

Οι Πλατείες και οι Αγορές της Ψηφιακής Ελλάδας

Γιάννης Κ. Γιανναράκης
Ερμούπολη 2010

Οι κόμβοι των ανθρώπινων κοινωνιών

Πόλη

Πύλη

Πλατεία

Αγορά

Τί είναι η Αγορά;

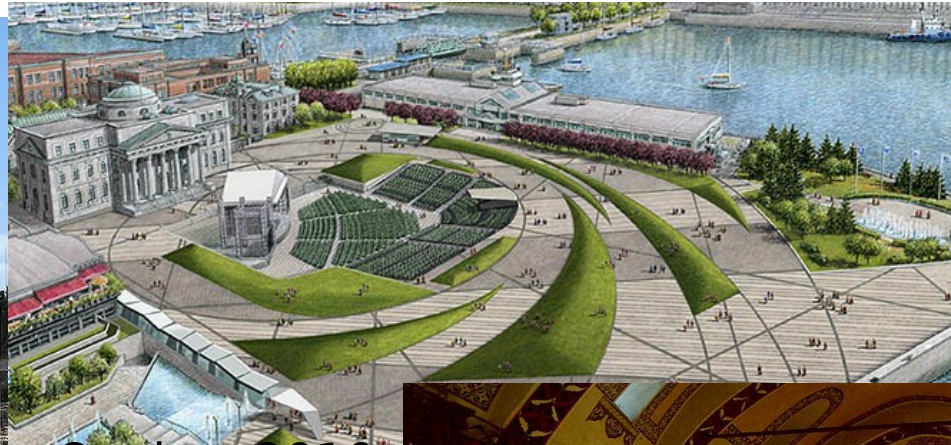
Αγορά= **συνάντηση**, συνάθροιση λαού
- και συνεκδοχικά: ο τόπος της
συνάθροισης του λαού.

Η λέξη αγορά προέρχεται από το ρήμα
αγείρω= συναθροίζω.

Παλιές και Νέες Αγορές



Τύρος



Quebec 2010



Θεσσαλονίκη



Istanbul 2010



Σμύρνη

Κόμβοι και αγορές

- Αρχαίες Αγορές - Τοπικές
 - Θαλάσσια και Οδικά δίκτυα
- Βιομηχανικές Αγορές - Τοπικές
 - Δίκτυα του Σιδήρου και του Χαλκού
- Ψηφιακές Αγορές - Υπερτοπικές
 - Ψηφιακά και τηλεπικοινωνιακά δίκτυα

Πολίτες και Αγορές

- Η αγορά υπάρχει επειδή υπάρχουν πολίτες – αγοραστές
- Αυτοί είναι οι φορείς της πληροφορίας
- Η λειτουργίες της πόλης επιτελούνται στην αγορά
- Πώς καταρρέουν οι αγορές;

Οι αγορές εξελίσσονται

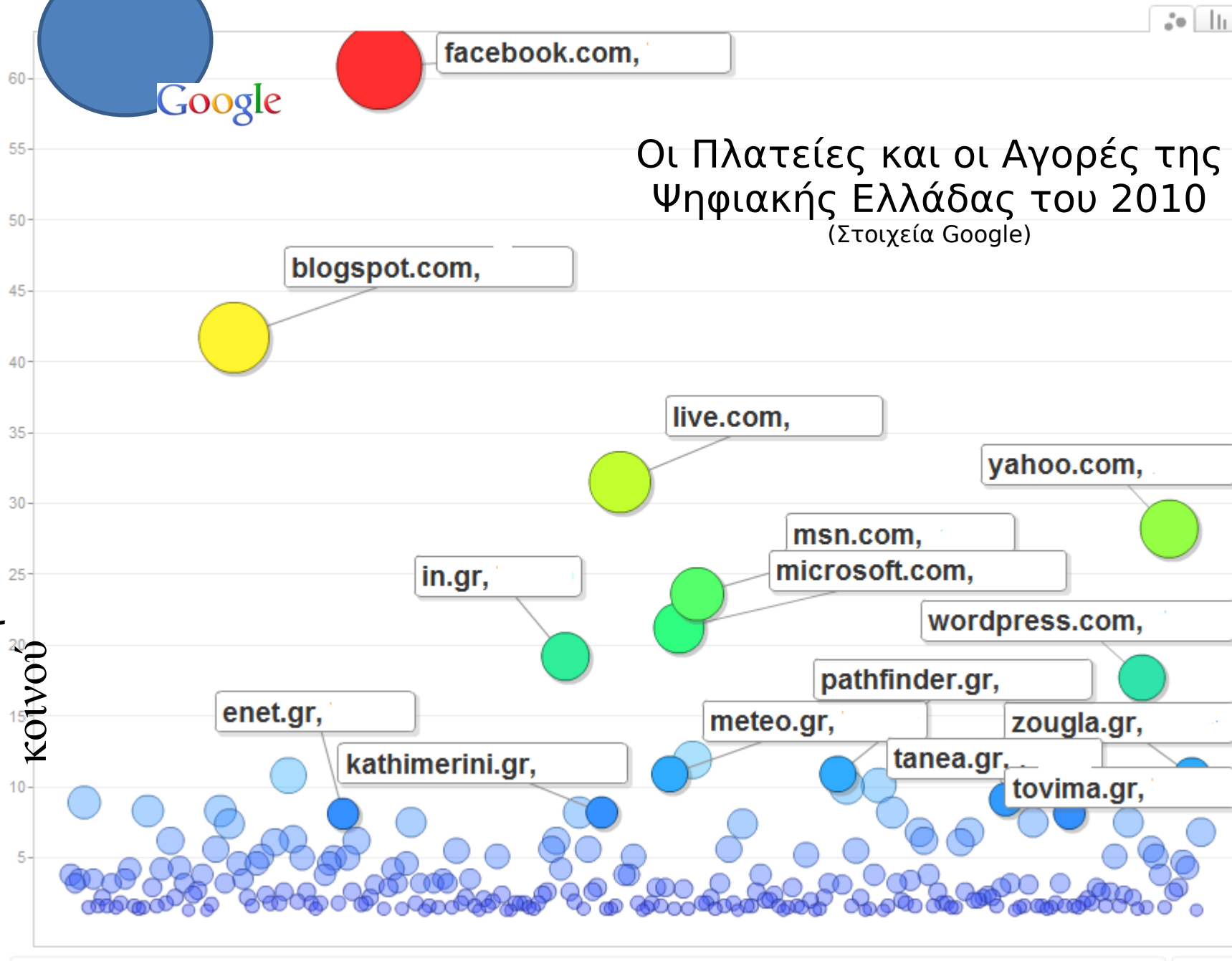
Πύλη του Αδριανού
Αρχαία Αγορά



Πύλες του Internet –
Ηλεκτρονικές Αγορές



% Ελληνικού
κοινού

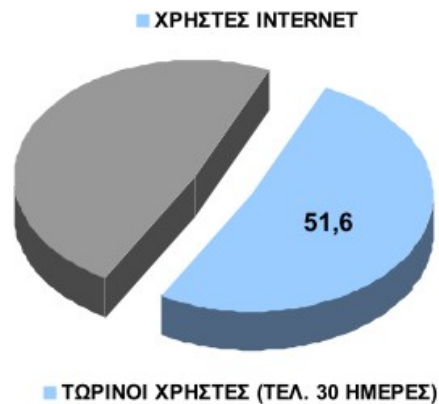
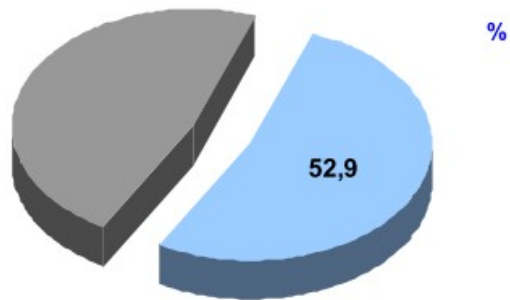


Η φθίνουσα Ελλάδα

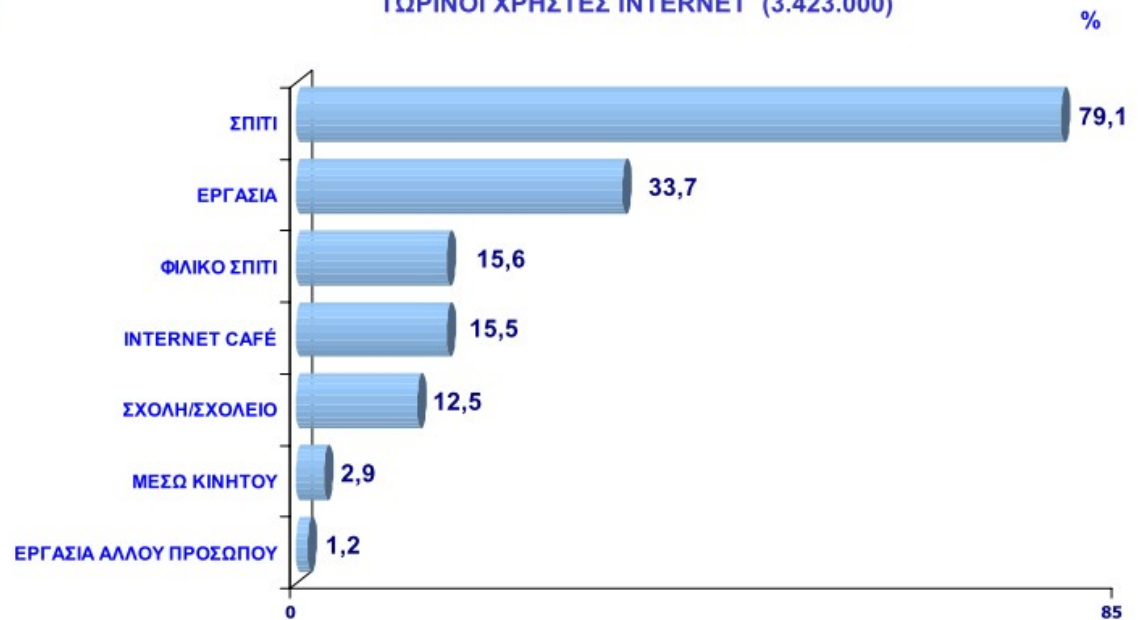


1 στους 2 χρησιμοποιεί το Internet

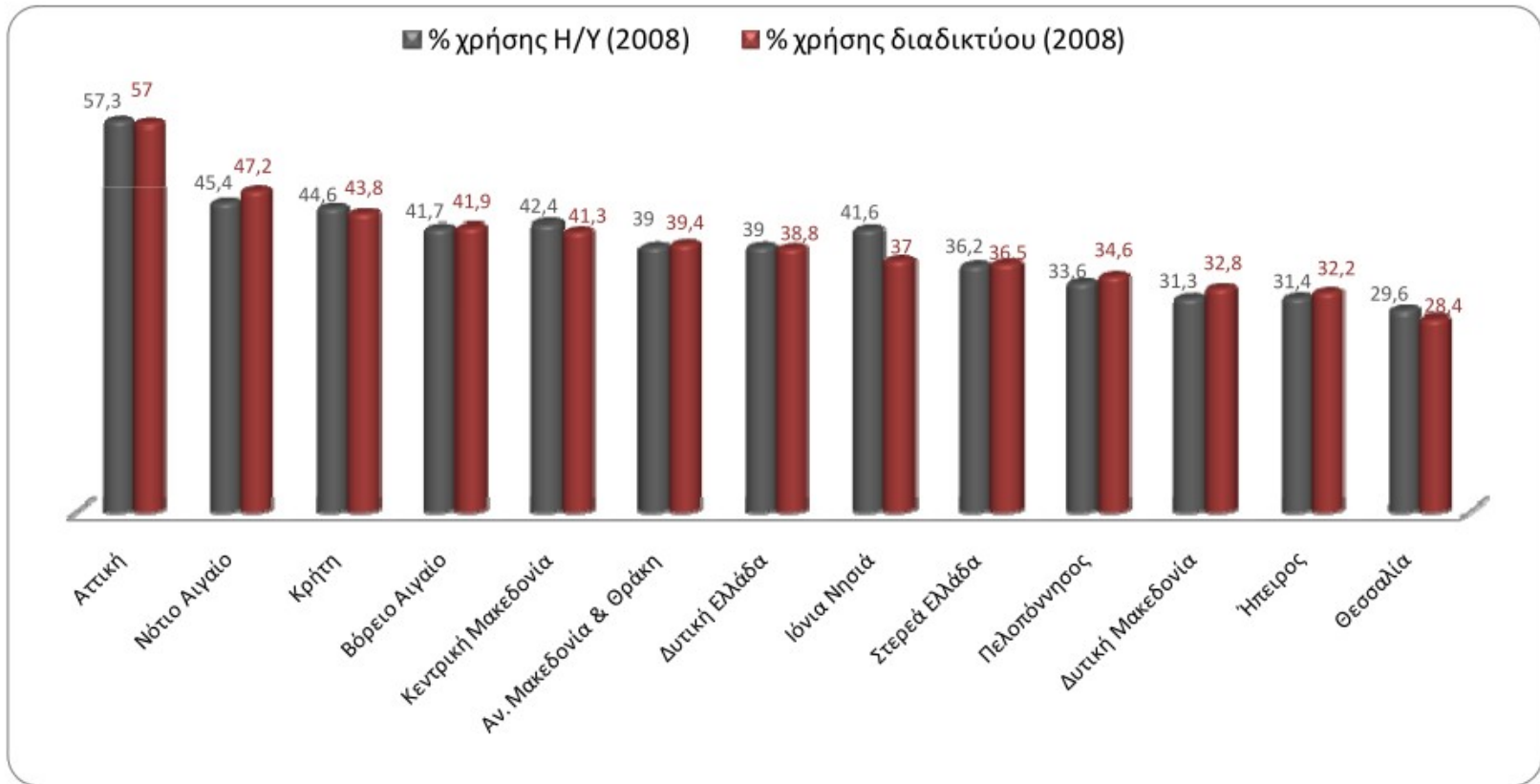
ΒΑΣΗ: ΑΝΤΡΕΣ-ΓΥΝΑΙΚΕΣ, 13-70, ΣΥΝΟΛΟ
ΕΛΛΑΔΑΣ (6.639.000)



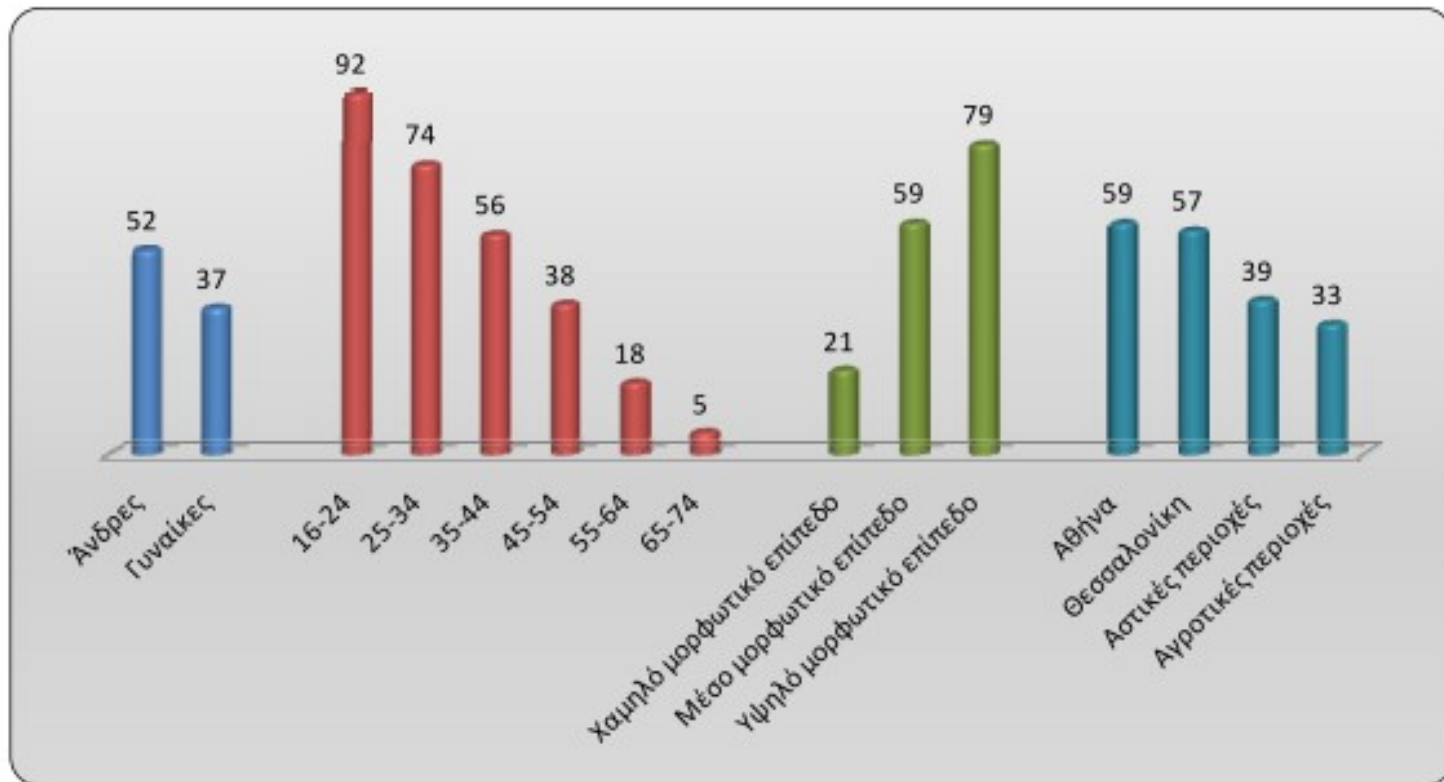
ΒΑΣΗ: ΑΝΤΡΕΣ-ΓΥΝΑΙΚΕΣ, 13-70, ΣΥΝΟΛΟ ΕΛΛΑΔΑΣ,
ΤΩΡΙΝΟΙ ΧΡΗΣΤΕΣ INTERNET (3.423.000)



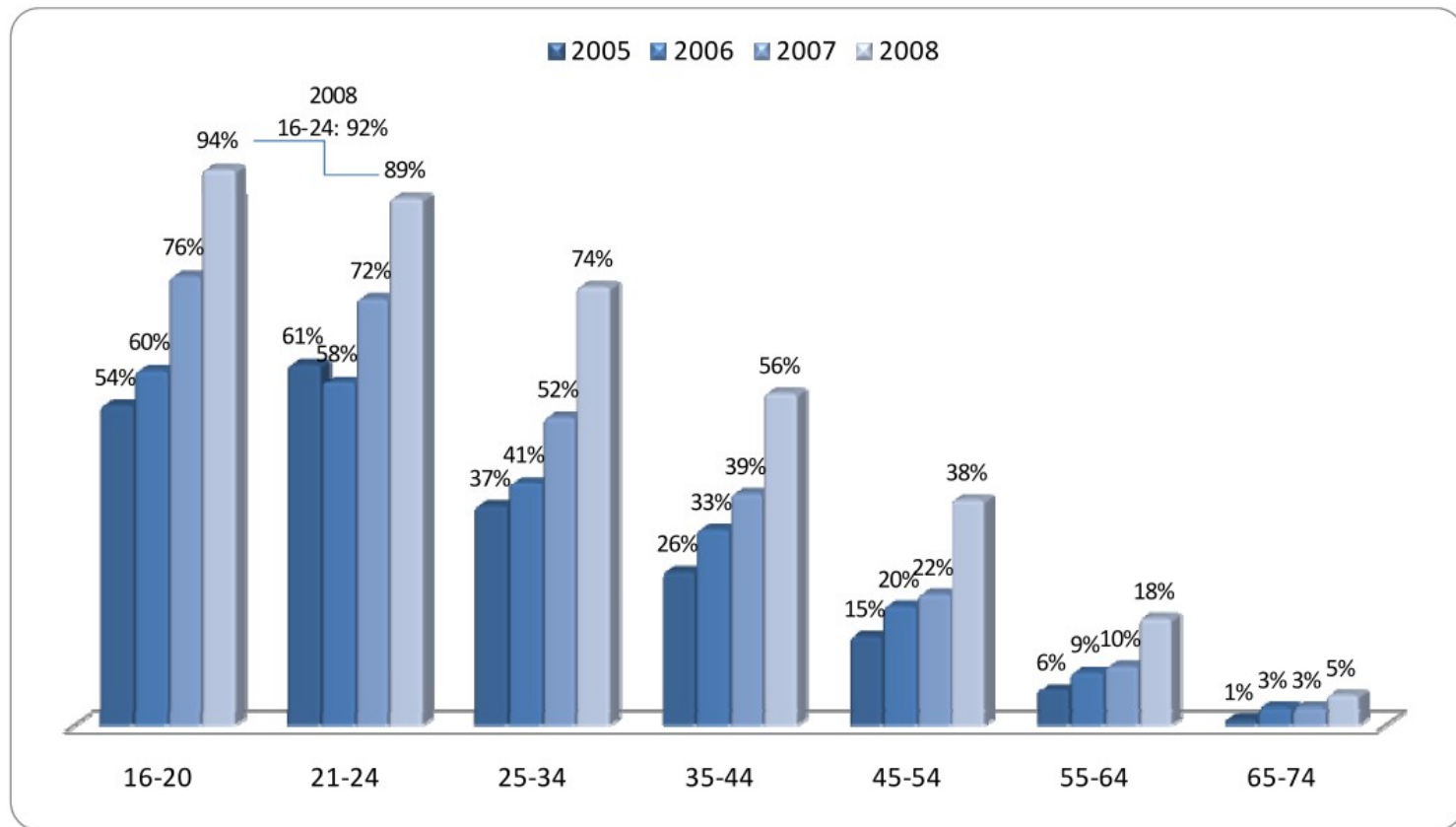
Η Γεωγραφία της Ψηφιακής Ελλάδας



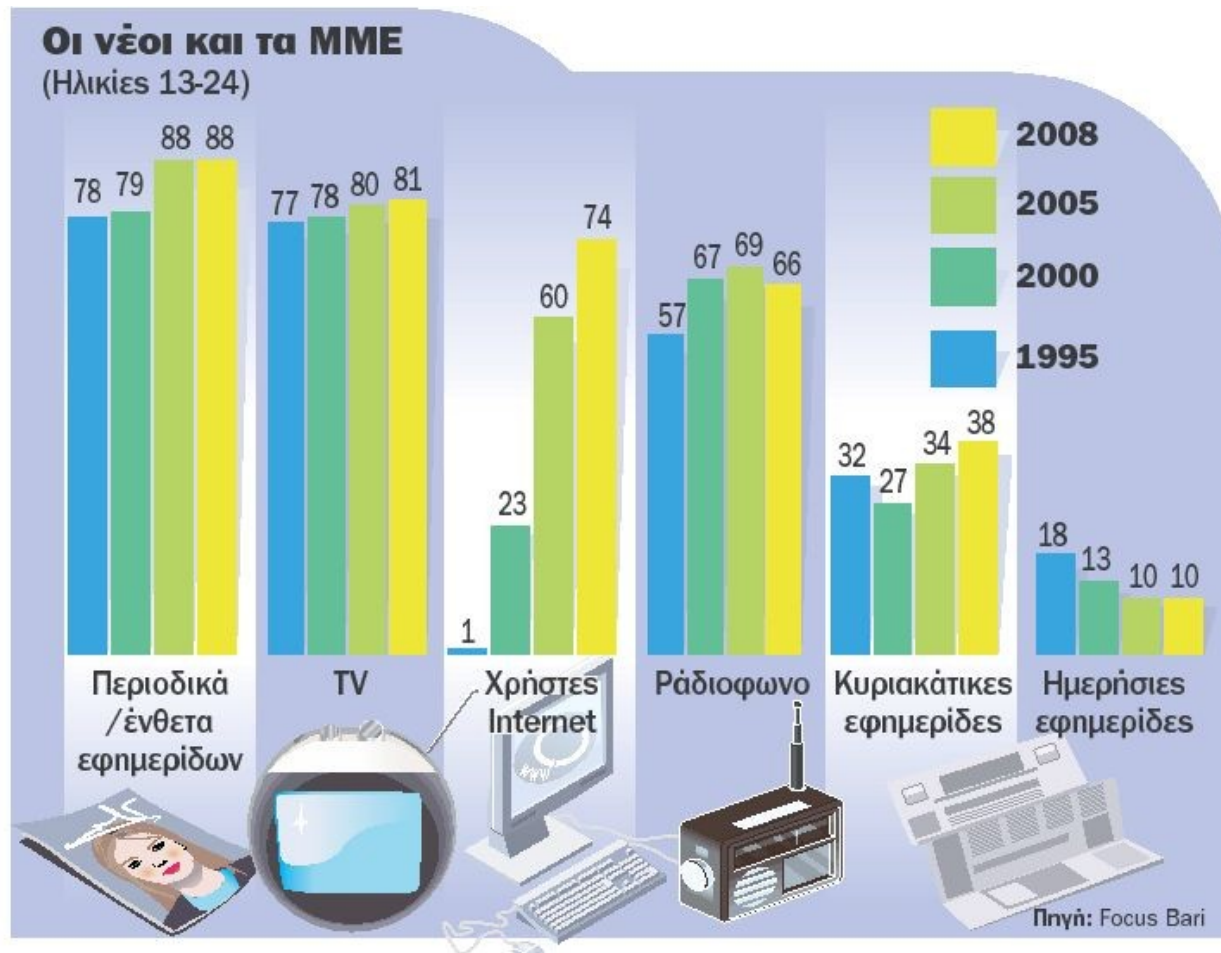
Ποιοι είναι οι Έλληνες χρήστες



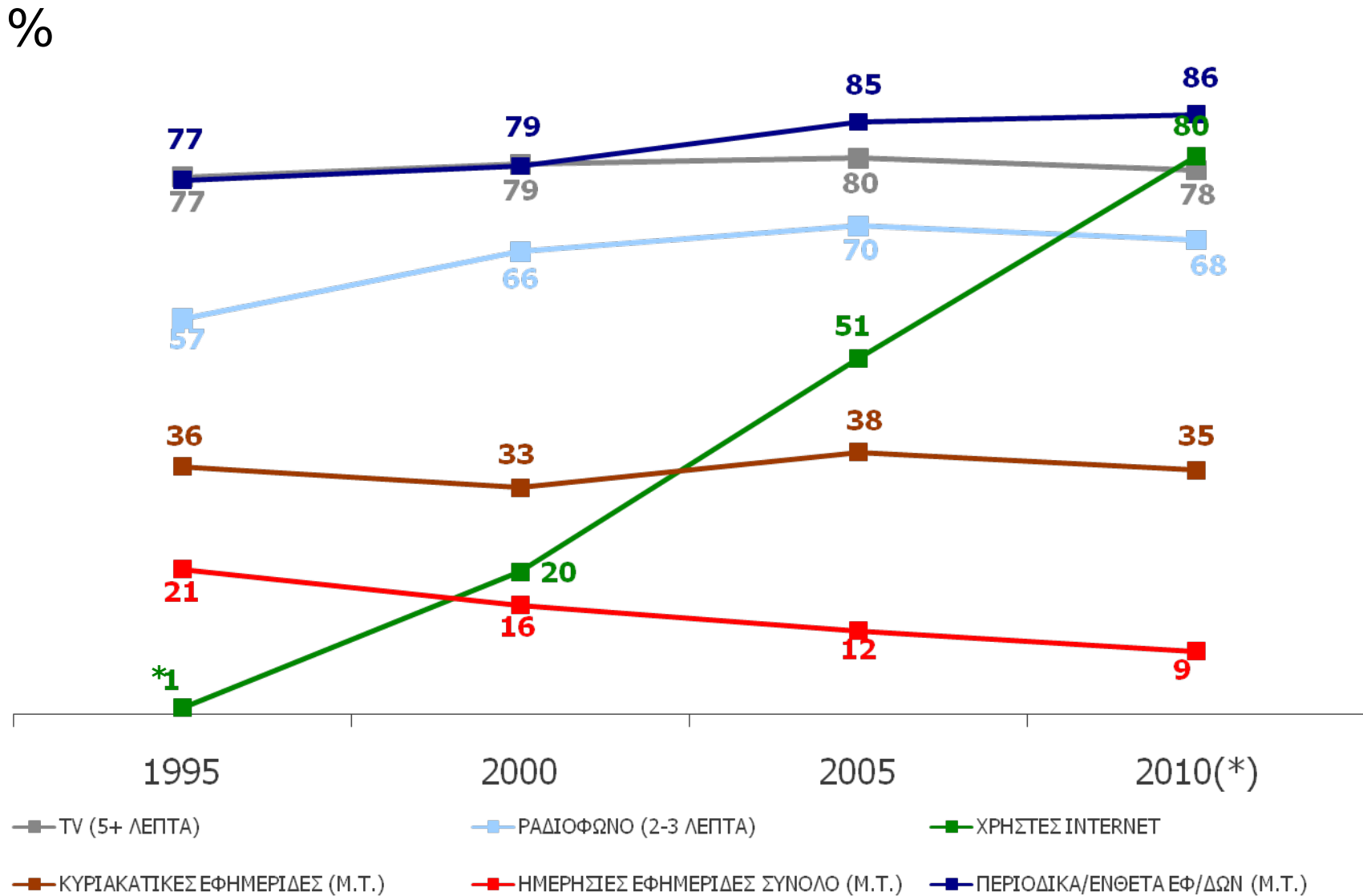
Η Ψηφιακή Νέα Γενιά



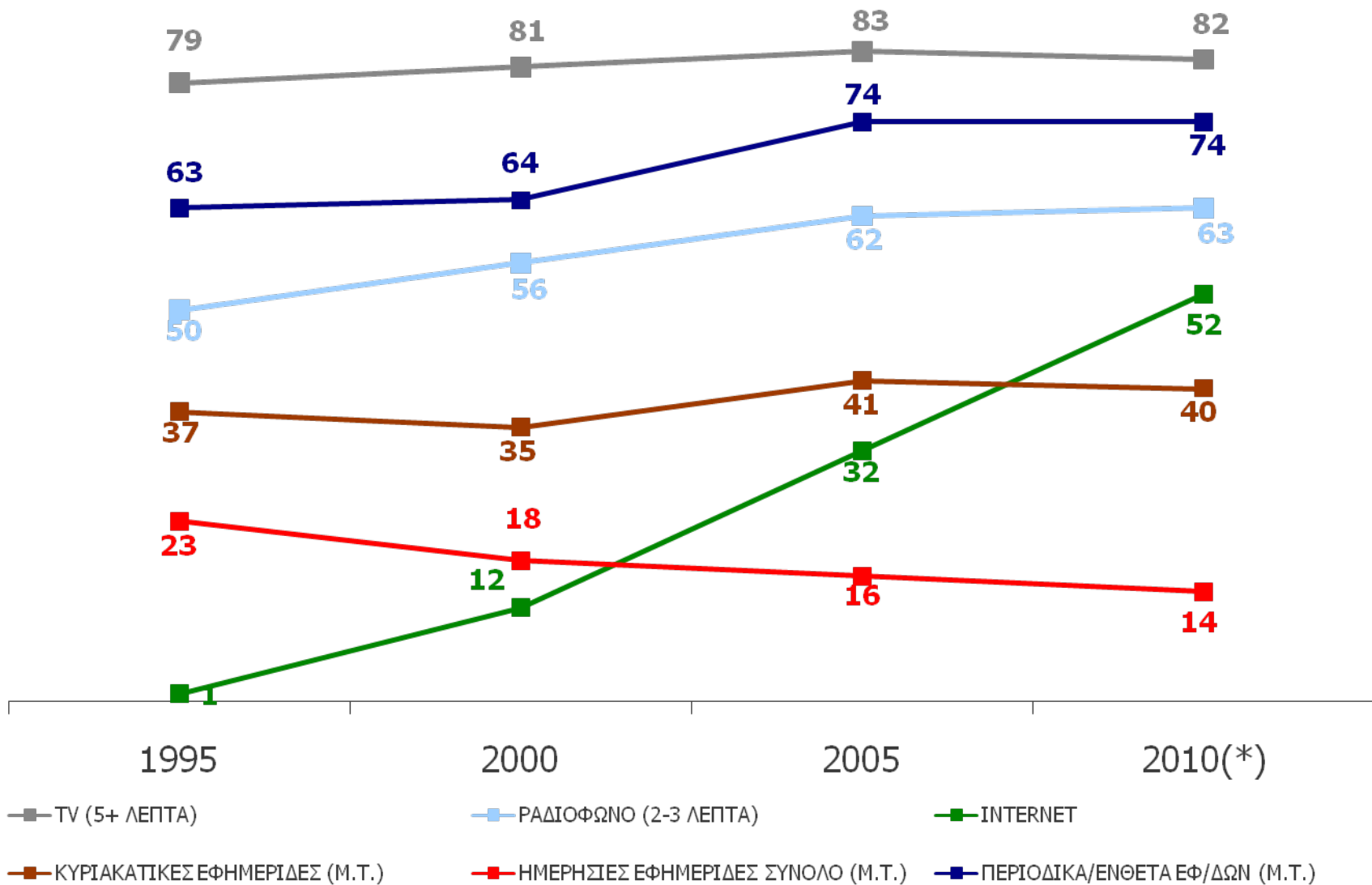
Τα media της γενιάς-*i*



Η Εξέλιξη των Μ.Μ.Ε. στην Ελλάδα: 13-34



Η Εξέλιξη των Μ.Μ.Ε. στην Ελλάδα



Τι ζητούν στην αγορά



Η «Ψηφιακή Γενιά»

- «Κατέβασμα»/ ακρόαση μουσικής (εκτός web ραδιοφώνου) 72,8
- Αποστολή/ λήψη ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) 68,3
- Ανταλλαγή γραπτών μηνυμάτων σε πραγματικό χρόνο (πχ MSN instant messaging) 66,5
- Αναζήτηση πληροφοριών για προϊόντα και υπηρεσίες 65
- Αναζήτηση πάσης φύσεως πληροφοριών με σκοπό την απόκτηση γνώσης 52,4
- «Κατέβασμα»/ παρακολούθηση ταινιών, video clips (εκτός web τηλεόρασης) 51,5
- Web ραδιόφωνο / web τηλεόραση 50,2
- Αναζήτηση πληροφοριών για κάποια επίσημη βαθμίδα εκπαίδευσης 42,2
- Διαδικτυακά παιχνίδια με άλλους χρήστες 41,3
- Ανάγνωση εφημερίδων/ περιοδικών 37,7

16-24



Η «Παραγωγική Γενιά»

• Αναζήτηση πληροφοριών για προϊόντα και υπηρεσίες	75
• Αποστολή/ λήψη ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail)	53,8
• Ανάγνωση εφημερίδων / περιοδικών	46,7
• Αναζήτηση πάσης φύσεως πληροφοριών με σκοπό την απόκτηση γνώσης	44,7
• «Κατέβασμα»/ ακρόαση μουσικής (εκτός web ραδιοφώνου)	40,1
• Χρήση υπηρεσιών σχετικά με ταξίδια - διαμονή	39,8
• Web ραδιόφωνο / web τηλεόραση	37,6
• Ανταλλαγή γραπτών μηνυμάτων σε πραγματικό χρόνο (π.χ. MSN instant messaging)	32,3
• Αναζήτηση πληροφοριών για κάποια επίσημη βαθμίδα εκπαίδευσης	30
• Ανάγνωση ιστολογίων (weblogs / blogs)	24,7

35-44



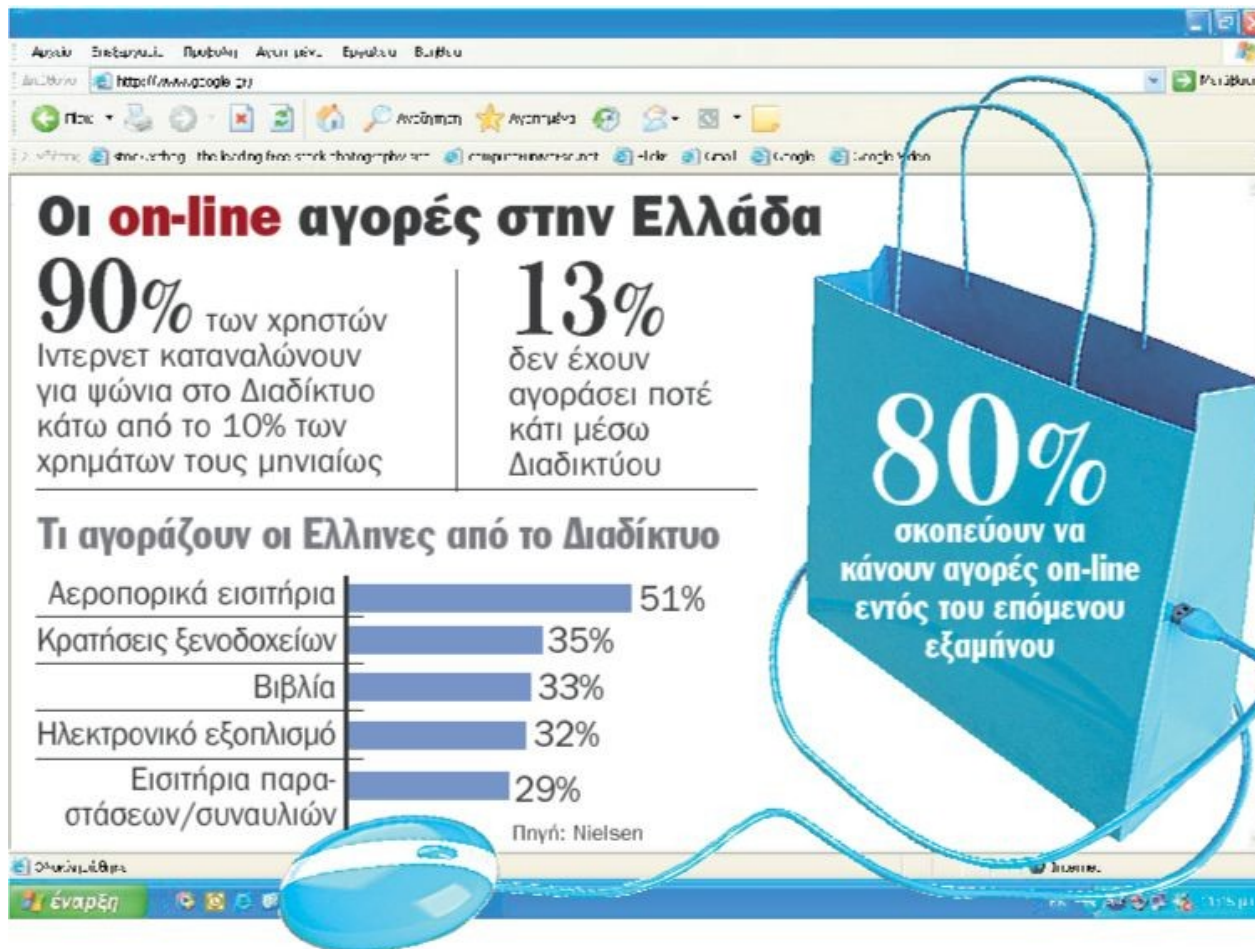
Η «Ωριμη Γενιά»

• Αναζήτηση πληροφοριών για προϊόντα και υπηρεσίες	65,7
• Ανάγνωση εφημερίδων / περιοδικών	57,1
• Αποστολή/ λήψη ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail)	51,9
• Αναζήτηση πάσης φύσεως πληροφοριών με σκοπό την απόκτηση γνώσης	44,2
• Χρήση υπηρεσιών σχετικά με ταξίδια - διαμονή	41,4
• «Κατέβασμα»/ ακρόαση μουσικής (εκτός web ραδιοφώνου)	34,7
• Ανάγνωση ιστολογίων (weblogs / blogs)	33,9
• Web ραδιόφωνο / web τηλεόραση	31,7
• Ανταλλαγή γραπτών μηνυμάτων σε πραγματικό χρόνο (π.χ. MSN instant messaging)	25,9
• "Κατέβασμα" λογισμικού για τον Η/Υ	21,6

55-64



Οι αγοραστές ανακαλύπτουν το Ιντερνετ



Το Ελληνικό Top-10

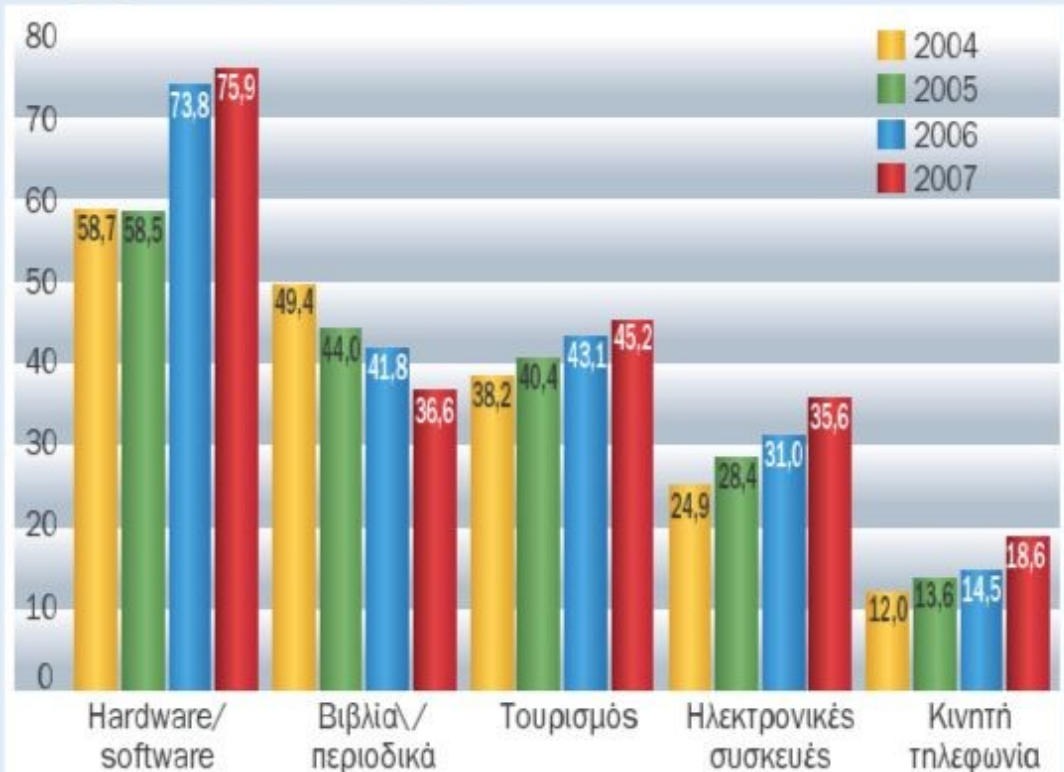
Το top-10 του e-shopping



*Χιλιάδες επισκέπτες

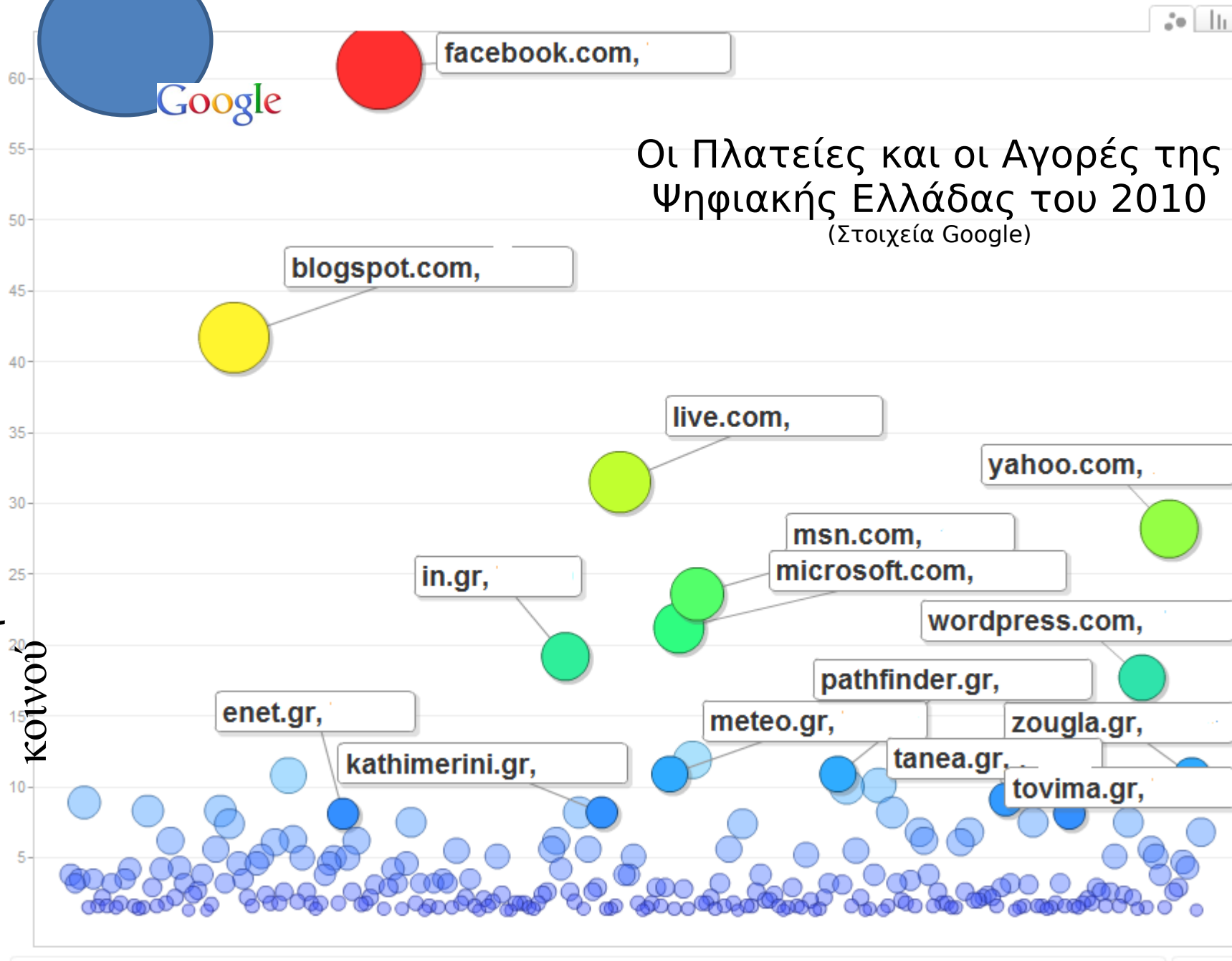
Πηγή: Focus Bari, Wobid

Τι αγοράζουν οι Έλληνες



Πηγή: e-metrics

% Ελληνικού
κοινού



Οι χώροι πρόσβασης

