε **5 διαφορετικές πλατφόρμες social media** 

### 2. Instagram

### Δείτε μερικά καλά παραδείγματα εδώ:

Μπορείτε επίσης να χρησιμοποιήσετε την τεχνική με 3, 4, 6 ή 9 ομοιόμορφα διαχωρισμένες εικόνες ή βίντεο που δημιουργούν μια μεγάλη εικόνα. Δείτε ένα παράδειγμα εδώ:

https://www.instagram.com/dimhaidis/



Παραδείγματα αφήγησης ιστορίας σε 5 διαφορετικές πλατφόρμες social media

### 2. Instagram

### Δημιουργήστε ένα σύντομο βίντεο ή μπούμερανγκ στο Instagram

Μπορείτε να δημιουργήσετε σύντομα βίντεο διάρκειας έως και 60 δευτερολέπτων. Δεν χρειάζεστε εντυπωσιακά πλάνα για να τα πετύχετε, αλλά είναι καλύτερο να ακολουθήσετε αυτές τις οδηγίες: σταθεροποιηθείτε σε ένα σημείο, χρησιμοποιήστε σύντομες λεζάντες πάνω στην οθόνη για να βοηθήσετε στην αφήγηση, χρησιμοποιήστε μεγαλύτερες λεζάντες για να επεκτείνετε την ιστορία και να έχετε κατά νου ότι τα τετράγωνα βίντεο είναι πιο δημοφιλή απ' ό,τι τα οριζόντια.



Δείτε ένα παράδειγμα εδώ: https://www.instagram.com/liviasala/ Μια επαγγελματίας food stylist μοιράζεται με το κοινό της τι κάνει στο απογευματινό της διάλειμμα. https://www.instagram.com/p/drelgfHX6D/

Παραδείγματα αφήγησης ιστορίας σε **5 διαφορετικές πλατφόρμες social media** 

### 2. Instagram

### Δημιουργία περιεχομένου από τους χρήστες στο Instagram

Μια δημοφιλής ιδέα για να πείτε την ιστορία σας είναι μέσα από τις αντιδράσεις του κοινού σας. Κάντε μια σειρά αναρτήσεων και κάνετε το κοινό σας να εμπλακεί/αλληλεπιδράσει, σχολιάζοντας την αρχική σας ανάρτηση και ανεβάζοντας και μια δική του φωτογραφία. Μπορείτε επίσης να κάνετε μια δημοσκόπηση με «Ναι» ή «Όχι» πάνω σε μια αμφιλεγόμενη ερώτηση σε ένα βίντεο ή να ζητήσετε από το κοινό σας να μαντέψει το τέλος του βίντεο που ανεβάσατε. Στο τέλος θα αναδημοσιεύσετε τις πιο ενδιαφέρουσες απαντήσεις ή απλά το αποτέλεσμα της δημοσκόπησης που θα «κλείνει» την ιστορία σας εκεί. Μπορείτε ακόμη να δημιουργήσετε ένα hashtag που θα αντικατοπτρίζει το θέμα σας και να ζητήσετε από τους χρήστες να δημοσιεύσουν στο λογαριασμό τους μια σχετική ιστορία με αυτό το hashtag ανεβάζοντας μια φωτογραφία. Μετά το τέλος της καμπάνιας, αναδημοσιεύετε τις καλύτερες από αυτές τις ιστορίες. 9:41



Δείτε ένα παράδειγμα: Στην καμπάνια <u>#EqualEverywhere</u>, τα Ηνωμένα Έθνη ζήτησαν από τους χρήστες να συμμετέχουν στον αγώνα για ένα δίκαιο μέλλον. Εκτός από τις δωρεές, ζήτησαν από τους ακολούθους τους να χρησιμοποιήσουν έτοιμο οπτικο υλικό από τα sm και να μοιραστούν το μήνυμά τους με την οικογένεια και τους φίλους τους.

## Παραδείγματα αφήγησης ιστορίας σε **5 διαφορετικές πλατφόρμες social media**

### 3. Twitter

### Χρησιμοποιήστε hashtags

Το Twitter είναι ένα μέσο πολύ φιλικό προς τα hashtags, επομένως είναι καλή ιδέα να δημιουργήσετε το δικό σας hashtag που θα διαδίδει την ιστορία σας στους χρήστες. Επίσης μπορείτε να γράψετε μια σύντομη λεζάντα/tweet (το Twitter επιτρέπει μόνο έως 280 χαρακτήρες ανά tweet) που εκφράζει το θέμα σας και ζητάτε από τους χρήστες να κάνουν tweet σχετικές ιστορίες με τη δική σας χρησιμοποιώντας το hashtag σας.

Δείτε ένα παράδειγμα: Το hashtag #HealthyAtHome έλαβε πολλές θετικές απαντήσεις/αντιδράσεις από την κοινότητα του Twitter. Κάθε χρήστης έκανε tweet την πρότασή του/της για το τι να κάνει κάποιος μένοντας στο σπίτι κατά το πρόσφατο lock down. Κάποιος πρότεινε στους χρήστες να ασκηθούν στο σπίτι τους χρησιμοποιώντας τις σκάλες, κάποια άλλη δείχνει τον σκύλο της ως υπενθύμιση για τη χρήση μάσκας, ένας πολιτικός χρησιμοποίησε το hashtag για να προωθήσει το επίδομα που δόθηκε στους μισθωτές της περιοχής του.

Creativity Web Tool Kit \* 2022



Παραδείγματα αφήγησης ιστορίας σε **5 διαφορετικές πλατφόρμες social media** 

### 3. Twitter

### **Β. Χρησιμοποιήστε τη λειτουργία "Twitter moments"**

Ίσως θα δυσκολευτείτε να πείτε ολόκληρη την ιστορία σας με ένα μόνο tweet. Εδώ έρχεται αυτό το εργαλείο, το Twitter Moments, το οποίο σας δίνει τη δυνατότητα να δημιουργείτε και να επιμελείστε περισσότερο περιεχόμενο για να πείτε ενδιαφέρουσες ιστορίες. Για να ξεκινήσετε το μόνο που χρειάζεται είναι ένας τίτλος, μια περιγραφή, tweets και μια εικόνα εξωφύλλου. Δημιουργήστε μια στιγμή (moment) δημιουργώντας συλλογές από αξιόλογα tweets και ζωντανούς σχολιασμούς ή συνδυάζοντας tweets που εκφράζουν ένα ισχυρό μήνυμα.

### Δείτε ένα παράδειγμα:

Ακολουθεί το παράδειγμα του περιοδικού Allure που χρησιμοποίησε τα "moments" για να αφηγηθεί την προσωπική ιστορία της ζωής του CEO του.

Creativity Web Tool Kit \* 2022

Είναι αποδεδειγμένο ότι οι άνθρωποι (στην περίπτωση του περιοδικού οι αναγνώστες) σχετίζονται περισσότερο με προσωπικές ιστορίες παρά με οτιδήποτε άλλο, όπως οι μαρτυρίες ή οι κριτικές. Οι προσωπικές ιστορίες χτίζουν την αναγνωρισιμότητα μιας επωνυμίας (brand) και την αφοσίωση. Οι στιγμές Twitter επιτρέπουν την αποτελεσματική αφήγηση προσωπικών ιστοριών.



Παραδείγματα αφήγησης ιστορίας σε 5 διαφορετικές πλατφόρμες social media

### 4. Youtube

### Τι άλλο; Μα το βίντεο φυσικά!

Το βίντεο είναι στην πραγματικότητα το παρόν και το μέλλον του μάρκετινγκ και της διαφήμισης, πρωταγωνιστής στις καμπάνιες στα sm, βασικό εκπαιδευτικό εργαλείο, κ.λπ. Ένα βίντεο τραβάει την προσοχή περισσότερο από οτιδήποτε άλλο (κείμενο και εικόνες). Μπορείτε να ξεκινήσετε με μια σειρά βίντεο (series) σχετικά με το θέμα που έχετε επιλέξει. Τα βίντεό σας δεν χρειάζεται να είναι πολύ μεγάλα, κρατήστε τα σύντομα αλλά φροντίστε να είναι υψηλής ποιότητας.



### Δείτε ένα παράδειγμα εδώ:

Εδώ, ο χρήστης <u>Vegan Sabor</u>, έφτιαξε ένα κανάλι όπου αφηγείται τις ιστορίες του που είναι homemade χορτοφαγικές συνταγές, δημοσιεύοντας υπέροχα βίντεο που τράβηξε και μόνταρε εντελώς μόνος του!

Παραδείγματα αφήγησης ιστορίας σε 5 διαφορετικές πλατφόρμες social media

### 4. Youtube

### Δείτε ένα παράδειγμα εδώ:

Εδώ σε αυτό το βίντεο, ο YouTuber, <u>Kiril Dobrev</u> δείχνει με θαυμάσιο τρόπο τι μπορεί να κάνει η αισθητηριακή αφήγηση με τη χρήση βίντεο. Εικονογραφεί ουσιαστικά την αίσθηση του να βρίσκεσαι στο Χονγκ Κονγκ, χρησιμοποιώντας εκπληκτικές φυσικές εικόνες, εικόνες από drones, ηχητικά εφέ, ευρηματικό μοντάζ, κ.ά.





### 28 \* 89

Παραδείγματα αφήγησης ιστορίας σε 5 διαφορετικές πλατφόρμες social media

## 5. Tik tok

Το Tik Tok έχει γίνει μια από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες πλατφόρμες sm σήμερα. Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη σε περισσότερες από 150 χώρες και έχει πάνω από 1 δισεκατομμύριο χρήστες. Είναι το αγαπημένο εργαλείο στις ηλικίες 13 έως 40 ετών.

### Συμβουλές για τη δημιουργία ανάρτησης στο Tik Tok:

- Τραβήξτε την προσοχή του κοινού σας αμέσως, μέσα σε μισό δευτερόλεπτο.
- Ένας πολύ καλός τρόπος για να το πετύχετε είναι να κάνετε μια αμφιλεγόμενη δήλωση για να τραβήξετε το ενδιαφέρον.
- Παρουσιάστε αμέσως το θέμα σας.
- Προσθέστε τις πληροφορίες και τις λεπτομέρειες μετά.
- Κάντε τους χρήστες να συμμετέχουν. Αναζητήστε κάποιο feedback.

Δώστε άμεσα τη «λύση».

Δημιουργήστε μοναδικό υλικό για το Tik Tok που δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε άλλες πλατφόρμες. Πρέπει να είναι αυθεντικό, ανθρωποκεντρικό και να φαίνεται αυθόρμητο. Στο Tik Tok, πρέπει να είστε σε εγρήγορση για συνεχείς αλλαγές, τάσεις και νέους ήχους που εμφανίζονται καθημερινά.

### Μερικές συμβουλές για να πείτε την ιστορία σας στο **Tik Tok:**

https://www.youtube.com/watch?v=JAKHl6JwDZg

https://www.youtube.com/watch?v=1\_S-8A1fw2M

https://www.cognitomedia.com/our-thinking/four-lessons

https://www.tiktoksurprisingly-radical-storytelling-device

Παραδείγματα αφήγησης ιστορίας σε **5 διαφορετικές πλατφόρμες social media** 

## 5. Tik tok

### Δείτε ένα παράδειγμα: <u>@Gary Vaynerchuk</u>

Στις αναρτήσεις του ξεκινάει πάντα με μια αμφιλεγόμενη δήλωση όπως: «Νομίζω ότι το να είσαι τεμπέλης είναι καλό πράγμα».



Παραδείγματα αφήγησης ιστορίας σε **5 διαφορετικές πλατφόρμες social media** 

## 5. Tik tok

### Δείτε ένα παράδειγμα: <u>@MrBallen</u>

Καταφέρνει να τραβήξει την προσοχή των χρηστών δηλώνοντας κάτι πιασάρικο όπως: «Όταν δείτε αυτό το βίντεο θα θέλετε να ψάξετε στο Google τρεις συγκεκριμένες λέξεις».



Παραδείγματα αφήγησης ιστορίας σε 5 διαφορετικές πλατφόρμες social media

## 5. Tik tok

Το Tik Tok είναι επίσης πολύ δημοφιλές στους αμερικανικούς ειδησεογραφικούς οργανισμούς όπως το NBC (<u>@staytunednbc</u>) και η Washington Post (<u>@washingtonpos</u>t), που με τις αναρτήσεις τους εκεί στοχεύουν σε ένα πολύ νεαρότερο κοινό.





Creativity Web Tool Kit \* 2022

Παραδείγματα αφήγησης ιστορίας σε 5 διαφορετικές πλατφόρμες social media







Ξ Premium 9 NO 00:01 / 01:0 Thank you doctors, nurses and all healthcare workers ■ ‡ ■ □ □ G Google India SHARE A SHARE The measure community works around the clock to keep us safe, let's take a moment to thank them for their relentless efforts. They're doing everything to help us. We can do our part by donating, and giving back a little: google.com/covid19/donate

Youtube

33 \* 89

# 3. Το εργαλείο μας

Ο στόχος, τα κύρια χαρακτηριστικά και τα βασικά βήματα για τη δημιουργία του

Πίσω στα περιεχόμενα



Creativity Web Tool Kit \* 2022





Co-funded by the European Union

## Το εργαλείο μας: Συλλογική αφήγηση με τη χρήση των fb groups

## Εισαγωγή

Σύμφωνα με έρευνες, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media=sm) έχουν δημιουργήσει νέες ευκαιρίες για νέους ανθρώπους όπως εσείς ώστε να να αλληλεπιδρούν με πληροφορίες και να οργανώνουν τις δράσεις τους. Η υιοθέτηση των sm για τις καθημερινές επαφές, την κοινωνική ζωή και τις δράσεις είναι πολύ πιο εκτενής στους νέους 16-30 ετών, οι οποίοι είναι και πιο εξοικειωμένοι με τις νέες τεχνολογίες ενώ χρησιμοποιούν λιγότερο τα παραδοσιακά μέσα πληροφόρησης και αλληλεπίδρασης (ραδιόφωνο, τηλεόραση, εφημερίδες). Ωστόσο, παρατηρείται ότι οι νέοι δεν γνωρίζουν πώς να μεταδίδουν τα μηνύματα τους αποτελεσματικά και εμφανίζουν συχνά μειωμένες επικοινωνιακές δεξιότητες όταν θέλουν δράσουν κοινωνικά ή πολιτικά. **Το εργαλείο** που διερευνούμε εδώ και σας παρουσιάζουμε, στοχεύει στο να εκπαιδεύσει ήδη ενεργούς πολίτες όπως εσείς, στο πώς να χρησιμοποιήσετε τις δυνατότητες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για αυξήσετε τον αντίκτυπο της επικοινωνίας σας με τους συνομήλικους αλλά και με δημόσιους φορείς, με άτομα σε θέσεις εξουσίας, κ.ά.

## Ο σκοπός του εργαλείου

## Συλλογική Αφήγηση με τη χρήση των Social Media (fb groups)

Στόχος του εργαλείου είναι να κινητοποιήσει το ενδιαφέρον των χρηστών, της καλλιτεχνικής κοινότητας αλλά και κάθε δημιουργικού ανθρώπου, να εμπλέξει το κοινό στον πολιτικό διάλογο για την κλιματική αλλαγή, να εμπνεύσει τη δράση με τη δημιουργία μιας ιστορίας και τέλος να μετρήσει τον αντίκτυπο.

Θέλουμε να προσφέρουμε στους νέους ένα εργαλείο για την προσωπική τους ενδυνάμωση, την προάσπιση των δικαιωμάτων τους, το δικαίωμα στη διαμαρτυρία με δημιουργικό τρόπο, που θα λειτουργήσει ως εναλλακτική λύση στη φυσικά διαμαρτυρία και στον κατά πρόσωπο φυσικό πολιτικό διάλογο. Το εργαλείο μας δίνει την ευκαιρία για μια συλλογική αφήγηση από ομάδες καλλιτεχνών, οργανώσεις νεολαίας, νέους εργαζόμενους αλλά και μεμονωμένα άτομα, σπουδαστές και φοιτητές, με τη χρήση της γλώσσας και οπτικού υλικού που θα μοιράζεται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Επίσης, το εργαλείο αυτό δίνει την δυνατότητα να παρουσιάσει κάποιος γεγονότα, σκέψεις, δράσεις και δραστηριότητες από όπου και να βρίσκεται και σε οποιεσδήποτε συνθήκες. Παρέχει τη δυναμική για μια συλλογική δημιουργία.
# Τα βασικά **σημεία** του εργαλείου

## Συλλογική Αφήγηση με τη χρήση των Social Media (fb groups)

Το εργαλείο που θα αναπτύξουμε εδώ βασίζεται στη χρήση των Facebook Groups (Ομάδες του Facebook) για την ανάπτυξη της συλλογικής αφήγησης.

Το εργαλείο μας δεν αποκλείει τη χρήση και άλλων μέσων κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Instagram, το Twitter ή το Tik Tok, που μπορούν να χρησιμοποιηθούν παράλληλα και με τον ίδιο στόχο (αν και έχουν διακριτά λειτουργικά χαρακτηριστικά).

Για λόγους ευκολίας, ενώ θα εξηγούμε το εργαλείο, θα δίνουμε παράλληλα και ένα παράδειγμα μιας ιστορίας που θέλουμε να πούμε.

Όταν θα δοκιμάσετε εσείς το εργαλείο τότε φυσικά θα βρείτε την ιστορία που εσείς θέλετε να πείτε. Η ιδέα μας εδώ είναι να αφηγηθούμε μια φουτουριστική ιστορία που θα περιγράφει μια κοινωνία στο κοντινό μέλλον σε σχέση με την εξέλιξη της τεχνολογίας, το περιβάλλον και τις ανθρώπινες σχέσεις. Έτσι, καθώς περιγράφουμε τα βήματα της δημιουργίας του εργαλείου, μπορείτε να δείτε αναλυτικά το σκεπτικό πίσω από τη δημιουργία μιας ομάδας στο facebook με το όνομα **Φουτουριστική Ιστορία**. Αργότερα, δίνουμε το παράδειγμα από ένα facebook group με το όνομα **Η ιστορία του Νίκου από την Αστυπάλαια** το οποίο διαφοροποιείται κάπως γιατί δεν δημιουργείται με συλλογική αφήγηση αλλά μάλλον με ατομική.

# Το εργαλείο: Τα βασικά βήματα της δημιουργίας Συλλογική Αφήγηση

# με τη χρήση των Social Media (fb groups)

Δείτε εν συντομία πώς να δημιουργήσετε το εργαλείο σε 6 κύρια βήματα (τα βήματα 2, 3 & 4 αναλύονται στις ακόλουθες σελίδες/κεφάλαια):

- **1. Βρείτε τη βασική ιδέα** για την ιστορία που θέλετε να πείτε. Ο διαχειριστής της ομάδας-facebook group (εσείς) βρίσκει την κύρια ιδέα πίσω από την ιστορία που θέλει να αφηγηθεί και ένα δυνατό όνομα/τίτλο για την ομάδα του/της στο facebook. Εδώ, επιλέξαμε την ιδέα ενός φουτουριστικού μέλλοντος που περιγράφει μια κοινωνία σε μια εποχή όχι και τόσο μακριά από τώρα όσον αφορά το περιβάλλον, την κοινωνία και τη σχέση των ανθρώπων με την τεχνολογία και ονομάσαμε την ομάδα Φουτουριστική ιστορία (Futuristic Tale).
- 2. Δημιουργήστε την ομάδα σας στο Facebook. Από εδώ και στο εξής, θα σας ονομάζουμε «ο διαχειριστής».
- 3. Ο διαχειριστής δημοσιεύει ένα άλμπουμ με οπτικό υλικό από έργα τέχνης (διάσημα και μη), φωτογραφίες ή βίντεο που σχετίζονται με την ιστορία που θέλει να ξεδιπλώσει.

Ο στόχος του άλμπουμ είναι να δώσει έμπνευση στα μελλοντικά μέλη της ομάδας και να λειτουργήσει εκπαιδευτικά σχετικά με τη δύναμη της τέχνης στην επικοινωνία μηνυμάτων.

4. Γράψτε μια ανάρτηση (post) καλωσορίσματος εξηγώντας στα δυνητικά μέλη της ομάδας σας τι θέλετε να κάνουν. Στη λεζάντα, μπορείτε να γράψετε την εισαγωγή της ιστορίας που θέλετε να αφηγηθείτε, π.χ. «Μια φορά κι έναν καιρό, στο κοντινό μέλλον, υπήρχε ένα μέρος όπου οι άνθρωποι....». Ο διαχειριστής προτείνει επίσης λέξεις-κλειδιά σε hashtags (συν ένα μοναδικό # που θα χρησιμοποιείται από όλους) για χρήση στις ιστορίες ή/και για προσθήκη στο οπτικό υλικό. Η χρήση hashtags επιτρέπει την «ομαδοποίηση» των ιστοριών με ανάλογο θέμα όπου μπορεί κάποιος να βρίσκει στο ίδιο σημείο όταν ψάχνει με το αντίστοιχο #. Τα μέλη της ομάδας καλούνται να συνεχίσουν την ιστορία που επιλέξατε να πείτε. Μπορούν να χρησιμοποιήσουν όσες λέξεις θέλουν για να γράψουν τη λεζάντα τους.

## **Το εργαλείο: Τα βασικά βήματα της δημιουργίας** Συλλογική Αφήγηση με τη χρήση των Social Media (fb groups)

Για το οπτικό μέρος μπορούν είτε να επιλέξουν μέρη του άλμπουμ που έχετε ανεβάσει είτε ν' ανεβάσουν νέο οπτικό υλικό που έχουν δημιουργήσει (εικόνες, βίντεο) ή υλικό άλλου καλλιτέχνη (γράφοντας πάντα τα στοιχεία του). Οι ιστορίες που φτιάχνουν τα μέλη μπορεί να είναι παραμύθια, ποίηση, πεζά κείμενα, αφήγηση ή ακόμα και μία δυστοπία. Τα μέλη ενθαρρύνονται να δημιουργήσουν χαρακτήρες και τοποθεσίες για αυτήν την κοινωνία, να προσθέσουν αυτοβιογραφικά στοιχεία, συναισθήματα και σκέψεις, προσωπικές εμπειρίες από την επαφή τους με τη φύση, κ.λπ.

5. Τα μέλη της ομάδας επιτρέπεται να κάνουν σχόλια σε αναρτήσεις άλλων μελών. Η αλληλεπίδραση των μελών ενεργοποιείται με τα likes («μου αρέσει)», τα shares («κοινοποιήσεις») και τα comments («σχόλια»), τα οποία ενδυναμώνουν το εργαλείο και προσελκύουν περισσότερα άτομα να συμμετέχουν και να συνεισφέρουν στην αφήγηση.

6. Αφού ολοκληρώσετε τη δημιουργία της ομάδας, την πρώτη ανάρτηση κ.λπ., μπορείτε να δημιουργήσετε λογαριασμούς με το ίδιο θέμα σε άλλα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Instagram, το Twitter, το Tik Tok, κ.ά. Εκεί, εσείς ο διαχειριστής θα πρέπει να ενημερώνετε τους λογαριασμούς με τις αναρτήσεις των μελών της ομάδας του facebook (αφού όμως πρώτα ζητήσετε την άδεια των μελών).

Creativity Web Tool Kit \* 2022

# 4. Εκπαιδευτικό υλικό

Ξεκλειδώστε τη δύναμη των FB Groups εκτός των βασικών χαρακτηριστικών

Δείτε τα βήματα μέσα από παραδείγματα: Δημιουργία-Δομή-Σχετικό υλικό

Πίσω στα περιεχόμενα



Creativity Web Tool Kit \* 2022





Co-funded by the European Union

# $Bήμα 2^*$

### Πώς να δημιουργήσετε το facebook group βήμα-βήμα

Ο διαχειριστής (εσείς) πρέπει να έχετε ήδη ένα προφίλ στο facebook. Αφού συνδεθείτε στο προφίλ σας στο facebook, έχετε την επιλογή να δημιουργήσετε μια ομάδα facebook και να γίνετε ο διαχειριστής.

#### Μερικά βασικά σημεία που πρέπει να λάβετε υπόψη:

- Δημιουργήστε μια δημόσια ομάδα για να μπορούν να συμμετέχουν όλοι (όχι ιδιωτική).
- Επιλέξτε ένα ισχυρό όνομα για την ομάδα σας. Θα πρέπει να είναι κάτι που να ορίζει και να περιγράφει ξεκάθαρα τον στόχο του.
- Γράψτε μια σαφή περιγραφή για την ομάδα σας.

\*Για το 1ο βήμα δείτε τις σελίδες 37 και 38

\*Διαβάστε πλήρεις οδηγίες σχετικά με τα χαρακτηριστικά, τις δυνατότητες των ομάδων Facebook και τα πλεονεκτήματά τους στο στο βήμα/κεφάλαιο 5 (σελ.76). Δείτε οδηγίες για τη διαχείριση ομάδων στο fb εδώ: https://www.facebook.com/help/1686671141596230?helpref=about content

Creativity Web Tool Kit \* 2022

Γράψτε μια πρώτη δημοσίευση καλωσορίσματος (post), όπου θα περιγράφετε τι περιμένετε από τα μέλη της ομάδας σας. Ουσιαστικά τους ζητάτε να ακολουθήσουν τη δημιουργική διαδικασία που έχετε ήδη αποφασίσει και την οποία έχετε ήδη περιγράψει στην ενότητα πληροφορίες ομάδας.

• Τέλος, προσκαλέστε άτομα (τους φίλους σας) να γίνουν μέλη της ομάδας. Μπορείτε επίσης να βρείτε άτομα που δεν είναι φίλοι σας στο FB και να στείλετε ένα αίτημα φιλίας ώστε να γίνουν φίλοι σας και στη συνέχεια να τους προσκαλέσετε στην ομάδα. Το περιεχόμενο της σελίδας παράγεται συλλογικά. Τα μέλη συνεισφέρουν με τα σχόλιά τους και τις αναρτήσεις τους (κείμενα και εικόνες/βίντεο) σύμφωνα με τις οδηγίες σας. Ο διαχειριστής της ομάδας (εσείς) πρέπει να επιμελείστε το περιεχόμενο και εγκρίνετε ή όχι τις δημοσιεύσεις.

# **Βήμα 2** | Πώς να δημιουργήσετε την ομάδα σας Από πού να ξεκινήσετε

Στο προφίλ σας στο facebook, κάντε κλικ στο εικονίδιο Home/Αρχική. Στη συνέχεια, στο εικονίδιο δίπλα στη φωτογραφία και το όνομά σας, κάντε κλικ στο Create /Δημιουργία.



#### Menu

Q. Search Menu		Crea	ate
Social			Post
*	Events Organise or find events and other things to do online and nearby.		Story
	Friends Search for friends or people you may know.		Room
⇔	Groups Connect with people who share your interests		Page
•	News Feed See relevant posts from people and Pages that you follow.	•	Group
	Pages Discover and connect with business on Facebook.		Event
Entertainment			Listing
6	Gaming video Watch and connect with your favourite games and streamers.		
+•	<b>Play games</b> Play your favourite games.		
D	Watch A video destination personalised to your interests and connections.		
Shop	pping		
	Facebook Pay A seamless, secure way to pay in the apps		

Προσκαλέστε τους φίλους σας αλλά πρώτα ορίστε τίτλο & επίπεδο ιδιωτικότητας

- Γράψτε το όνομα της ομάδας: π.χ. «Φουτουριστική ιστορία» (Futuristic Tale).
- Ορισμός επιπέδου απορρήτου (δημόσιο ή ιδιωτικό): Επιλέξτε «δημόσιο» (για να μπορούν όλοι να δουν ποιοι ανήκουν στην ομάδα και τι δημοσιεύουν).
- Προσκαλέστε φίλους (αυτό αφήστε το για το τέλος όταν θα έχετε ολοκληρώσει τη δημιουργία της ομάδας σας).
- 4. Κάντε κλικ στο «Δημιουργία/Create».

Green Artivism Admin	
Futuristic tale	
Choose privacy Public	
Invite friends (optional)	

esktop preview	<b>-</b> 0
Group privacy - 1 member	
About Posts Members Events	- the state of the
What's on your mind?	About
Photo/video 🔮 Tag people 🝚 Feeling/Activity	A General

Βήμα 2 | Πώς να δημιουργήσετε την ομάδα σας Διαχείριση ομάδας: Το περιβάλλον διεπαφής χρήστη (interface)

Ένα κατακόρυφο μενού στα αριστερά με όλα τα εργαλεία του διαχειριστή και τις ρυθμίσεις.

Δείτε τις επόμενες σελίδες για αναλυτική εξήγηση.

G Home	
1 nome	
⊘ Overview ∧	
Admin tools	
👝 Admin Assist	
😢 O actions, O criteria	Futuristic Tale
A Member requests	<ul> <li>Public group • 9 members</li> </ul>
D new today	
දීල Membership questions	About Discussion Rooms Topics Members Events
දිනු Membership questions Pending posts 0 new today	About Discussion Rooms Topics Members Events
Pending posts       D new today       Scheduled posts	About Discussion Rooms Topics Members Events About this group
Amembership questions         Pending posts         D new today         Scheduled posts         Activity log	About Discussion Rooms Topics Members Events  About this group  Public  Anyone can see who's in the group and what they post.
Pending posts     Image: Constraint of the sector of the sec	About Discussion Rooms Topics Members Events           About Discussion Rooms Topics Members Events           About this group           Public           Anyone can see who's in the group and what they post.           Visible           Anyone can see this group
Pending posts         D new today         Scheduled posts         Activity log         Group rules         Member-reported content	About Discussion Rooms Topics Members Events          About Discussion Rooms Topics Members Events         About this group         S Public         Anyone can see who's in the group and what they post.         Visible         Anyone can see this group            General          History
Pending posts       Image: Discrete to reported content       Image: Discrete to reported content       Image: Discrete to reported content	About Discussion Rooms Topics Members Events          About Discussion Rooms Topics Members Events         About this group <ul> <li>Public</li> <li>Anyone can see who's in the group and what they post.</li> <li>Visible</li> <li>Anyone can see this group</li> <li>© History</li> <li>Group created on 28 April 2022 See More</li> </ul>
Pending posts         Image: Display and the second secon	About Discussion Rooms Topics Members Events          About Discussion Rooms Topics Members Events         About this group         Public         Anyone can see who's in the group and what they post.         Visible         Anyone can see this group         General         History         Group created on 28 April 2022 See More

Creativity Web Tool Kit \* 2022



Εδώ μπορείτε να ανεβάσετε μια φωτογραφία προφίλ.

Εδώ υπάρχει ένα κεντρικό οριζόντιο μενού με 6 επιλογές.

Εδώ φαίνονται τα κύρια χαρακτηριστικά της ομάδας σας.

### Κάθετο μενού με τα εργαλεία του διαχειριστή

### Βοηθός Διαχειριστή:

Εδώ παίρνετε όλες τις σημαντικές αποφάσεις

σχετικά με τις αναρτήσεις και τα σχόλια:

- Τι είδους αναρτήσεις πρέπει να απορρίπτει ο βοηθός διαχειριστή;
- Τι είδους αναρτήσεις πρέπει να αφαιρεί ο βοηθός διαχειριστή;
- Τι είδους σχόλια μελών πρέπει να απενεργοποιεί ο βοηθός διαχειριστή;
- Ποια είναι τα κριτήρια για την απόρριψη σχολίων;

Υπάρχει ακόμη και η επιλογή του αυτόματου βοηθού, που μπορεί αναλάβει δράση για λογαριασμό σας ακολουθώντας τις οδηγίες σας!

Manage gro		
₲	Home	
	Overview	
Adr	nin tools	
(ð)	Admin Assist O actions, O criteria	
$\overset{\circ}{\bigcirc}$	<b>Participant requ</b> O new today	
	<b>Badges requests</b> O new today	
ÂIJ	Participation qu	
FC	<b>Pending posts</b> O new today	
	Scheduled posts	
()	Activity log	
	Group rules	
8	<b>Member-reporte</b> O new today	
μ	<b>Moderation aler</b> O new today	
Ê	Group Quality	
ଚ	Group grow	

	Control 1	_
^	Admin Assis	t
	Save time, protect your group and acc automatic actions How does it work?	complish more with
	Add or edit criteria • 0	
	You're in control. Customise criteria to efficient	ntly manage your grou
	Anage people • 0	
	Aprove member request if	Add
	Decline member request if	Add
	Manage posts • 0	,
	Decline incoming post if	Add
	Remove incoming post if	Add
	Turn off commenting if	Add

45 \* 89

### Κάθετο μενού με τα εργαλεία του διαχειριστή

### Αιτήματα για απονομή σημάτων (badges):

Τα σήματα είναι ένα εργαλείο που απευθύνεται τόσο στα μέλη της ομάδας σας όσο και σε εσάς, τον διαχειριστή. Τα μέλη μπορούν να επιλέξουν το σήμα που τους ταιριάζει έτσι να δείξουν στους υπόλοιπους ποιοι είναι ή τι έχουν καταφέρει στην ομάδα. Εάν αποκτήσουν ένα σήμα και επιτρέψουν την εμφάνισή του, τότε αυτό θα εμφανίζεται στις αναρτήσεις τους, στα σχόλια τους και στο προφίλ τους. Ως διαχειριστής, μπορείτε να προτείνετε στα μέλη της ομάδας σας να επιλέξουν ένα σήμα ενώ εσείς μπορείτε να διαλέξετε να είστε διαχειριστής ή συντονιστής. Για παράδειγμα, ο συντονιστής (moderator) είναι κάτι σαν τον διαχειριστή (admin) αλλά με λιγότερους ρόλους. Δείτε γι' αυτό περισσότερα εδώ: https://www.facebook.com/help/901690736606156

#### Για τα μέλη της ομάδας: Πώς να επιλέξουν ένα σήμα και να το βάλουν στο προφίλ τους;

- Στο προφίλ, πατήστε Επεξεργασία.
- Επεξεργασία.

Επιλέξτε μία από τις Ομάδες (groups) που ανήκετε.

Πατήστε τη φωτογραφία του προφίλ σας στα αριστερά του "Γράψτε κάτι..." για να μεταβείτε στο προφίλ σας ως μέλος.

 Κάντε κύλιση προς τα κάτω στα Σήματα και πατήστε

 Επιλέξτε ποια σήματα θέλετε να εμφανίζονται στις αναρτήσεις της ομάδας σας και πατήστε Τέλος.



### Κάθετο μενού με τα εργαλεία του διαχειριστή

#### Αιτήματα για σήματα (badges)

Οι διάφοροι τύποι σημάτων από τους οποίους μπορεί να επιλέξει ένα μέλος της ομάδας είναι: ειδικός ομάδας, ιδρυτικό μέλος, νέο μέλος, ανερχόμενο αστέρι, μέλος που συχνά ξεκινάει συζητήσεις, μέλος που δημοσιεύει συχνά εικόνες και βίντεο.

**Μέλος που δημοσιεύει συχνά εικόνες** και βίντεο (Visual storyteller)! Αυτός ο ρόλος φαίνεται πολύ ταιριαστός για το εργαλείο μας, όπου ο στόχος είναι να μοιραζόμαστε εικόνες, βίντεο και κείμενα για να πούμε μια ιστορία και να τραβήξουμε το ενδιαφέρον των άλλων.

Badge name	Who can get it	How to get it	How long it's displayed
Admin	Group admins	Accept an invitation to be an admin of the group	Until an admin turns this badge off for the group Or Until an admin decides not to display the badge by their name
Moderator	Group moderators	Accept an invitation to be a moderator of the group	Until an admin turns this badge off for the group Or Until an admin decides not to display the badge by their name
Group expert Note: This badge isn't available in all groups	Eligible group members, admins and moderators	Accept an invitation to be a group expert for demonstrating knowledge on topics that the group cares about	Until an admin turns this badge off for the group Or Until a group member decides not to display the badge by their name
Founding member Note: This badge is only available in groups created after 17 July 2018	Group members	Share, invite people to join or post in a new group	Until an admin turns this badge off for the group Or Until an admin decides not to display the badge by their name
New member	Group members	Join a group	Two weeks, unless an admin turns this off for the group
Rising star	Group members	Create engaging posts within the first month of joining a new group	One month, unless an admin turns this off for the group
Conversation starter	Group members	Create posts that other members engage with regularly	One month, unless an admin turns this off for the group
Visual storyteller	Group members	Share images and videos that others engage with regularly	One month, unless an admin turns this off for the group

Manage group						
	Home					
	Overview					
Adr	Admin tools					
$\bigotimes$	<b>Admin Assist</b> 0 actions, 0 criteria					
$\stackrel{\circ}{\bigcirc}$	<b>Participant requests</b> O new today					
■	Badges requests O new today					
රින	Participation questions					
F	<b>Pending posts</b> O new today					
	Scheduled posts					
()	Activity log					
	Group rules					
8	Member-reported content O new today					
μ	<b>Moderation alerts</b> O new today					
Ê	Group Quality					
ଚ	Group grow					

#### 47 \* 89

### Κάθετο μενού με τα εργαλεία του διαχειριστή

#### Εκκρεμείς αναρτήσεις:

Εδώ μπορείτε να δείτε αν υπάρχουν αναρτήσεις από τα μέλη της ομάδας σας που δεν έχετε δει και εγκρίνει για να τις δημοσιεύσετε ή όχι.

M	anage group
	Home
	Overview
Adr	nin tools
$\bigotimes$	<b>Admin Assist</b> O actions, O criteria
$\stackrel{\diamond}{\frown}$	<b>Member requests</b> O new today
	<b>Badges requests</b> O new today
ÂIJ	Membership questions
FC	<b>Pending posts</b> O new today
	Scheduled posts
()	Activity log
	Group rules
8	Member-reported content O new today
μ	<b>Moderation alerts</b> O new today
Ê	Group Quality
ଚ	Group grow

Creativity Web Tool Kit \* 2022



#### Save time with Admin Assist

Automatically decline posts based on criteria you set up and control.



#### No pending posts

There are no pending posts to review

Εξοικονομήστε χρόνο με τον Βοηθό Διαχειριστή! Αυτό σημαίνει ότι έχετε την επιλογή να ενεργοποιήσετε τον αυτόματο βοηθό σας που θα αναλάβει δράση για λογαριασμό σας ακολουθώντας τις οδηγίες σας.

Set Up

### Κάθετο μενού με τα εργαλεία του διαχειριστή

#### Προγραμματισμένες δημοσιεύσεις:

Εδώ μπορείτε να προγραμματίσετε τις αναρτήσεις την ημερομηνία και την ώρα που θα επιλέξετε.

Manage group					
🕆 Home					
Solution Sol					
Admin tools					
Admin Assist         0 actions, 0 criteria					
Arr					
Badges requests       0 new today					
යිනු Membership questions					
Pending posts 0 new today					
Scheduled posts					
() Activity log					
Group rules					
Member-reported content     O new today					
Moderation alerts 0 new today					
📋 Group Quality					
🔊 Group grow					

Creativity Web Tool Kit \* 2022



49 \* 89

### Κάθετο μενού με τα εργαλεία του διαχειριστή

### Αρχείο δραστηριοτήτων:

Εδώ, μπορείτε να έχετε μια επισκόπηση της δραστηριότητας σχετικά με τα μέλη της ομάδας, ποιοι έχουν εγγραφεί και πότε, ημερομηνία αίτησης ή άλλα φίλτρα.

Manage group					
☐ Home					
⊘ Overview ∧					
Admin tools					
Admin Assist         0 actions, 0 criteria					
Participant requests 0 new today					
Badges requests 0 new today					
යි ු Participation questions					
Pending posts 0 new today					
E Scheduled posts					
Activity log					
Group rules					
Member-reported content     O new today					
D new today					
📋 Group Quality					
S Group grow					

Creativity Web Tool Kit \* 2022



#### Κανόνες ομάδας:

Εδώ, μπορείτε να γράψετε έως και 10 κανόνες που θα καθορίσουν το στυλ της ομάδας σας και θα βοηθήσουν στην αποφυγή συγκρούσεων ανάμεσα στα μέλη.

	Home
	Overview
Adı	nin tools
$\odot$	<b>Admin Assist</b> O actions, O criteria
$\stackrel{\diamond}{\frown}$	<b>Member requests</b> 0 new today
	Badges requests O new today
රු	Membership questions
R	<b>Pending posts</b> O new today
	Scheduled posts
J	Activity log
	Group rules
8	Member-reported content O new today
Ţ	<b>Moderation alerts</b> O new today
Ê	Group Quality
ଚ	Group grow

Manage group

Creativity Web Tool Kit \* 2022

mple rules		
kind and courteous	No hate speech or bullying	
promotions or spam	Respect everyone's privary	
te your own		
tle		
escription		
	Cancel	Create
	Cancel	Create

φτιάχνετε τους δικούς σας.

### Κάθετο μενού με τα εργαλεία του διαχειριστή

### Περιεχόμενο με αναφορές από μέλη:

Εδώ, μπορείτε να δείτε εάν ένα μέλος της ομάδας σας έχει αναφέρει κάποιο περιεχόμενο ανάρτησης σε εσάς.

Το περιεχόμενο που μπορεί να αναφέρεται/καταγγέλεται από μέλος στην ομάδα του Facebook είναι το περιεχόμενο που ένα μέλος της ομάδας Facebook ειδοποιεί τον διαχειριστή της ομάδας Facebook ή τις αρχές του Facebook ότι είναι καταχρηστικό, παράνομο, προσβλητικό ή ότι παραβιάζει τους κανόνες πνευματικών δικαιωμάτων.

Manage group					
	Home				
	Overview 🔨				
Adı	nin tools				
${}^{}$	<b>Admin Assist</b> O actions, O criteria				
$\stackrel{\diamond}{\frown}$	<b>Member requests</b> O new today				
	<b>Badges requests</b> O new today				
රු	Membership questions				
F	<b>Pending posts</b> O new today				
	Scheduled posts				
U	Activity log				
	Group rules				
8	Member-reported content O new today				
Ţ	<b>Moderation alerts</b> O new today				
Ê	Group Quality				
ଚ	Group grow				



#### No member-reported content

If members report content to the group admins, you can review it here.

## Ας ελπίσουμε ότι δεν θα σας αναφέρουν κάποιο περιεχόμενο! 💿

### Κάθετο μενού με τα εργαλεία του διαχειριστή

### Ειδοποιήσεις συντονισμού:

Αυτό είναι πραγματικά χρήσιμο καθώς σας ειδοποιεί κάθε φορά που ένα μέλος χρησιμοποιεί μια λέξη που δεν έχετε επιτρέψει και επίσης σας ειδοποιεί όταν υπάρξουν αναρτήσεις/σχόλια από τα μέλη της ομάδας σας που βρίσκουν μεγάλη ανταπόκριση/αλληλεπίδραση.



M	anage group	
Ġ	Home	
	Overview	^
Adr	nin tools	
٢	Admin Assist O actions, O criteria	
$\stackrel{\diamond}{\frown}$	<b>Member requests</b> O new today	
	<b>Badges requests</b> O new today	
Ĵ	Membership questions	
F	<b>Pending posts</b> O new today	
Ħ	Scheduled posts	
()	Activity log	
	Group rules	
00	<b>Member-reported content</b> O new today	
Ψ	<b>Moderation alerts</b> O new today	
Ê	Group Quality	
ଚ	Group grow	

← Keyword alerts	×
Keyword alerts tell you when members use certain words or phrases in your group.	
Add keyword Climate change, protest	Add

(~

Για παράδειγμα, βάζετε τις λέξεις-κλειδιά: climate change & protest.

Εδώ επιλέγετε αν οι
αναρτήσεις και οι
αντιδράσεις (μου
αρέσει, κοινοποιήσεις
σχόλια) θα
ενεργοποιούν κάποια
ειδοποίηση.

Content type		
Jontent type		
p 2		
p 2 <b>Igagement</b> Nat kind of engagement with c	omments do vou want ale	erts about?
p 2 Igagement at kind of engagement with c	comments do you want ale	erts about?
ip 2 <b>Igagement</b> hat kind of engagement with c Engagement type	omments do you want ale	erts about?
p 2 Igagement hat kind of engagement with c Engagement type	comments do you want ale	erts about?

**Engagement alert** 

53 \* 89

×

### Κάθετο μενού με τα εργαλεία του διαχειριστή

### Ποιότητα ομάδας:

Αυτή η δυνατότητα προστατεύει εσάς, τον διαχειριστή, από τυχόν παραβιάσεις των πολιτικών του Facebook που ενδέχεται να καταγραφούν.

M	anage group
₲	Home
	Overview
Adr	nin tools
٢	Admin Assist O actions, O criteria
$\stackrel{\diamond}{\frown}$	<b>Member requests</b> O new today
	<b>Badges requests</b> O new today
<del>گ</del> چ	Membership questions
F	<b>Pending posts</b> O new today
Ħ	Scheduled posts
()	Activity log
	Group rules
8	<b>Member-reported content</b> O new today
μ	<b>Moderation alerts</b> O new today
İ	Group Quality
ଚ	Group grow

ará Crew			
roup Quality			
Group has <b>no issues</b>			
Admin violations		This group	
If content in a group goes against our Com down. But, if admins create or approve pos that's considered more serious and can pu	munity Standards, we take it its that don't follow the rules, t the group at risk of	• Other updates	>
estrictions. Good news: no violations to show.		Manage admins	>
Is this information helpful for you?	No Yes		



Manage advanced settings	
Linked Pages No linked Pages	1
Recommended groups No recommended groups	
Apps No apps	

Manage membership	
Who can join the group Profiles and Pages	
Who can approve member requests Anyone in the group	

#### Ρυθμίσεις ομάδας:

Αυτή είναι μια εκτεταμένη και πολύ σημαντική ενότητα όπου πρέπει να συμπληρώσετε όλες τις παρακάτω υποενότητες:

- 1. Διαμόρφωση ομάδας
- 2. Προσαρμογή ομάδας
- 3. Συμμετοχή
- 4. Διαχείριση συζήτησης
- Προστέθηκε στην ομάδα (μορφή ανάρτησης και σήματα)
- Διαχείριση σύνθετων ρυθμίσεων

Εξηγούμε αναλυτικά κάθε υποενότητα στις επόμενες σελίδες.

#### Το παράδειγμα μας

Όνομα: Φουτουριστική Ιστορία

Περιγραφή: Αυτή η ομάδα δημιουργήθηκε για να αφηγηθούμε μια ιστορία με συλλογικό τρόπο.

Τα μέλη της ομάδας ακολουθούν τις οδηγίες του διαχειριστή για να πουν μια φουτουριστική ιστορία, συμβάλλοντας έτσι με λόγια και οπτικά μέσα (φωτογραφίες, βίντεο) σε μια συλλογική ιστορία με το εξής θέμα: Περιγράψτε μια κοινωνία σε μια εποχή όχι και τόσο μακριά από τώρα όσον αφορά το περιβάλλον, την κοινωνία και τη σχέση των ανθρώπων με την τεχνολογία. Με άλλα λόγια, πώς φαντάζεστε την κοινωνία μας σε μερικά χρόνια από τώρα;

Επίπεδο απορρήτου: Δημόσια. Οι ιδιωτικές ομάδες δεν μπορούν να γίνουν δημόσιες. Οι δημόσιες ομάδες μπορούν να γίνουν ιδιωτικές. Στην περίπτωση μας, θέλουμε να δημιουργήσουμε μια δημόσια ομάδα.

Απόκρυψη ομάδας: Ορατή Τοποθεσία: (καμία)

Set	up group		
Hide	group		
•	Visible Anyone can find this group.		۲
<b>\$</b>	<b>Hidden</b> Only members can find this group.		0
Publi	c groups can only be visible.		
Priva	асу	Cancel	Save
0	Public Anyone can see who's in the group and what the	hey post.	۲
	Private Only members can see who's in the group and	what they post.	0
Privat priva	e groups can't be changed to public t cy of group members. <b>Learn more</b>	to protect the	
Locat	lion	Cancel	Next
This	group's locations		
		Cancel	Save

#### Το παράδειγμα μας

#### Διαδικτυακή διεύθυνση:

www.facebook.com/groups/futuristictales/

Χρώμα ομάδας: διαλέγετε ένα χρώμα. Εμείς εδώ το πράσινο.

Σήματα: Επιλέξτε τα σήματα που μπορούν τα μέλη να κερδίσουν. Τα σήματα εμφανίζονται δίπλα στο όνομα κάποιου στις αναρτήσεις, τα σχόλια και στο προφίλ του στην ομάδα και είναι ορατά μόνο στα μέλη. Εμείς εδώ επιλέξαμε 3 σήματα: «διαχειριστής», «νέο μέλος» και «μέλος που δημοσιεύει συχνά εικόνες και βίντεο (visual storyteller)».

Σχέση με την ομάδα: Μπορείτε να προσθέσετε μια σχέση με την ομάδα για να δείξετε ότι ένα συγκεκριμένο άτομο ή οργανισμός είναι και ο διαχειριστής της ομάδας. Το όνομα του διαχειριστή θα εμφανίζεται στο κάτω μέρος της φωτογραφίας εξωφύλλου της ομάδας.

Επιλέξαμε το «καμία σχέση», αλλά εσείς μπορείτε να διαλέξετε κάτι διαφορετικό ανάλογα με το που εργάζεστε και αν θέλετε αυτό να φανεί.

Τύπος ομάδας: Επιλέξτε έναν τύπο για να πάρετε έξτρα λειτουργίες που καλύπτουν τις ανάγκες της ομάδας σας. Μπορείτε να αλλάξετε τον τύπο της ομάδας σας ανά πάσα στιγμή. Οι επιλογές είναι: «γενικός», «αγορά και πώληση» και «παιχνίδι».

### **Customise group** Web address www.facebook.com/groups/245060602546129/ Group colour **Badges** 6 badges **Group affiliation** No affiliation Group type General

#### Το παράδειγμα μας

Έγκριση συμμετεχόντων: Αυτό είναι ένα σημαντικό στοιχείο. Επιλέξτε εάν τα άτομα θα πρέπει πρώτα να εγκρίνονται από εσάς, (διαχειριστή ή συντονιστή) για να δημοσιεύουν και να σχολιάζουν. Ό,τι και να επιλέξετε, θα εξακολουθήσουν να υπόκεινται σε άλλες μορφές εποπτείας μέσα στην ομάδα. Επιλέξαμε: απενεργοποίηση

Ποιοι μπορούν να συμμετέχουν στην ομάδα: Διαλέξαμε «μόνο προφίλ».

### **Participation**

**Paticipant approval** Off

Only profiles

Who can participate in the group

58 \* 89

#### Το παράδειγμα μας

**Έγκριση όλων των δημοσιεύσεων των μελών:** Εδώ επιλέγετε εσείς (διαχειριστής ή συντονιστής) αν θα πρέπει να εγκρίνει τις αναρτήσεις των μελών ή όχι. Εμείς επιλέξαμε να το ενεργοποιήσουμε, δλδ να εγκρίνουμε πρώτα τις δημοσιεύσεις των μελών.



#### Manage discussion

Who can post Anyone in the group	
Approve all member posts Off	
Sort comments Suggested default	
Approve edits Off	
Default tab Discussion	ľ
<b>Default post</b> Write something	ľ
Post shortcuts Reel, Photo, Room	ľ
Post formats	
Anonymous posting Off	-

#### Sort comments

This setting applies to all posts in the group by default. Members can still change the order they see comments if they want.

Suggested default Automatically show comments in whichever order encourages participation in the group.	۲
Top comments Show the most engaging comments first.	0
Most recent Show the the newest comments first.	0
All comments Show all comments in chronological order, including potential spam.	0
Cancel	Save

**Ταξινόμηση σχολίων:** Εδώ μπορείτε να ορίσετε τον τρόπο με τον οποίο θα εμφανίζονται τα σχόλια. Αυτή η ρύθμιση θα ισχύει για όλες τις αναρτήσεις της ομάδας. Τα μέλη μπορούν όμως να αλλάξουν τη σειρά που βλέπουν τα σχόλια. Εμείς διαλέξαμε την «προτεινόμενη προεπιλογή».

#### Το παράδειγμα μας

Έγκριση αλλαγών: Εδώ ορίζετε το πώς θα διαχειριστείτε την επεξεργασία των αναρτήσεων. Εμείς επιλέξαμε τα μέλη της ομάδας να μπορούν να επεξεργάζονται απευθείας τις αναρτήσεις τους.

Approve edits		
On Edited posts must be approved by admin or mod	erator	۲
Off Members can edit their posts directly		0
	Cancel	Save

#### Manage discussion

Who can post Anyone in the group	
Approve all member posts	
Sort comments Suggested default	-
Approve edits Off	-
Default tab Discussion	-
<b>Default post</b> Write something	-
<b>Post shortcuts</b> Reel, Photo, Room	-
Post formats	
Anonymous posting Off	

Creativity Web Tool Kit \* 2022

Default post	×
Choose the format that works best for your group.	
Write someting	•
Choose a photo	0
What are you selling?	0
Cancel	Save

#### Προεπιλεγμένη δημοσίευση:

Εδώ επιλέγετε τη μορφή του παραθύρου ανάρτησης που θα εμφανίζεται κάθε φορά που κάποιος δημοσιεύει κάτι, είτε αυτό θα είναι «Γράψτε» κάτι ή «Επιλέξτε μια φωτογραφία», κ.λπ.



**Ανώνυμες δημοσιεύσεις:** Εδώ επιλέγετε αν κάποιος μπορεί να

δημοσιεύει ανώνυμα στην ομάδα. Επιλέξαμε την «απενεργοποίηση» αυτής της επιλογής.

### Προστέθηκε στην ομάδα

Add Featu the m	<b>led to group</b> res add capabilities so that you and others get ost from your group.		
	<b>Events</b> Schedule online and in-person events.		
•	Ask for recommendations Allow people to crowdsource suggestions from your community.		
0	Files Allow people to share files to the community.	-	
GI	<b>GIF</b> Allow people to post GIF images.	~	
P	Host a Q&A Let an expert answer questions from your community.	/	
	<b>Live video</b> Broadcast in real time.	1	
	<b>Poll</b> Allow people to survey the community with polls.	1	
	<b>Prompts</b> Prompt conversations with an interactive format.	1	
•	Rooms Allow rooms and live-audio broadcasts.	-	
8	<b>Sell something</b> Allow people to sell and buy items in the group.	-	
	Add new		

### Διαχείριση σύνθετων ρυθμίσεων

Manage advanced settings	
Linked Pages No linked Pages	
Recommended groups	<b>*</b> *
<b>Apps</b> No apps	<b>*</b> *

Εδώ, μπορείτε να προσθέσετε δυνατότητες, ώστε να αξιοποιήσετε στο έπακρο την ομάδα σας και να επιλέξετε ποια κουμπιά θα εμφανίζονται στην κορυφή της ομάδας σας και πότε κάποιος κάνει μια ανάρτηση.

Creativity Web Tool Kit \* 2022

Συνδεδεμένες Σελίδες: Εάν διαχειρίζεστε κάποιες σελίδες στο facebook, μπορείτε να τις συνδέσετε με την ομάδα σας. Κάθε σελίδα θα γίνει διαχειριστής της ομάδας και τότε όλοι οι διαχειριστές, οι συντονιστές και οι συντάκτες της σελίδας θα μπορούν να διαχειρίζονται την ομάδα. Μπορείτε να διαχειριστείτε αυτούς τους ρόλους στις ρυθμίσεις κάθε σελίδας ή να αποσυνδέσετε την ομάδα ανά πάσα στιγμή. Προτεινόμενες ομάδες: Μπορείτε να προτείνετε άλλες ομάδες για τις οποίες θέλετε να γνωρίζουν τα μέλη σας.

Εφαρμογές: Εδώ προσθέτετε εφαρμογές που θα είναι ενεργές στην ομάδα σας. Οι εφαρμογές θα μπορούν να δουν αναρτήσεις και σχόλια της ομάδας, αλλά όχι ποιος τα έγραψε. Μπορείτε να διαχειριστείτε την πρόσβαση αυτών των εφαρμογών στα δεδομένα σας στις προσωπικές ρυθμίσεις της ομάδας.

### Προσθήκη δυνατοτήτων

#### Εδώ υπάρχουν 4 υποενότητες:

- Μορφές δημοσίευσης
- Σύνολα λειτουργιών
- Σήματα
- Άλλες λειτουργίες

Manage group		Pos Choos this co	t formats se which kinds of p ommunity.
<ul> <li>Overview</li> <li>Admin tools</li> </ul>	<u>^</u>		Events Schedule online
Admin Assist 0 actions, 0 criteria		0	Files Allow people to s
Participant requests     O new today     Badges requests     O new today		Ø	Ask for recom Allow people to o your community.
Pending posts O new today			
Scheduled posts		Bac	lges people to express
Group rules		others	who they are.
B Member-reported content 0 new today		*	View other feature your community's
Moderation alerts     O new today		0	Conversation
🕞 Group Quanty			community's exp
Settings	^	<b></b>	Allow people to s features that can
<ul> <li>Group settings</li> <li>Add features</li> </ul>			experience
Insights	~		
	Manage group         Image group	Manage group Manage group Mome Mome New Mome Admin Assist O actions, O criteria Admin Assist O actions, O criteria Participant requests O new today Badges requests O new today Badges requests O new today Participation questions Conew today Scheduled posts O new today Coroup rules Moderation alerts O new today Moderation alerts O new today Coroup Quality Coroup grow Settings Add features Moderatures Moderatures	Manage group   Home   Overview   Admin Assist   Dactions, Doriteria   Pritipant requests   Onew today   Badges requests   Onew today   Participation questions   Pending posts   Onew today   Scheduled posts   Onew today   Scheduled posts   Onew today   Croup rules   Moderation alerts   Onew today   Croup grow   Settings   Croup settings   Add features   Insights

Creativity Web Tool Kit \* 2022

<b>S</b> s of posts people can create in	See all
nline and in-person events	Settings
e to share files to the community.	Settings
<b>commendation</b> e to crowdsource suggestions from unity.	Settings
	0



#### Μορφές δημοσίευσης:

αυτή η επιλογή είναι η ίδια όπως και πριν στην ενότητα «Διαχείριση συζήτησης».

Κάποια ειδικά **σήματα** (σχετίζονται κυρίως με θέματα γονιών) που μπορείτε να προσθέσετε στην ομάδα που θα φτιάξετε αλλά που για το δικό μας παράδειγμα δεν έχουν πολύ σχέση.

#### Προσθήκη δυνατοτήτων

Σύνολα λειτουργιών: Ορισμένα ειδικά χαρακτηριστικά που μπορείτε να προσθέσετε, αλλά εδώ δεν σχετίζονται πραγματικά με το χαρακτήρα και το στόχο της ομάδας μας.

ing Ques	stions and advice
entorship 👂 F	lost a Q&A
onymous posts	
d 8 more	
+ Add Set	+ Add Set
	Image: Second secon



Mentorship	
Share knowledg	
mentorship	

Creativity Web Tool Kit \* 2022

can enhance your community's experience.		
by subject to help people learn	Settings	
e one to one through	Settings	

**Άλλες λειτουργίες**: αυτή η επιλογή είναι η ίδια όπως και πριν στην ενότητα «Διαχείριση συζήτησης».

### Η ομάδα μας θα φαίνεται τελικά όπως εδώ:

Futuristic Tale	
O Public group	
C Home	
Overview ▲	
Admin tools	
Admin Assist 0 actions, 0 criteria	Futuristic Tale
A D new today	Public group • 9 members
Badges requests 0 new today	<sup>™</sup> Joined ▼ + Invite
යිල Membership questions	About Discussion Rooms Topics Members Events Media
Pending posts O new today	
Scheduled posts	About this group
Activity log	Public Anyone can see who's in the group and what they post.
Activity log	Visible
Group rules	Visible     Anyone can see this group     & General
Croup rules Member-reported content O new today	<ul> <li>Visible Anyone can see this group</li> <li>General</li> <li>History Group created on 28 April 2022 See More</li> </ul>
Croup rules  Member-reported content Onew today  Moderation alerts Onew today	<ul> <li>Visible Anyone can see this group</li> <li>General</li> <li>History Group created on 28 April 2022 See More</li> </ul>
<ul> <li>Activity log</li> <li>Group rules</li> <li>Member-reported content 0 new today</li> <li>Moderation alerts 0 new today</li> <li>Group Quality</li> </ul>	<ul> <li>Visible Anyone can see this group</li> <li>General</li> <li>History Group created on 28 April 2022 See More</li> </ul>

Διαλέξαμε αυτή τη φουτουριστική φωτογραφία για την εικόνα προφίλ.

Όταν η ομάδα θα είναι έτοιμη, έχετε αυτές τις επιλογές:



Creativity Web Tool Kit \* 2022

### Μπορείτε να κάνετε άλλα μέλη διαχειριστές της ομάδας:

- 1. Πρέπει να τους προσκαλέσετε να γίνουν μέλη.
- Όταν γίνουν μέλη, θα ακολουθήσετε τα βήματα που διαβάζετε σε αυτό το link:

https://www.facebook.com/help/148640791892225

# Τελειώσατε! Η ομάδα σας είναι πλέον έτοιμη! Ας δούμε τα επόμενα βήματα μαζί.

Go back to Index

Creativity Web Tool Kit \* 2022



# **Βήμα 3 | Πώς να χτίσετε το παράδειγμα της** Φουτουριστικής Ιστορίας

### Οπτικό υλικό

Προσθέστε **ένα άλμπουμ με οπτικό υλικό** (εικόνες & βίντεο) από γνωστά ή λιγότερο γνωστά **έργα τέχνης** που να σχετίζονται με την ιστορία που θέλετε να πείτε. Στόχος σας είναι να δώσετε έμπνευση στα μελλοντικά μέλη της ομάδας και το υλικό σας να λειτουργήσει **εκπαιδευτικά για τη δύναμη της τέχνης ως μέσο επικοινωνίας**.

Πώς να το κάνετε αυτό: Μεταβείτε στο κεντρικό μενού, στην καρτέλα «Μέσα» και κάντε κλικ στο «Δημιουργία άλμπουμ». Διαλέξτε ένα όνομα για το άλμπουμ και μεταφορτώστε τις εικόνες από τον υπολογιστή σας.

# **Βήμα 3 | Πώς να χτίσετε το παράδειγμα της** Φουτουριστικής Ιστορίας

### Οπτικό υλικό

Στο δικό μας παράδειγμα εδώ, θέλουμε να περιγράψουμε πώς θα μοιάζει η κοινωνία μας σε σχέση με το περιβάλλον, την τεχνολογία και τις ανθρώπινες σχέσεις, σε μια εποχή όχι και τόσο μακριά από τώρα.

Επιλέξαμε **εικόνες** που περιγράφουν ακριβώς αυτό το θέμα, αναφέροντας πάντα την πηγή. Συμπεριλάβαμε επίσης **έργα τέχνης** από διάφορες εκθέσεις σε όλο τον κόσμο, **καλλιτεχνικές εγκαταστάσεις, αρχιτεκτονικά αριστουργήματα** και **έργα land art** (εικόνες & link σε βίντεο) αναφέροντας το όνομα του καλλιτέχνη και μια **σύντομη περιγραφή** του έργου τέχνης (δείτε ένα παράδειγμα στην επόμενη σελίδα).



# **Βήμα 3 | Πώς να χτίσετε το παράδειγμα της** Φουτουριστικής Ιστορίας Οπτικό υλικό

Αυτό είναι το παράδειγμα μιας εικόνας που έχουμε βάλει στο άλμπουμ. Είναι ένα έργο τέχνης του Γάλλου γλύπτη Paulo Grangeon που εκφράζει το πρόβλημα της απειλής εξαφάνισης των ζώων σε όλο τον κόσμο.

Δίπλα στην εικόνα μπορείτε να δείτε μια μικρή περιγραφή του έργου τέχνης που είναι χρήσιμη για τους χρήστες.



# **Βήμα 4** | Η ανάρτηση (Post) καλωσορίσματος

Γράψτε μια δημοσίευση καλωσορίσματος (welcome **post)** εξηγώντας στα μέλη της ομάδας σας τι θέλετε να κάνουν.

Τα μέλη της ομάδας καλούνται να συνεχίσουν την ιστορία που επιλέξατε να πείτε. Μπορούν να χρησιμοποιήσουν όσες λέξεις θέλουν για να γράψουν τη λεζάντα τους. Για το οπτικό μέρος μπορούν είτε να επιλέξουν υλικό από το άλμπουμ που έχετε ήδη ανεβάσει και τους εμπνέει είτε να ανεβάσουν νέο οπτικό υλικό που έχουν δημιουργήσει οι ίδιοι (εικόνες, βίντεο) ή υλικό κάποιου άλλου καλλιτέχνη (χωρίς να ξεχνούν ποτέ να αναφέρουν την πηγή). Οι ιστορίες που φτιάχνουν τα μέλη μπορεί να είναι παραμύθια, ποίηση, πεζογραφία, αφήγηση ή ακόμα και μια δυστοπική ιστορία. Τα μέλη ενθαρρύνονται να δημιουργήσουν χαρακτήρες και τοποθεσίες γι' αυτήν την κοινωνία, να προσθέσουν αυτοβιογραφικά στοιχεία, συναισθήματα και σκέψεις, προσωπικές εμπειρίες της ζωής τους από τη φύση, κ.λπ.

Στην ανάρτησή σας, μπορείτε επίσης να γράψετε την εισαγωγή της ιστορίας που θέλετε να πείτε, π.χ. «Μια φορά κι έναν καιρό, όχι πολύ μακριά από την εποχή μας, υπήρχε ένα μέρος όπου οι άνθρωποι....».

Επίσης, εσείς ως διαχειριστής πρέπει να τους δώσετε κάποιες λέξεις-κλειδιά σε hashtags (συν ένα μοναδικό # που θα χρησιμοποιείται από όλους) για χρήση στις ιστορίες ή/και για προσθήκη στο οπτικό υλικό. Η χρήση hashtags επιτρέπει την «ομαδοποίηση» των ιστοριών με ανάλογο θέμα όπου μπορεί κάποιος να βρίσκει στο ίδιο σημείο όταν ψάχνει με το

αντίστοιχο #.

#### Στο παράδειγμά μας:

Creativity Web Tool Kit \* 2022

- Movαδικό hashtag: #GreenArtivismTales
- Άλλα hashtags που μπορούν να χρησιμοποιηθούν: #SocialMediaStorytelling, #ArtStorytelling, #EcoStories

# **Βήμα 4** | Η ανάρτηση (Post) καλωσορίσματος

#### Η ανάρτησή μας (post):

Καλωσήλθατε όλοι στην ομάδα μας, την Φουτουριστικη Ιστορία 🖓 Γίνετε μέλη και καλέστε και τους φίλους σας! Ο αφηγηματικός μας στόχος εδώ είναι να περιγράψουμε πώς θα μοιάζει η κοινωνία μας στο κοντινό μέλλον όσον αφορά το περιβάλλον, την κοινωνία και τη σχέση των ανθρώπων με την τεχνολογία. Η ιστορία μας ξεκινά κάπως έτσι: «Μια φορά και έναν καιρό, όχι πολύ μακριά από τις μέρες μας, ήταν ένας μέρος όπου οι άνθρωποι...» Σας προτρέπουμε να συνεχίσετε την ιστορία προσθέτοντας τα δικά σας στοιχεία. Ρίξτε μια ματιά στις εικόνες των έργων τέχνης 🕄 στο άλμπουμ που δημοσιεύτηκε με το όνομα «**Φουτουριστικη** Ιστορία» και αντλήστε έμπνευση για να πείτε τη δική σας ιστορία. Θα πρέπει να δημοσιεύσετε: 1. 🚰 🔯 Ένα οπτικό στοιχείο: μπορεί να είναι μια εικόνα, μια φωτογραφία που τραβήξατε, ένα έργο τέχνης, ένα βίντεο που φτιάξατε μόνοι σας και που αφηγείται την ιστορία σας, ένα βίντεο από κάποιον άλλον. Σε κάθε περίπτωση, συμπεριλάβετε την πηγή της πληροφορίας. 2. Α΄ Μια λεζάντα: Μπορεί να είναι μια μικρή παράγραφος, μια αφήγηση, ένα πραγματικό παράδειγμα, ένα παραμύθι, ένα ποίημα, ένα πεζό κείμενο. 3. Χρησιμοποιήστε το hashtag #GreenArtivismTales & προαιρετικά τα hashtags: #SocialMediaStorytelling, #ArtStorytelling, #EcoStories !!! Είστε ευπρόσδεκτοι να πατήσετε «μου αρέσει», να μοιραστείτε και να σχολιάσετε τις αναρτήσεις άλλων μελών. 🖓 Σας ευχαριστούμε! 🔏 Διαδώστε το! 🖙

Welcome everyone to our group "Futuristic Tale". 👰 Join us & invite your peers to join too! R Our storytelling task here is to describe how our society will look like in some time from now regarding the environment, the society & humans' relation to technology. Our tale begins as follows: "Once upon a time, not long away from our days, there was a place where people" You are urged to continue the story adding your own elements. Take a look at the images of artwork sin the album posted under the name "Futuristic Tale" and get inspiration to tell your own story You should post: -E Martin A visual element: can be an image, a photo you shot, an artwork, a self recording video narrating your story, a video from another person. In any case, please include the credits. - A caption: It can be a short paragraph, a narrative, a real life example, a fairytale, a poem, a prose. -Use this hashtag #GreenArtivismTales & optionally these hashtags also: #SocialMediaStorytelling, #ArtStorytelling, #EcoStories !!! You are very welcome to like, share and comment other members' posts. 👍 Thank you! 🙏 Do not forget to spread the word! 🜬



Creativity Web Tool Kit \* 2022

Facebook User 6 March · 🕥

#### Celebration of DGH Healthcare Workers

### Like Comment Share OO Joe Soap and 40 others 22 comments 125 shares Most relevant 🔾 (Ĉ) 🕼 Write a comment. View 1 comment

#### Δείτε εδώ την ανάρτηση καλωσορίσματος που κάναμε.

#### 72 \* 89
# Βήμα 5 Αλληλεπίδραση

Τα μέλη της ομάδας επιτρέπεται να κάνουν σχόλια σε άλλες αναρτήσεις. Η αλληλεπίδραση των μελών εκφράζεται με τα «μου αρέσει», τις κοινοποιήσεις και τα σχόλια στο περιεχόμενο. Οι ενέργειες των μελών αναμένεται να ενδυναμώσουν το εργαλείο, να προσελκύσουν περισσότερα άτομα για να συμμετέχουν και να συμβάλλουν στην αφήγηση.

# Βήμα 6 | Χρήση άλλων Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης

Αφού ολοκληρώσετε τη δημιουργία της ομάδας, την πρώτη ανάρτηση κ.λπ., μπορείτε να δημιουργήσετε λογαριασμούς με τον ίδιο στόχο και σε άλλες πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Instagram, το Twitter, το Tik Tok, κ.λπ. Το περιεχόμενο που θα χρησιμοποιήσετε για αυτές τις πλατφόρμες θα είναι το ίδιο όπως στην ομάδα σας στο Facebook. Σε αυτήν την περίπτωση θα πρέπει οπωσδήποτε να ζητήσετε πρώτα την άδεια αναδημοσίευσης του περιεχομένου από τα μέλη της ομάδας σας. Θα μπορούσατε να το κάνετε αυτό στην αρχή όταν δημιουργήσατε την ομάδα σας, προσθέτοντας έναν **κανόνα ομάδας** σημειώνοντας: «Με τη συμμετοχή μου στην ομάδα συναινώ να κοινοποιείται το περιεχόμενό μου σε άλλες πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης που θα χρησιμοποιήσει ο διαχειριστής για τον ίδιο σκοπό».

# **Άλλο ένα παράδειγμα** αφήγησης μιας ιστορίας με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

#### Ιστορίες οικολογικού μετασχηματισμού Η ιστορία του Νίκου από την Αστυπάλαια (Nick's story of Astypalaia)

Εδώ δίνουμε μια ακόμη ιδέα για το πώς να πείτε μια ιστορία σε μια ομάδα στο facebook χρησιμοποιώντας γραφικά και φωτογραφίες. Η διαφορά από το πρώτο μας παράδειγμα της «Φουτουριστικη Ιστορίας» είναι ότι τώρα, η ιστορία δεν γίνεται με συλλογική προσπάθεια αλλά ατομικά, ενώ στη συνέχεια ζητάμε από τα άλλα μέλη να τη σχολιάσουν αλλά και να μοιραστούν δικές τους σχετικές ιστορίες μέσα στην ομάδα.

Η ιδέα εδώ είναι ότι θέλουμε να πούμε μια ιστορία που έχει να κάνει με κάποιο είδος οικολογικής μεταμόρφωσης/μετασχηματισμού της πόλης, της περιοχής ή της γειτονιάς μας. Δημιουργήσαμε μια ομάδα με το όνομα «Ιστορίες οικολογικού μετασχηματισμού» και δημοσιεύσαμε την ιστορία ενός ελληνικού νησιού, της Αστυπάλαιας, που μεταμορφώνεται σιγά σιγά σ' ένα έξυπνο και βιώσιμο μοντέλο νησιού με έξυπνες δημόσιες μεταφορές, καινοτόμες λύσεις ενεργειακής απόδοσης και γενικότερα εναλλακτική κινητικότητα.

Ο τρόπος με τον οποίο ξετυλίξαμε την ιστορία μας, και θα πρέπει να ζητήσετε από τα άτομα που θα ενταχθούν στην ομάδα να κάνουν το ίδιο, είναι με τη χρήση γραφικών και φωτογραφιών. Μπορείτε επίσης να τους αφήσετε ελεύθερους να επιλέξουν άλλου είδους γραφική αναπαράσταση, όπως ένα βίντεο, ένα gif, φωτογραφίες που έβγαλαν μόνοι τους ή έργα τέχνης (δηλώνοντας πάντα την πηγή προέλευσης).

Επίσης χρησιμοποιήσαμε τα hashtags: #greenartivism, #ecotransformation & #ecostories και ζητάμε από τα μέλη της ομάδας που θα δημοσιεύσουν τις ιστορίες τους να κάνουν το ίδιο.

# **Άλλο ένα παράδειγμα** αφήγησης μιας ιστορίας με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

#### Ο σύνδεσμος του Facebook group:

https://www.facebook.com/groups/1179377476195894

Η πρώτη μας ανάρτηση είναι:

«Ο Νίκος είναι 25 ετών και ζει σε ένα απομακρυσμένο νησί της Ελλάδας, την Αστυπάλαια.

Είναι τυχερός καθώς το νησί του επιλέχτηκε να γίνει ένα νησί πρότυπο για το μέλλον αναφορικά με τις δημόσιες μεταφορές και τη χρήση ενέργειας, μέσω της μέγιστης διείσδυσης της πράσινης ενέργειας, της ηλεκτροκίνησης και των καινοτόμων υπηρεσιών κινητικότητας.

Ο Νίκος θέλει να ξεδιπλώσει την ιστορία του νησιού του καθώς αυτό αποτελεί θετικό παράδειγμα για όλη την κοινωνία. Σε αυτήν την ανάρτηση που ονομάζεται «Η ιστορία του Νίκου από την Αστυπάλαια» θα δείτε μια σειρά από εικόνες που περιγράφουν τη μεταμόρφωση της Αστυπάλαιας σε νησί-μοντέλο. Μη διστάσετε να σχολιάσετε και να μοιραστείτε μαζί μας άλλα παρόμοια παραδείγματα από τη χώρα/περιοχή/πόλη σας.

#ecotransformation #ecostories # greenartivism

Πηγή: <u>https://smartastypalea.gov.gr/</u>



# 5. Γιατί να χρησιμοποιήσω τα FB Groups? Για τη συλλογική αφήγηση



Πίσω στα περιεχόμενα



Creativity Web Tool Kit \* 2022



Co-funded by the European Union

## Γιατί να χρησιμοποιήσω το Facebook?

1. Έχει λιγότερους περιορισμούς από άλλες πλατφόρμες.

α. Μπορείτε να γράψετε κείμενο χωρίς περιορισμούς στον αριθμό των λέξεων.

β. Μπορείτε να δημοσιεύσετε οπτικά στοιχεία. Μπορείτε να προσθέσετε πολλές εικόνες ή φωτογραφίες και βίντεο ανά ανάρτηση.

Είναι η πιο δημοφιλής πλατφόρμα παγκοσμίως (δείτε infographic στα δεξιά).



# Γιατί να χρησιμοποιήσω τα Facebook Groups?

Όταν δημιουργείτε μια ομάδα στο fb έχετε πολλές επιλογές. Μέσα από αυτές τις επιλογές, έχετε τη δυνατότητα να:

- Κάνετε καλή διαχείριση των μελών της ομάδας σας.
- Έχετε πολλές επιλογές οργάνωσης.
- Αυτοματοποιήσετε τις ενέργειές σας.

Ta fb groups σας δίνουν τη δυνατότητα να επιλέξετε:

- 1. Όνομα & περιγραφή ομάδας.
- 2. Ρυθμίσεις απορρήτου: Ιδιωτική ή Δημόσια ομάδα (δεν μπορεί να αλλάξει αργότερα).
- 3. Απόκρυψη ομάδας (ποιοι μπορούν να δουν αυτήν την ομάδα, όλοι ή μόνο τα μέλη).
- 4. Πρόσκληση άλλων ατόμων και ορισμός του εάν άλλοι εκτός από τον διαχειριστή - θα μπορούν να προσκαλέσουν νέα μέλη.
- 5. Τοποθεσία της ομάδας.
- 6. Επιλογή διεύθυνσης (δεν μπορεί να αλλάξει εάν τα μέλη ξεπεράσουν τα 5.000).
- 7. Χρώμα.
- 8. Σήματα: μπορείτε να δώσετε ετικέτες στα μέλη σύμφωνα με τις ενέργειές τους (π.χ.: νέο μέλος, ανερχόμενο αστέρι, μέλος που συχνά ξεκινάει συζητήσεις, μέλος που δημοσιεύει συχνά εικόνες και βίντεο.).

- κ.λπ.).

- να τους ενδιαφέρουν.

9. Σχέση με την ομάδα: Να δείξετε ότι ένα συγκεκριμένο άτομο ή οργανισμός είναι και ο διαχειριστής της ομάδας.

10. Διαχείριση συζήτησης: Ποιος μπορεί να δημοσιεύει, να εγκρίνει όλες τις αναρτήσεις, να ταξινομεί σχόλια, να εγκρίνει τροποποιήσεις, προεπιλεγμένες αναρτήσεις, συντομεύσεις αναρτήσεων, μορφές αναρτήσεων και ανώνυμη ανάρτηση.

11. Μορφές ανάρτησης: πώς θα δημοσιεύουν τα μέλη στην ομάδα (π.χ. επιτρέψτε τους να δημοσιεύουν συνδέσμους, να κάνουν δημοσκοπήσεις

12. Προσθέστε επιπλέον λειτουργίες (π.χ.: «Ερωτήσεις και συμβουλές», «αμοιβαία υποστήριξη» κ.λπ.).

13. Ορίστε οδηγούς και χαρακτηριστικά καθοδήγησης:

Οδηγοί = Οργανώστε τις αναρτήσεις ανά θέμα για να βοηθήσετε τα μέλη να μαθαίνουν νέα πράγματα.

Χαρακτηριστικά καθοδήγησης = Μοιραστείτε τη γνώση με ένα μέλος.

9. Μπορείτε να συνδέσετε Σελίδες που θα διαχειρίζονται την ομάδα σας.

10. Μπορείτε να προτείνετε στα μέλη της ομάδας άλλες ομάδες που μπορεί

11. Ενεργοποιήστε τις εφαρμογές στην ομάδα σας.

## Γιατί να χρησιμοποιήσω τα Facebook Groups?

Όταν δημιουργείτε μια ομάδα, σας δίνονται πολλές επιλογές που σας προσφέρουν πλεονεκτήματα ως διαχειριστή.

Τα Fb Groups προσφέρουν:

- Καλό έλεγχο των ενεργειών της ομάδας.
- Καλή επιλογή αναζήτησης με χρήση φίλτρων.
- Εύχρηστη διαχείριση ρόλων και δράσεων.

Αυτές οι επιλογές είναι:

- 1. Αλλαγή διαχειριστή: Εάν δημιουργήσετε μια ομάδα και θέλετε να αποχωρήσετε, μπορείτε να μεταβιβάσετε το ρόλο του διαχειριστή σε κάποιον άλλον από την ομάδα.
- 2. Μπορείτε να ενεργοποιήσετε τον Admin Assistant, ένα αυτοματοποιημένο σύνολο ενεργειών που θα κάνει ο βοηθός σας αντί για εσάς (π.χ. αυτόματη έγκριση μέλους, αυτόματη απόρριψη ανάρτησης).
- 3. Να διαλέξετε ρόλους, του διαχειριστή ή του συντονιστή (ο επόπτης έχει λιγότερες ενέργειες).

- - περιεχόμενο.

4. Μπορείτε να αναζητήσετε μέλη χρησιμοποιώντας φίλτρα.

5. Ως διαχειριστής ορίζετε ποιες ερωτήσεις θα γίνονται σε κάποιον προκειμένου να γίνει μέλος.

6. Ελέγξτε τις εκκρεμείς αναρτήσεις που δεν έχετε δει.

7. Μπορείτε να προγραμματίσετε αναρτήσεις.

8. Μπορείτε να κάνετε αναζήτηση στη δραστηριότητα της ομάδας χρησιμοποιώντας φίλτρα.

9. Ρύθμιση κανόνων ομάδας.

10. Μπορείτε να ελέγξετε εάν τα μέλη αναφέρουν κάποιο

11. Ενημερώνεστε με ειδοποιήσεις εάν ορισμένες λέξεις-κλειδιά (που έχετε ήδη ορίσει) χρησιμοποιούνται από μέλη ή εάν ορισμένες αναρτήσεις προσελκύουν μεγάλη αλληλεπίδραση.

12. Ενημερώνεστε εάν η ποιότητα της ομάδας σας πέσει ή εάν δεν τηρούνται οι πολιτικές του Facebook.

# 6. Ερωτήσεις & Απαντήσεις

Σχετικά με τις αναρτήσεις σε άλλα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Πίσω στα περιεχόμενα



Creativity Web Tool Kit \* 2022





Co-funded by the European Union

Θέμα 1: Μπορώ να αναρτώ το ίδιο υλικό ταυτόχρονα σε μια Fb Σελίδα (όχι ομάδα) και στο Instagram?

ΔΕΝ μπορείτε να δημοσιεύετε αυτόματα και στις δύο πλατφόρμες μέσω του κύριου λογαριασμού (πατώντας το Δημιουργία ανάρτησης) <u>αλλά</u> μπορείτε να δημοσιεύσετε και στις δύο πλατφόρμες ανοίγωντας το Meta Business Suite και το Εργαλείο Προγραμματισμού στο Fb και προγραμματίζοντας εκ των προτέρων τη δημοσίευσή σας κάνοντας τις απαραίτητες προσαρμογές στο κείμενο και τα γραφικά για το Instagram.

Θέμα 2: Μπορώ να αναρτώ ταυτόχρονα σε ένα Fb Group και στο Instagram?

Όχι, δεν μπορείτε να κάνετε τίποτα από τα δύο.

To Instagram σάς επιτρέπει να συνδεθείτε μόνο με ένα προφίλ ή μια σελίδα στο Fb προς το παρόν και όχι με μια ομάδα Facebook.

Και πώς θα μπορούσα τότε να «συνδέσω» την Ομάδα μου στο Fb μ' έναν λογαριασμό Instagram; Ο μόνος τρόπος να γίνει αυτό είναι έμμεσα. Θα φτιάξετε την ομάδα σας στο Fb, θα φτιάξετε και έναν λογαριασμό Instagram με ταυτόσημο περιεχόμενο (όμως ως δύο διαφορετικές οντότητες) και θα δημοσιεύετε το ίδιο περιεχόμενο ξεχωριστά και ανεξάρτητα σε κάθε μία από αυτές.

Creativity Web Tool Kit \* 2022

Θέμα 3: Μπορώ να κοινοποιώ αυτόματα αναρτήσεις από το Instagram στη σελίδα μου στο Fb;

**Όχι ακριβώς αυτόματα, αλλά ναι, μπορείτε να δημοσιεύετε και στα δύο** το ίδιο περιεχόμενο μέσα σε λίγα λεπτά. Πρέπει να έχετε ένα επιχειρηματικό (business) λογαριασμό στο Instagram και μια σελίδα στο Fb, όχι ένα προφίλ!

#### Πώς μπορώ να συνδέσω τις δύο πλατφόρμες;

Για να το κάνετε αυτό, ανοίξτε την εφαρμογή Instagram στο προφίλ σας και πατήστε το κουμπί **Μενού**, που απεικονίζεται με τρεις παράλληλες οριζόντιες γραμμές. Πατήστε το κουμπί **Ρυθμίσεις** και πατήστε την επιλογή **Λογαριασμός**. Πατήστε το κουμπί **Συνδεδεμένοι λογαριασμοί** και επιλέξτε τη σελίδα Facebook από τη λίστα των καναλιών κοινωνικής δικτύωσης. Εάν δεν έχετε σελίδα στο Fb (αλλά μόνο προφίλ), θα σας ζητηθεί να δημιουργήσετε μια σελίδα στο Fb.

Creativity Web Tool Kit \* 2022

#### Επομένως, δεν μπορείτε να δημοσιεύσετε αυτόματα, αλλά μπορείτε να δημοσιεύσετε πρώτα στο Instagram, μετά να μεταβαίνετε στην εικόνα/βίντεο σας και να το επιλεγετε, κάνοντας κλικ στις τρεις τελείες πάνω δεξιά. Μετά κάντε κλικ στο Δημοσίευση σε άλλες εφαρμογές και επιλέξτε το Facebook.

Δείτε περισσότερα για το πώς να τοκάνετε κάνοντας κλικ εδώ:<u>https://help.instagram.com/3569026810</u><u>64399</u>

# Θέμα 4: Μπορώ να συνδέσω τη σελίδα/λογαριασμό/ομάδα μου στο Fb με το Twitter;

#### Όχι. Απευθείας μέσα από την πλατφόρμα του Fb, είναι αδύνατο.

Πιθανή λύση: Να χρησιμοποιήσετε τη δωρεάν εκδοχή ενός εξωτερικού διαχειριστή αναρτήσεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως είναι το BUFFER.

Πώς λειτουργεί: Με έναν δωρεάν λογαριασμό στο Buffer, μπορείτε να συνδέσετε έως και τρεις λογαριασμούς. Αυτοί μπορεί να είναι μια σελίδα στο Facebook, μια ομάδα Facebook, έναν λογαριασμό Instagram ή Twitter, μια σελίδα LinkedIn ή προφίλ LinkedIn.

84 🛠 89

Θέμα 5: Μπορώ να συνδέσω τον λογαριασμό μου στο Instagram με το Twitter; Μπορώ να δημοσιεύω αυτόματα και στα δύο;

Όχι ακριβώς αυτόματα αλλά μέσα σε λίγα λεπτά, ναι. Πρέπει να έχετε επιχειρηματικό (business) λογαριασμό Instagram, όχι προσωπικό προφίλ.

Πώς να συνδέσετε τις δύο πλατφόρμες; Για να το κάνετε αυτό, ανοίξτε την εφαρμογή Instagram στο προφίλ σας και πατήστε το κουμπί **Μενού**, που απεικονίζεται με τρεις παράλληλες οριζόντιες γραμμές. Πατήστε το κουμπί **Ρυθμίσεις** και επιλέξτε **Λογαριασμός**. Πατήστε το **Συνδεδεμένοι λογαριασμοί** και επιλέξτε το **Twitter** από τη λίστα των καναλιών κοινωνικής δικτύωσης.

Επομένως, δεν μπορείτε μεν να δημοσιεύσετε αυτόματα, αλλά μπορείτε να δημοσιεύετε πρώτα στο Instagram, μετά να μεταβαίνετε στην εικόνα/βίντεο σας, να κλικάρετε στις τρεις κουκίδες πάνω δεξιά και να επιλέγετε από το **Δημοσίευση σε άλλες εφαρμογές**, το **Twitter**.

Creativity Web Tool Kit 🗱 2022

#### Θέμα 6: Όριο λέξεων, χρήση ετικετών/αναφορών (tags) και hashtags στο Instagram

Όριο λέξεων: Το όριο χαρακτήρων στο Instagram είναι 2.200, περίπου 400 λέξεις. Αυτό όμως δεν σημαίνει ότι πρέπει να χρησιμοποιείτε στις λεζάντες σας τόσο πολύ κείμενο. Η καλύτερη πρακτική είναι να μην χρησιμοποιείτε τόσες πολλές λέξεις. Σκεφτείτε και το εξής: οι λεζάντες του Instagram περικόπτονται στους 125 χαρακτήρες. Με άλλα λόγια, εάν θέλετε να εμφανίζεται ολόκληρη η λεζάντα σας, δεν θα πρέπει να αποτελείται από περισσότερους από 125 χαρακτήρες.

Hashtags και ετικέτες/αναφορές (tags): Μπορείτε να συμπεριλάβετε έως και 30 hashtags  $\sigma \epsilon$  μια κανονική ανάρτηση και έως 10 hashtags  $\sigma \epsilon$  μια ιστορία (story). Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε έως και 30 ετικέτες/αναφορές (tags) σε μια ανάρτηση.

Περισσότερα για τα hashtags εδώ: <u>https://blog.hootsuite.com/instagram-hashtags/</u>

Creativity Web Tool Kit 🗚 2022

Θέμα 7: Όριο λέξεων, χρήση ετικετών/αναφορών (tags) και hashtags στο Twitter

**Όριο λέξεων/χαρακτήρων:** Το μέγιστο εύρος των tweets είναι πλέον 280 χαρακτήρες ή <u>Unicode</u> glyphs. Ορισμένα **Unicode glyphs** μετρούν ως περισσότερα από ένα χαρακτήρα. Τα emoji που υποστηρίζονται από το twemoji υπολογίζονται πάντα ως δύο χαρακτήρες. Περισσότερα για αυτό το θέμα δείτε <u>εδώ</u>.

Hashtags: Μπορείτε να χρησιμοποιείτε όσα hashtags θέλετε σε ένα tweet, αλλά σας συνιστούμε να χρησιμοποιείτε όχι περισσότερα από 2 hashtags ανά tweet ως βέλτιστη πρακτική. Περισσότερα για αυτό <u>εδώ</u>.

Δείτε μερικές οδηγίες καλής και κακής πρακτικής εδώ.

Βίντεο: Δείτε <u>εδώ</u> πώς να μοιράζεστε και να παρακολουθείτε βίντεο στο Twitter.

# Συγχαρητήρια Έχετε ολοκληρώσει την εκπαίδευση

Πίσω στα περιεχόμενα

Creativity Web Tool Kit \* 2022







Co-funded by the European Union



Πίσω στα περιεχόμενα

Αυτό το έργο (GREEN ARTIVISM) χρηματοδοτηθεί έχει από το Erasmus+. πρόγραμμα Οι πληροφορίες και οι απόψεις που εκτίθενται σε αυτήν την έκθεση ανήκουν στον/στην/στους συγγραφέα/εις και δεν αντανακλούν απαραίτητα την επίσημη θέση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ούτε τα θεσμικά όργανα και οι φορείς της Ευρωπαϊκής Ένωσης ούτε οποιοδήποτε πρόσωπο που ενεργεί για λογαριασμό τους, μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνο για τη πληροφοριών χρήση των  $\pi o v$ περιέχονται σε αυτήν.



#### **Co-funded by the European Union**