
**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΕΙΡΑΙΩΣ**



**ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ
ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ**

**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΗΣ ΥΓΕΙΑΣ»**

**«Τα ιστολόγια στο χώρο της παροχής συμβουλευτικών
υπηρεσιών υγείας »**

CHRISTINE ANNE REYES

Διπλωματική Εργασία υποβληθείσα στο Τμήμα Οικονομικής Επιστήμης

του Πανεπιστημίου Πειραιώς για την απόκτηση

Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στα Οικονομικά και Διοίκηση της Υγείας.

Πειραιάς, 2018

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΕΙΡΑΙΩΣ**



**ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ
ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ**

**«Τα ιστολόγια στο χώρο της παροχής συμβουλευτικών
υπηρεσιών υγείας»**

CHRISTINE ANNE REYES

A.M.: ΟΔΥ 1523

**Επιβλέπων : ΣΤΑΜΑΤΙΝΑ ΧΑΤΖΗΔΗΜΑ, Καθηγήτρια ,
Πανεπιστήμιο Πειραιώς**

Διπλωματική Εργασία υποβληθείσα στο Τμήμα Οικονομικής Επιστήμης
του Πανεπιστημίου Πειραιώς για την απόκτηση
Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στα Οικονομικά και Διοίκηση της Υγείας.

Πειραιάς, 2018

UNIVERSITY of PIRAEUS



**DEPARTMENT of
ECONOMICS**

M.Sc. in Health Economics and Management

**«Blogs in the field of provision of information for medical
services»**

Author's Name: Christine Anne Reyes

Master Thesis submitted to the Department of Economics
of the University of Piraeus in partial fulfillment of the requirements
for the degree of M.Sc. in Health Economics and Management

Piraeus, Greece, 2018

ΑΦΙΕΡΩΣΗ

Αφιερώνεται στους τέσσερις σημαντικότερους ανθρώπους στην ζωή μου,
την μητέρα μου Λυδία, την αδελφή μου Ελένη, την μονάκριβη μου κόρη Ήλιαν
και τον αγαπημένο μου σύντροφο Γιώργο.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά όλους τους καθηγητές του τμήματος, καθώς καθ' όλη τη διάρκεια του μεταπτυχιακού προγράμματος υπήρξαν πολύ βοηθητικοί και μου έδωσαν κατευθύνσεις και ερεθίσματα .

Ιδιαίτερα θα ήθελα να ευχαριστήσω τον διδάσκοντα κ. Ιωάννη Σμυρλή για την βοήθεια που μου παρείχε κατά την εκπόνηση της παρούσας διατριβής, αλλά κυρίως για την δίψα που μου ξύπνησε για γνώση επί του αντικειμένου.

Τέλος θέλω επίσης να ευχαριστώ την οικογένειά μου και τους φίλους μου, για τη βοήθεια, την κατανόηση και την υπομονή τους σε όλη την διάρκεια των μεταπτυχιακών μου σπουδών.

«Τα ιστολόγια στο χώρο της παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών υγείας»

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να αναλύσει την βιβλιογραφία για τα blogs στο χώρο της συμβουλευτικής υγείας και στη συνέχεια με βάση αυτά να αναπτύξει και να αξιολογήσει ένα blog για την φροντίδα πρόωρων νεογνών. Στα πλαίσια αυτά στο πρώτο μέρος γίνεται μία βιβλιογραφική επισκόπηση που εστιάζει στο ορισμό και το σκοπό των blogs, πως εξελίχθηκαν ως φαινόμενο κατά τις δύο τελευταίες δεκαετίες, ποιο διαφαίνεται να είναι το μέλλον τους, τα χαρακτηριστικά τους, ιδιαίτερα ως μία μορφή αστικής δημοσιογραφίας και αλληλεπίδρασης, τα είδη και τις κατηγορίες τους, και το προφίλ των συντακτών και των αναγνωστών τους, και τέλος της αξιοπιστία τους. Στη συνέχεια η βιβλιογραφική επισκόπηση εστιάζει στα blogs στο χώρο της συμβουλευτικής υγείας, τις επιπτώσεις και τις επιδράσεις τους στους αναγνώστες και τους συγγραφείς, τον τρόπο συγγραφής των blog στο χώρο της συμβουλευτικής υγείας, και τους περιορισμούς που αυτά έχουν. Τέλος, η βιβλιογραφική επισκόπηση των συμβουλευτικών υπηρεσιών για την υποστήριξη της φροντίδας των πρόωρων νεογνών, το ρόλο των γονέων, και τις διάφορες παραμέτρους που πρέπει να λάβουν υπόψη τους.

Στο δεύτερο μέρος γίνεται μία παρουσίαση των ελληνικών και διεθνών blogs για την υποστήριξη της φροντίδας των πρόωρων νεογνών, τις οδηγίες και τις προϋποθέσεις για τον σχεδιασμό ενός blog, το σκοπό, την εμφάνιση και δομή και τις βασικές κατηγορίες του blog My Sunny Babies που δημιουργήθηκε για την παρούσα έρευνα, και τον τρόπο προώθησης και διαφήμισης του. Στη συνέχεια αναλύεται η μέθοδος αξιολόγησης του blog, το ερευνητικό σκεπτικό και η μεθοδολογία, και παρουσιάζεται το δείγμα, το ερευνητικό εργαλείο και στατιστική ανάλυση που έγινε.

Η έρευνα αξιολόγησης έδειξε ότι το My Sunny Babies είναι ένα αποτελεσματικό blog ως προς την ευκολία χρήσης και λειτουργίας, την ποιότητα των πληροφοριών και την ποιότητα της αλληλεπίδρασης. Επιπλέον, η συνολική αποτίμηση του blog από τους συμμετέχοντες ειδικούς εμπειρογνώμονες και αναγνώστες ήταν στα επίπεδα του πολύ ικανοποιητικού. Το βασικό πλεονέκτημα του blog θεωρήθηκε το σχετικό και συναφές περιεχόμενο, ενώ οι συμμετέχοντες θεωρούν ότι το blog δεν είναι ακόμη ευρύτερα γνωστό, κάτι που ωστόσο αντικατοπτρίζει τη μικρή διάρκεια ζωής του.

Λέξεις κλειδιά: *Ιστολόγια, υγεία, νεογνά*

«Blogs in the field of provision of information for medical services»

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the literature on blogs in the area of health counseling and then based on the information gathered to develop and evaluate a blog for the care of premature newborns. In this context, the first part of the literature review focuses on the definition and purpose of blogs, how they evolved as a phenomenon over the last two decades, what appears to be their future, their characteristics, especially as one form of urban journalism and interaction, their genres and categories, the profile of their authors and readers, and finally their credibility. The literature subsequently focuses on blogs in the area of health counseling, their impact and effects on readers and writers, how one can author a blog in the area of health counseling, and the limitations that these blogs have. Finally, the literature review presents information for the care of premature newborns, the role of parents, and the various parameters that they need to take into account.

The second part focuses on the presentation of Greek and international blogs that aim to support the care of premature newborns, instructions and conditions for the design of a blog, the purpose, the appearance and structure and the basic categories of the blog My Sunny Babies, which created for this research, and how to promote and advertise it. Information related to the evaluation method of the blog, focuses on the research rationale, the methodology, the sample, the research tool and the statistical analysis that was undertaken.

The evaluation survey showed that the blog My Sunny Babies is an effective blog with respect to ease of use and functionality, quality of information and quality of interaction. In addition, the overall evaluation of the blog by the participant scientific experts and the readers was at the levels of the very satisfactory. The main advantage of the blog was considered the relevant and related content, while participants consider that the blog is not yet widely known, which however reflects its short life.

Keywords: *Blogs, health, newborn*

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΑΦΙΕΡΩΣΗ	vii
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	ix
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	xi
ABSTRACT	xiii
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	xv
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	xixix
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ	xxii
ΜΕΡΟΣ Α – ΕΙΣΑΓΩΓΗ & ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΙΣΤΟΛΟΓΙΑ.....	1
1.1 Ορισμοί.....	1
1.2 Σκοπός	2
1.3 Το φαινόμενο των ιστολογίων	3
1.4 Ιστορική αναδρομή	6
1.4.1 Τα πρώτα χρόνια.....	7
1.4.2 Η περίοδος της ανάπτυξης	7
1.4.3 Η περίοδος της δημοσιότητας.....	9
1.4.4 Η περίοδος ανάπτυξης των microblogs	10
1.4.5 Το μέλλον των ιστολογίων.....	11
1.5 Χαρακτηριστικά.....	112
1.5.1 Τα ιστολόγια ως μορφή αστικής δημοσιογραφίας.....	13
1.5.2 Ιστολόγια και αλληλεπίδραση	14
1.6 Είδη και κατηγορίες.....	16
1.6.1. Προσωπικά ιστολόγια	16
1.6.2. Ιστολόγια επιχειρήσεων	17
1.6.3. Επαγγελματικά ιστολόγια	18
1.6.4. Εξειδικευμένα ιστολόγια.....	19
1.6.5. Ιστολόγια υποδοχής (guest or reverse blogs).....	19
1.6.6. Θυγατρικά ιστολόγια (affiliated blogs).....	20
1.6.7. Ιστολόγια πολυμέσων (multimedia blogs).....	21
1.6.8. Ανεξάρτητα άρθρα σε ιστολόγια (independent blogs)	21
1.7 Συγγραφείς των ιστολογίων.....	22
1.7.1 Οι συγγραφείς ως πρόσωπα που ασκούν επιρροή	22
1.7.2 Οι συγγραφείς ως φορείς ιδεών	223
1.8 Θεωρία Χρήσεων και Ικανοποίησης (Uses and Gratifications Theory).....	24

1.9 Κίνητρα για τη χρήση των ιστολογίων	25
1.10 Εταιρικά ιστολόγια	30
1.11 Αξιοπιστία των ιστολογίων.....	33
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΙΣΤΟΛΟΓΙΑ ΣΤΟ ΧΩΡΟ ΤΗΣ ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗΣ ΥΓΕΙΑΣ.....	35
2.1 Ιστολόγια στο χώρο της συμβουλευτικής υγείας.....	35
2.2 Επιπτώσεις των ιστολογίων στο χώρο της συμβουλευτικής υγείας.....	38
2.2.1 Επίδραση στους αναγνώστες	39
2.2.2 Επίδραση στους συγγραφείς	40
2.3 Συγγραφή ιστολογίων στο χώρο της συμβουλευτικής υγείας	41
2.4 Περιορισμοί των ιστολογίων στο χώρο της συμβουλευτικής υγείας	42
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΗΣ ΦΡΟΝΤΙΔΑΣ ΠΡΟΩΡΩΝ ΝΕΟΓΝΩΝ	47
3.1 Υποστήριξη της φροντίδας πρόωρων νεογνών	47
3.1.1 Πρόωρα νεογνά.....	47
3.1.2 Ο ρόλος των γονέων στην υποστήριξη της φροντίδας των πρόωρων νεογνών	48
3.1.3 Η φροντίδα των πρόωρων νεογνών	52
3.1.4 Η ετοιμότητα ενός νεογνού να πάρει εξιτήριο από το μαιευτήριο	54
3.1.4.1 Ικανότητες ενός πρόωρου νεογνού (φυσιολογική ωριμότητα).....	54
3.1.4.2 Ρύθμιση θερμοκρασίας σώματος	54
3.1.4.2 Έλεγχος αναπνοής.....	55
3.1.4.3 Αναπνευστική σταθερότητα.....	57
3.1.4.4 Ικανότητες σίτισης και πρόσληψη βάρους.....	58
3.1.4.5 Οικογένεια και σπίτι.....	60
3.1.5 Η φροντίδα των πρόωρων νεογνών στο σπίτι.....	611
3.1.5.1 Διατροφή	61
3.1.5.2 Πρόληψη ασθενειών	64
3.1.5.3 Λουτρό	66
3.5.1.4 Απαραίτητος εξοπλισμός για την φροντίδα πρόωρων νεογνών.....	68
3.5.1.5 Προετοιμασία των γονέων για την φροντίδα των πρόωρων νεογνών	70
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΙΣΤΟΛΟΓΙΑ με ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΗΣ ΦΡΟΝΤΙΔΑΣ ΠΡΟΩΡΩΝ ΝΕΟΓΝΩΝ	73
4.1 Ελληνικά και διεθνή blog για την υποστήριξη της φροντίδας των πρόωρων νεογνών.....	73
4.1.1 Ελληνικά blog για την υποστήριξη της φροντίδας των πρόωρων νεογνών..	73
4.1.2 Διεθνή blog για την υποστήριξη της φροντίδας πρόωρων νεογνών	77

4.2 Το blog MySunnyBabies	82
4.2.1 Εμφάνιση και δομή	82
4.2.2 Σκοπός.....	83
4.2.3 Βασικές κατηγορίες άρθρων	83
4.2.4 Τρόπος προώθησης και διαφήμισης	86
4.3 Μέθοδος αξιολόγησης του blog MySunnyBabies	87
4.3.1 Ερευνητικό σκεπτικό – Ποσοτική έρευνα	88
4.3.2 Μεθοδολογία.....	88
4.3.3 Δείγμα	88
4.3.4 Ερευνητικό εργαλείο και τρόπος συμπλήρωσης.....	89
4.3.5 Στατιστική ανάλυση.....	90
4.4 Αποτελέσματα αξιολόγησης του blog MySunnyBabies.....	91
4.4.1 Ευκολία χρήσης και λειτουργίας	91
4.4.2 Ποιότητα πληροφοριών	92
4.4.3 Ποιότητα αλληλοεπίδρασης.....	92
4.4.4 Συνολική εκτίμηση.....	93
4.4.5 Βαθμολόγηση.....	94
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	98
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	102
Ελληνική	102
Ξένη	102
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ – ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ	116

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1 – Δείγμα	8989
Πίνακας 2 – Αξιολόγηση της ευκολίας χρήσης και λειτουργίας	91
Πίνακας 3 – Αξιολόγηση της ποιότητας τω πληροφοριών	92
Πίνακας 4 – Αξιολόγηση της ποιότητας αλληλοεπίδρασης.....	93
Πίνακας 5 – Αξιολόγηση της συνολικής εκτίμησης	93
Πίνακας 1 – Βαθμολόγηση.....	97

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1 – Η ιστορική εξέλιξη του blogging	6
Εικόνα 2 – Το λογότυπο του 31 Ebdomades	73
Εικόνα 3 – Το λογότυπο του blog Ηλιτόμηνον	74
Εικόνα 4 – Το λογότυπο του blog Imommy	75
Εικόνα 5 – Το λογότυπο του Mother'sBlog	76
Εικόνα 6 – Το λογότυπο του blog All 4 Mama	76
Εικόνα 7 – Το λογότυπο του blog Hand to Hold	77
Εικόνα 8 – Το λογότυπο του blog The Smallest Things	79
Εικόνα 9 – Το λογότυπο του blog EarlyBirds	80
Εικόνα 10 – Το λογότυπο του blog BabyCenter	80
Εικόνα 11 – Το λογότυπο του blog MySunnyBabies	82

ΜΕΡΟΣ Α – ΕΙΣΑΓΩΓΗ & ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1:

ΙΣΤΟΛΟΓΙΑ

1.1 Ορισμοί

Τα ιστολόγια (weblogs ή blogs) αποτελούν ένα από τα πιο δημοφιλή μέσα ενημέρωσης και επικοινωνίας, και αλληλεπίδρασης μεταξύ των μαζών. Ως ιστολόγιο μπορεί να οριστεί μια ιστοσελίδα που εμφανίζει, με αντίστροφη χρονολογική σειρά, εγγραφές από ένα ή περισσότερα άτομα και συνήθως έχει συνδέσεις με σχόλια σχετικά με συγκεκριμένες αναρτήσεις. Κάθε μία από αυτές τις καταχωρήσεις ονομάζεται δημοσίευση ιστολογίου. Μια τυπική δημοσίευση ιστολογίου μπορεί να συνδυάσει κείμενο, εικόνες και συνδέσεις με άλλα ιστολόγια, ιστοσελίδες και άλλα μέσα που σχετίζονται με ένα θέμα. Ορισμένα ιστολόγια παρέχουν μια λίστα με συνδέσεις σε παρόμοια ή σχετικά ιστολόγια. Μια τέτοια λίστα συνδέσμων ονομάζεται blog roll. Η δυνατότητα για τους αναγνώστες να αφήσουν σχόλια σε ένα διαδραστικό περιβάλλον είναι ένα σημαντικό μέρος της blogging. Οι άνθρωποι εκφράζουν τις απόψεις τους, τις ιδέες, τις εμπειρίες, τις σκέψεις και τις επιθυμίες τους μέσα από αυτά τα ελεύθερης μορφής γραπτά κείμενα. Τα άτομα που συντάσσουν τα ιστολόγια αναφέρονται ως blogger (bloggers). Οι ιστοσελίδες που δημοσιεύουν τα ιστολόγια αυτά ονομάζονται ως διαδικτυακές πύλες blogging (blog sites). Τα ιστολόγια συχνά παρέχουν γνώμες, σχόλια ή ειδήσεις σχετικά με ένα συγκεκριμένο θέμα, όπως τα τρόφιμα, την πολιτική, ή τοπικές ειδήσεις, ενώ μερικά λειτουργούν περισσότερο ως προσωπικά σε απευθείας σύνδεση ημερολόγια. Το σύμπαν των ιστολογίων αυτών συχνά αναφέρεται ως blogosphere (blogosphere) (Agarwal & Liu, 2008).

Ιστολόγιο είναι μια ιστοσελίδα που εμφανίζεται με ημερολογιακές καταχωρήσεις, σε μια αντίστροφη χρονολογική σειρά, και συχνά περιέχει συνδέσμους σε άλλα είδη διαδραστικότητας μεταξύ των δικτυακών τόπων και χαρακτηρίζεται από ανταλλαγή απόψεων, για παράδειγμα, μέσω ενός τμήματος με σχόλια (Walker, 2005). Σήμερα τα ιστολόγια αποτελούν μια καταχωρημένη λέξη που ορίζει μια ιστοσελίδα, στην οποία ένα άτομο ή ομάδα χρηστών παράγουν μια συνεχιζόμενη αφήγηση (Singh et al, 2008).

Η **μπλογκόσφαιρα** (blogosphere) είναι ένα πραγματικό δίκτυο περισσότερο ή λιγότερο χαλαρά συνδεδεμένων ιστολογίων, όπου ο συντάκτης ενός ιστολογίου μπορεί εύκολα να σχολιάσει τα άρθρα των άλλων ιστολογίων (Cantoni & Tardini, 2008:31).

Η **ακολούθηση ενός ιστολογίου** είναι μια δραστηριότητα, η οποία περιλαμβάνει τόσο την πρόσβαση σε ένα ιστολόγιο για πρώτη φορά και στη συνέχεια τη λήψη ενημερώσεων για αυτή τακτικά και για απροσδιόριστο χρονικό διάστημα.

Ως **κοινωνικά δίκτυα** αναφέρονται οι διαδικτυακές δραστηριότητες και συμπεριφορές ανάμεσα σε μια ομάδα ανθρώπων που συγκεντρώνονται για να δημιουργήσουν και να ανταλλάξουν περιεχόμενο που δημιουργείται από χρήστες (πληροφορίες, γνώσεις, γνώμες) χρησιμοποιώντας ιστοσελίδες ή εφαρμογές (Safko&Brake, 2009:6).

Ο όρος **Web 2.0** χρησιμοποιείται συχνά αντί των κοινωνικών δικτύων, αλλά στην πραγματικότητα συνεπάγεται τις νέες εφευρετικές τεχνολογίες που προκύπτουν σε νέα μέσα ενημέρωσης, των οποίων βασικός στόχος είναι να καταστεί δυνατή η διαδικτυακή αλληλεπίδραση και συνομιλία μεταξύ κοινοτήτων ανθρώπων, χρησιμοποιώντας τα διαδραστικά χαρακτηριστικά διαλόγου (Safko&Brake, 2009:7).

Τα νέα μέσα ενημέρωσης έχουν ως βασικά χαρακτηριστικά τη διασύνδεση, την προσβασιμότητα σε μεμονωμένους χρήστες ως αποστολείς ή/και δέκτες, τη διαδραστικότητα, την πολλαπλότητα της χρήσης και τον ανοικτό χαρακτήρα, και την πανταχού παρουσία (McQuail, 2010:39).

1.2 Σκοπός

Ο σκοπός ή το περιεχόμενο των ιστολογίων ποικίλλει ανάλογα με το σκοπό ή το ενδιαφέρον του blogger. Χάρη στον αναλυτικό τρόπο με τον οποίο παρέχουν πληροφορίες, τα ιστολόγια αντιπροσωπεύουν μια νέα και ισχυρή μορφή επικοινωνίας (Carr, 2006). Τα ιστολόγια μπορεί να λάβουν τη μορφή ενός ημερολογίου ή περιοδικού, μίνι-δοκιμίου, φώτο-δοκιμίου, ενημερώσεις για ένα θέμα, μυθοπλασίες ή πραγματικά γεγονότα (Descy, 2004). Το κλειδί για τη δημοτικότητά τους είναι η απλότητα δημιουργίας και διατήρησης τους. Ο blogger απλά δακτυλογραφεί τις σκέψεις του και κάνει ένα κλικ για να της δημοσιοποιήσει. Οι πλατφόρμες των ιστολογίων χειρίζονται τα υπόλοιπα αυτόματα, με μια νέα θέση να εμφανίζεται στην

κορυφή της ιστοσελίδας του ιστολογίου, ακολουθούμενη από προηγούμενες αναρτήσεις με αντίστροφη χρονολογική σειρά (Buck, 2005).

Σε μια έρευνα για το τι παρακινεί τους ανθρώπους να δημιουργούν ιστολόγια, οι Nardi, Schiano, Gumbrecht και Swartz (2004) διαπίστωσαν ότι οι λόγοι ποικίλλουν, αλλά μπορούν να ενταχθούν σε πέντε βασικές κατηγορίες που είναι:

- η καταγραφή της ζωής ενός ατόμου,
- η παροχή σχολιασμού και γνώμων,
- η έκφραση συναισθημάτων που βιώνει κανείς,
- η καταγραφή ιδεών μέσω της γραφής, και
- η διαμόρφωση και η διατήρηση μιας κοινότητας υπό την μορφή φόρουμ.

Αυτά τα κίνητρα δεν είναι αμοιβαία αποκλειστικά και μπορεί να υφίστανται ταυτόχρονα.

Τα ιστολόγια παρέχουν ένα απλό μέσο επικοινωνίας που μπορεί να αντικαταστήσει μια παραδοσιακή τοποθεσία του Διαδικτύου. Δεν απαιτούν ειδικό λογισμικό, καμία γνώση ανάπτυξης ιστολογίων και της γλώσσας html, και ουσιαστικά δεν απαιτούν χρόνο (Buck, 2005). Τα ιστολόγια ενθαρρύνουν την τακτική και έγκαιρη προσωπική επικοινωνία και το διάλογο για μια ορισμένη ομάδα, κοινότητα ή ομάδα συμφερόντων (Ward, 2006). Το blogging έχει γίνει ένα ισχυρό εργαλείο για τη δημιουργία και τη διατήρηση online κοινοτήτων (Cayzer, 2004·Rosenbloom, 2004). Οι blogger μιας κοινότητας συχνά συνδέουν και διασταυρώνουν τις αναρτήσεις ενός άλλου, ενώ συζητάν κοινά θέματα (Kumar, Novak, Raghaven, &Tomkins, 2004).

1.3 Το φαινόμενο των ιστολογίων

Κατά τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια σημαντική ανάπτυξη του ψηφιακού περιβάλλοντος. Επί του παρόντος, υπάρχουν περισσότεροι από 3.000.000.000 χρήστες του Διαδικτύου σε όλο τον κόσμο και ο αριθμός αυτός αυξάνεται συνεχώς (Internet World Stats, 2017). Το διαδίκτυο διαδραματίζει τώρα έναν συνεχώς αυξανόμενο ρόλο στις ζωές εκατομμυρίων ανθρώπων. Η ταχεία ανάπτυξη των τεχνολογιών της πληροφορικής και του Διαδικτύου έχει προκαλέσει σημαντικές αλλαγές στις επικοινωνιακές συμπεριφορές: ο χρόνος που οι άνθρωποι αφιέρωναν στην χρήση των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης δαπανάται πλέον σε απευθείας σύνδεση με

ψηφιακά μέσα ενημέρωσης. Περαιτέρω, τα παραδοσιακά μέσα έχουν αλλάξει, κάτι που από μόνο του υπονοεί την μονόδρομη επικοινωνία μεταξύ αποστολέα και δέκτη (Singh et al., 2008).

Η νέα πραγματικότητα του Web 2.0, ένας όρος που επινοήθηκε από τον O'Reilly (2005), περιλαμβάνει πολλές ιστοσελίδες και μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media), συμπεριλαμβανομένων του Facebook, του Twitter, του Pinterest, του Google και της Wikipedia, που είναι οι πιο κυρίαρχες πλατφόρμες, καθώς και άλλα επικοινωνιακά είδη, όπως τα ιστολόγια (blogs), τα κοινωνικά δίκτυα, και οι εφαρμογές συζητήσεων (chats). Όλα αυτά τα είδη ιστού τονίζουν τις κοινωνικές πτυχές, δεδομένου ότι επιτρέπουν στο χρήστη να συν-δημιουργήσει, να αλληλοεπιδράσει και να παραγάγει το περιεχόμενο με τους συναδέλφους του χρήστες του Διαδικτύου. Ως εκ τούτου, η Web 2.0 τεχνολογία θεωρείται ένας διαφορετικός χώρος όπου τα άτομα διαδραματίζουν βασικό ρόλο ως πάροχοι περιεχομένου. Αυτό σημαίνει ότι έχουν την ευχέρεια και την ικανότητα να διαμορφώσουν τη λειτουργία αυτών των νέων επικοινωνιακών ειδών που αναδύονται ταχέως και σχετίζονται με τις εφαρμογές που βασίζονται σε απευθείας επικοινωνία μέσω σύνδεσης στο διαδίκτυο (O'Reilly, 2005, Lomborg, 2012). Η έλευση του Web 2.0 έχει αλλάξει τη φύση των μοντέλων της μονόδρομης επικοινωνίας, με την έννοια ότι η ροή των πληροφοριών γίνεται όλο και πιο σημαντική (Winer, 2009, Park, Ahn&Kim, 2010).

Ένα σημαντικό είδος του περιεχομένου που δημιουργείται από το χρήστη είναι τα ιστολόγια. Ως μέρος του νέου περιβάλλοντος του Διαδικτύου, αυτό το μέσο έχει επίσης δει μια σημαντική αύξηση μεταξύ των χρηστών του Διαδικτύου τα τελευταία χρόνια. Στην πραγματικότητα, ο O'Reilly (2005) υποστηρίζει ότι η άνοδος της χρήσης των ιστολογίων (blogging) αποτελεί «ένα από τα πιο ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της Web 2.0 εποχής». Ο όρος «weblog» επινοήθηκε για πρώτη φορά από την αμερικανικό συγγραφέα του Διαδικτύου Jorn Barger, το 1997, τα συντομότερα «blog» εμφανίστηκαν μερικά χρόνια αργότερα (Intelliseek, 2005). Το 2004, έγινε φανερό ότι το blogging δεν ήταν μόνο ένα προσωρινό φαινόμενο, αλλά ένα φαινόμενο που θα διαρκούσε, όταν το online λεξικό της Merriam-Webster συμπεριέλαβε το «blog» ως τη #1 λέξη της χρονιάς, και το όρισε ως μία «ιστοσελίδα που περιέχει ένα προσωπικό περιοδικό σε απευθείας σύνδεση με απόψεις, σχόλια, και συχνά υπερ-συνδέσεις που παρέχονται από το συγγραφέα» (Ojala, 2005:270). Ένας άλλος ορισμός του όρου

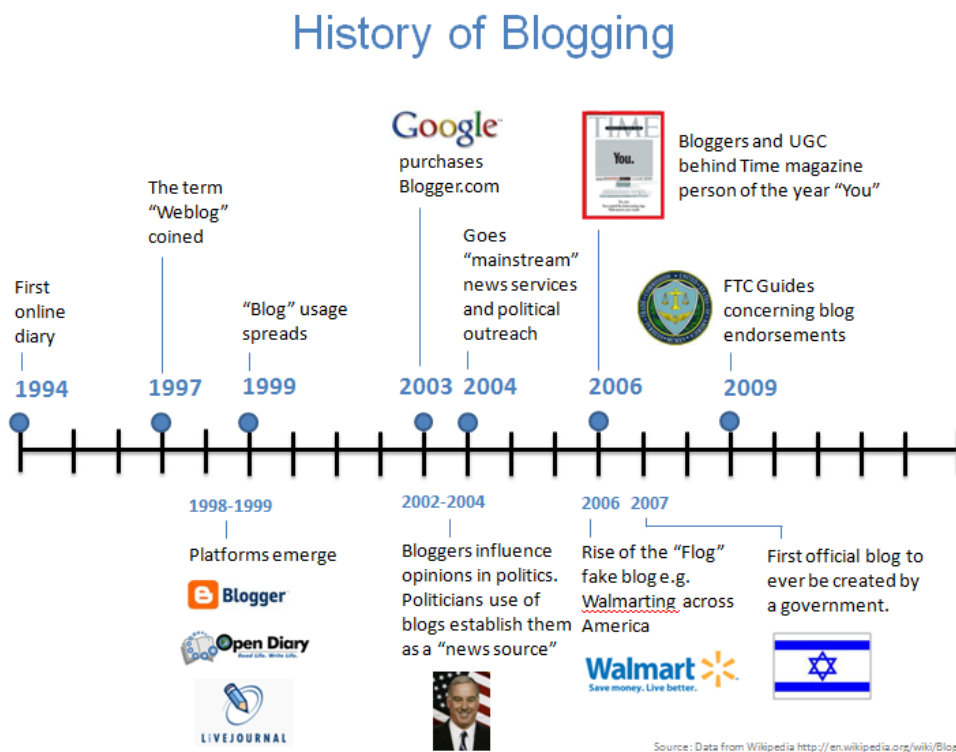
«blog» που συχνά αναφέρεται στον ακαδημαϊκό χώρο περιλαμβάνει την ακόλουθη περιγραφή: «συχνά τροποποιημένες ιστοσελίδες στις οποίες οι εγγραφές εισάγονται με αντίστροφη χρονολογική σειρά» (Herring et al., 2004:1). Από τότε, τα ιστολόγια έχουν εξελιχθεί, και από μέσα που ήταν λίγο πολύ άγνωστα έχουν γίνει ένα ευρέως διαδεδομένο στη χρήση διαδικτυακό μέσο (Intelliseek, 2005). Σύμφωνα με την Technocрати, μια επιχείρηση μηχανών αναζήτησης για τα ιστολόγια, κατά μέσο όρο, κάθε δευτερόλεπτο δημιουργείται ένα νέο ιστολόγιο (Rickmann&Cosenza, 2007). Μέχρι το τέλος του 2011, είχαν δημιουργηθεί 181.000.000 ιστολόγια παγκοσμίως (The Nielsen Company, 2011).

Μεταξύ των επιστημόνων (Sueyoshi&Tomlinson, 2008,Bouhleb et al., 2010,Park et al., 2010), υπάρχει η εκτίμηση ότι μέσα στην τελευταία δεκαετία, τα ιστολόγια έχουν γίνει ένα σημαντικό κομμάτι του τοπίου των μέσων ενημέρωσης, του λαϊκού πολιτισμού, και της καθημερινής ζωής των αμέτρητων χρηστών του Διαδικτύου. Σε έναν κόσμο με 70.000.000 ιστολόγια (Athique, 2013) που ο αριθμός τους αυξάνεται ταχέως, τα ιστολόγια συνεχίζουν να ξεπερνούν τα άλλα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης από την άποψη της εμπιστοσύνης και της δημιουργίας συστάσεων από τους καταναλωτές. Μέσα από τον πιο εξατομικευμένο, ξεχωριστό χαρακτήρα τους, τα ιστολόγια έχουν γίνει πιο ελκυστικά για τους καταναλωτές από τις εταιρικές ιστοσελίδες, όταν αυτοί ψάχνουν για πληροφορίες σχετικά με προϊόντα (Kent, 2008,Bouhleb et al., 2010).

Το φάσμα των θεμάτων που καλύπτονται από τα ιστολόγια περιλαμβάνει προσωπικές εμπειρίες, σχόλια και απόψεις σχετικά με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες, την υγεία, την τεχνολογία, την ομορφιά και τη μόδα, την ψυχαγωγία, την πολιτική, και άλλα. Η παρούσα έρευνα, ωστόσο, θα επικεντρωθεί σε ιστολόγια που εστιάζουν στην συμβουλευτική υγεία, και πιο συγκεκριμένα στη φροντίδα νεογνών. Δεδομένου ότι οι περισσότεροι bloggers σε αυτό το είδος έχουν σταθερές απόψεις σε διάφορα θέματα και ενθαρρύνουν τους αναγνώστες τους να κάνουν το ίδιο μέσω των σχολίων τους, τα ιστολόγια συμβουλευτικής υγείας έχουν γίνει διαδικτυακές κοινότητες όπου οι χρήστες μοιράζονται τις σκέψεις και τις εμπειρίες τους (Kaye&Johnson, 2011 - Kaye, 2005). Μέσα από αυτές τις αλληλοεπιδράσεις, καθιερώνονται οι σχέσεις μεταξύ των bloggers και των αναγνωστών, κάτι το οποίο αντανακλάται στο περίπλοκο κοινωνικό δίκτυο των bloggers, που ονομάζεται ιστολογόσφαιρα (blogosphere) (Chau & Xu, 2012).

1.4 Ιστορική αναδρομή

Τα ιστολόγια έχουν γίνει αναπόσπαστο μέρος του διαδικτυακού πολιτισμού. Σχεδόν όλοι διαβάζουν ιστολόγια, είτε πρόκειται για «επίσημα» ιστολόγια ειδήσεων που σχετίζονται με τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης, θεματικά ιστολόγια που σχετίζονται με την εργασία ή τα χόμπι κάποιου, είτε ιστολόγια που στοχεύουν καθαρά στην ψυχαγωγία. Αν ρωτήσει κανείς τα άτομα στον περίγυρο του θα πληροφορηθεί ότι ο καθένας από αυτούς έχει ένα αγαπημένο ιστολόγιο, το οποίο παρακολουθεί τακτικά. Αλλά δεν ήταν πάντα έτσι. Τα ιστολόγια έχουν μια σχετικά σύντομη ιστορία, ακόμη και σε σύγκριση με την ιστορία του ίδιου του Διαδικτύου. Και είναι μόνο τα τελευταία πέντε με δέκα χρόνια που έχουν πραγματικά απογειωθεί και γίνει ένα σημαντικό μέρος του διαδικτυακού τοπίου (Charman, 2011).



Εικόνα 1–Η ιστορική εξέλιξη του blogging¹

¹<https://brandswithfansblog.fandommarketing.com/history-of-blogging-timeline/>

1.4.1 Τα πρώτα χρόνια

Είναι γενικώς αποδεκτό ότι το πρώτο ιστολόγιο ήταν το Links.net, που δημιουργήθηκε από τον Justin Hall, ενώ ήταν φοιτητής του Swarthmore College το 1994. Φυσικά, εκείνη την εποχή δεν ονομάζονταν ιστολόγια, και ίδιος αναφέρεται σε αυτό ως την προσωπική ιστοσελίδα του. Μόλις το 1997 επινοήθηκε ο όρος «weblog». Η δημιουργία του όρου αποδίδεται στον Jorn Barger, που ίδρυσε το σημαντικό σε επιρροή ιστολόγιο Robot Wisdom. Ο όρος δημιουργήθηκε για να αντικατοπτρίζει τη διαδικασία της "πρόσβασης στο Διαδίκτυο", καθώς ο ίδιος σέρφαρε σε αυτό. Το 1998 σηματοδοτεί την πρώτη γνωστή παρουσία ενός ιστολογίου σε μία παραδοσιακή ιστοσελίδα ειδήσεων, όταν ο Jonathan Dube περιέγραφε τον τυφώνα Bonnie για την εφημερίδα Charlotte Observer μέσω ενός ιστολογίου. Το «weblog» συντμήθηκε σε «blog» το 1999 από τον προγραμματιστή Peter Merholz. Μετά από πέντε χρόνια, η Merriam-Webster αναφέρθηκε στον όρο ως τη λέξη της χρονιάς. Τα αρχικά ιστολόγια ενημερώνονταν χειροκίνητα, και συχνά απαιτούσαν σύνδεση από μια κεντρική αρχική σελίδα ή αρχείο. Αυτό δεν ήταν πολύ αποτελεσματικό, και εκτός αν ήταν κανείς προγραμματιστής που θα μπορούσε να δημιουργήσει τη δική του πλατφόρμα blogging, δεν υπήρχαν άλλες επιλογές για να δημιουργήσει κανείς ένα ιστολόγιο. Κατά τη διάρκεια αυτών των πρώτων ετών, λίγες ήταν οι πλατφόρμες blogging. Το Live Journal είναι ίσως η πιο αναγνωρίσιμη από τις πρώτες ιστοσελίδες. Στη συνέχεια, το 1999, ξεκίνησε από τον Evan Williams και την Meg Hourihan στα Pyra Labs η πλατφόρμα που θα γίνονταν αργότερα γνωστή ως Blogger. Η πλατφόρμα Blogger (www.blogger.com) είναι σε μεγάλο βαθμό υπεύθυνη για την καθιέρωση της ιστολόγισης ως επικρατούσα τάση (Charman, 2011).

1.4.2 Η περίοδος της ανάπτυξης

Οι αρχές της δεκαετίας του 2000 ήταν μια περίοδος ανάπτυξης για τα ιστολόγια. Το 1999, σύμφωνα με μια λίστα που καταρτίζεται από τον Jesse James Garrett, υπήρχαν 23 ιστολόγια στο Διαδίκτυο. Στα μέσα του 2006, υπήρχαν 50.000.000 ιστολόγια σύμφωνα με την κατάσταση της Technorati στην έκθεση της για τις blogosphere. Το να πει κανείς ότι τα ιστολόγια αναπτύχθηκαν με γεωμετρική πρόοδο είναι το λιγότερο συγκρατημένο. Τα πολιτικά ιστολόγια ήταν μερικά από τα πιο δημοφιλή πρώιμα

ιστολόγια. Ορισμένοι πολιτικοί υποψήφιοι άρχισαν να χρησιμοποιούν τα ιστολόγια κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, συμπεριλαμβανομένου του Howard Dean και του Wesley Clark (Chapman, 2011).

Τα ιστολόγια που εμβάθυναν σε ένα θέμα γίνονταν επίσης όλο και πιο δημοφιλή κατά τη διάρκεια της εποχής αυτής. Συχνά εστίαζαν πολύ βαθύτερα στις τρέχουσες ειδήσεις και την ποπ κουλτούρα από ότι οι συνηθισμένες πηγές των μέσων ενημέρωσης, και εκτός αυτού σχολίαζαν απευθείας αυτά που δημοσιοποιούσαν τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης. Από το 2001 και μετά, υπήρχε αρκετό ενδιαφέρον για το blogging, και έτσι άρχισαν να εμφανίζονται άρθρα και οδηγοί για τον τρόπο δημιουργίας και συγγραφής ιστολογίων. Εμφανίστηκαν τα μέτα-ιστολόγια (ιστολόγια για το blogging) που αποτελούσαν ένα αρκετά μεγάλο μέρος από τα πιο δημοφιλή και επιτυχή ιστολόγια που υπήρχαν (Chapman, 2011).

Μια σειρά από δημοφιλή ιστολόγια ξεκίνησε στις αρχές της δεκαετίας του 2000, συμπεριλαμβανομένων των BoingBoing, Dooce, Gizmodo, Gawker (το πρώτο σημαντικό ιστολόγιο για κοινωνικά σχόλια), Wonkette, και Huffington Post. Το Weblogs Inc. ξεκίνησε από τον Jason Calacanis το 2003, και στη συνέχεια πωλήθηκε στην American Online (AOL) για \$25.000.000. Ήταν η πώληση που βοήθησε στην καθιέρωση των ιστολογίων ως μια δύναμη που πρέπει να υπολογίζεται και όχι μόνο μια περαστική μανία. Ορισμένες σημαντικές πλατφόρμες ιστολογίων ξεκίνησαν στις αρχές της δεκαετίας του 2000. Η έκδοση 1.0 του Movable Type κυκλοφόρησε το Σεπτέμβριο του 2001. Το Word Press ξεκίνησε το 2003, αν και ορισμένα μέρη του χρονολογούνται στο 2001. Το Type Pad κυκλοφόρησε επίσης το 2003, με βάση το Movable Type. Ορισμένες περιφερειακές υπηρεσίες προς την blogosphere ξεκίνησαν, επίσης, στις αρχές της δεκαετίας του 2000. Η Technorati, ήταν η πρώτη σημαντική μηχανή αναζήτησης ιστολογίων, και ξεκίνησε το 2002. Το Audio blogger, ήταν η πρώτη σημαντική υπηρεσία podcasting, και ιδρύθηκε το 2003. Το πρώτο ιστολόγιο βίντεο ξεκίνησε το 2004, περισσότερο από ένα χρόνο πριν από την ίδρυση του YouTube. Επίσης, το 2003 ξεκίνησε η πλατφόρμα διαφήμισης AdSense, η οποία ήταν το πρώτο διαφημιστικό δίκτυο που μπορούσε να ταιριάζει τις διαφημίσεις στο περιεχόμενο ενός ιστολογίου. Το AdSense παρείχε επίσης την δυνατότητα στους blogger χωρίς πρόσβαση σε τεράστιες πλατφόρμες την ευκαιρία να ξεκινήσουν να κερδίζουν χρήματα, από την πρώτη φορά που ξεκίνησε το blogging (αν και οι

πληρωμές σε χαμηλής επισκεψιμότητας ιστολόγια δεν ήταν πολύ μεγάλες). Μόλις οι blogger άρχισαν να βγάζουν χρήματα από τα ιστολόγια, ο αριθμός των μετα-ιστολογίων ανέβηκε στα ύψη. Οι blogger όπως ο Darren Rowse(του Probloger.net και του Digital-photography-school.net) και ο John Chow έβγαλαν αρκετά μεγάλα χρηματικά ποσά και έδειξαν στους blogger τον τρόπο με τον οποίο θα μπορούσαν να μετατρέψουν το blogging σε μια πλήρους απασχόλησης σταδιοδρομία. Ένα πρώιμο γεγονός που τόνισε την αυξανόμενη σημασία των ιστολογίων ήταν η απόλυση της Heather Armstrong, της ιστολόγου του Dooce, για σχόλια που δημοσιεύτηκαν στο ιστολόγιο της σχετικά με τον εργοδότη της. Το γεγονός αυτό συνέβη το 2002, και πυροδότησε μια συζήτηση για θέματα ιδιωτικής ζωής, που ακόμα δεν έχει τεθεί επαρκώς από το 2011. Η λέξη "Dooceed" έγινε ο αργκό όρος για να περιγράψει κανείς την απόλυση από τη δουλειά κάποιου για κάτι που είχε γράψει στο ιστολόγιο του, και αποτελεί πλέον λέξη που περιλαμβάνεται στο Urban Dictionary (Chapman, 2011).

1.4.3 Η περίοδος της δημοσιότητας

Από τα μέσα της δεκαετίας του 2000, τα ιστολόγια αποτελούσαν κοινό σημείο αναφοράς. Τον Ιανουάριο του 2005, κυκλοφόρησε μια μελέτη που ανέφερε ότι 32.000.000 Αμερικανοί διάβαζαν ιστολόγια. Εκείνη την εποχή, ήταν περισσότερο από το 10% του συνολικού πληθυσμού. Την ίδια χρονιά, ο Garret M. Graff έλαβε διαπιστευτήρια τύπου από το Λευκό Οίκο, ως ο πρώτος ιστολόγος όλων των εποχών. Μια σειρά από δημοφιλή μέσα ενημέρωσης ξεκίνησαν τα δικά τους ιστολόγια κατά τη διάρκεια των μέσων έως τα τέλη της δεκαετίας του 2000, ή συνεργάστηκαν με υπάρχοντα ιστολόγια για την παροχή πρόσθετης κάλυψης και σχολιασμού των γεγονότων. Το 2004, οι πολιτικοί σύμβουλοι, οι υποψήφιοι, και οι δημοφιλείς οίκοι ειδήσεων άρχισαν να χρησιμοποιούν τα ιστολόγια πιο ευδιάκριτα. Παρείχαν το τέλει όχημα για τη μετάδοση της γνώμης των συντακτικών και την καλύτερη προσέγγιση των αναγνωστών και των θεατών. Οι δημοφιλείς πηγές μέσω μαζικής ενημέρωσης συνεργάστηκαν επίσης με τα υπάρχοντα ιστολόγια και τους blogger, αντί να αναπτύξουν τα δικά τους. Μπορεί κανείς να πάρει για παράδειγμα, τις τακτικές δημοσιοποιήσεις ειδήσεων από το CNN.com μέσω των συντακτών και των συγγραφέων της Mashable (μια εταιρεία η πλατφόρμα της οποίας φιλοξενεί διάφορα διαδικτυακά μέσα ενημέρωσης και ψυχαγωγίας). Ένα άλλο καλό παράδειγμα είναι η

αγορά της Tech Crunch (μία αμερικανική εταιρεία που δημοσιεύει διαδικτυακά, πληροφορίες για τον τομέα τεχνολογίας) και των συνδεδεμένων ιστολογίων από την AOL, η οποία, ενώ δεν είναι μια παραδοσιακή πηγή μέσω ενημέρωσης, είναι μία από τις παλαιότερες εταιρείες του Διαδικτύου που εξακολουθεί να υφίσταται. Κατά τη διάρκεια αυτής της χρονικής περιόδου, ο αριθμός των ιστολογίων αυξήθηκε ακόμη περισσότερο, με περισσότερα από 152.000.000 ιστολόγια να δραστηριοποιούνται στα τέλη του 2010. Σχεδόν κάθε δημοφιλής πηγή ειδήσεων είχε τώρα τουλάχιστον ένα ιστολόγιο, όπως και πολλές εταιρείες και ιδιώτες (Τσάπμαν, 2011).

1.4.4 Η περίοδος ανάπτυξης των microblogs

Ένα μικρο-ιστολόγιο (microblog) είναι μια μορφή blog όπου οι άνθρωποι στέλνουν σύντομα μηνύματα υπό την μορφή κειμένου ή άλλων μέσων (π.χ., εικόνες, βίντεο, ή ήχος). Αυτά τα μηνύματα μπορούν να σταλούν σε έναν ιστοχώρο και να παρουσιαστούν είτε σε μια μικρή ομάδα είτε σε ένα ευρύτερο κοινό. Οι microblogger (ένα άτομο που κάνει χρήση ενός microblog) θα μπορούσε να στείλει τα μηνυμάτα τους από διαφορετικές πηγές, συμπεριλαμβανομένων των μηνυμάτων κειμένου από κινητό τηλέφωνο, email, άμεσα μηνύματα ή μέσω ενός δικτυακού τόπου. Ένα microblog είναι συνήθως διαφορετικό από ένα κανονικό blog. Έχει πολύ μικρότερα κείμενα. Μια καταχώρηση σε microblog μπορεί να είναι μόνο μία πρόταση ή μια σύνδεση σε μια εικόνα ή ένα σύντομο βίντεο. Ένα πρόσωπο που γράφει ένα microblog μπορεί να χρησιμοποιήσει πολλές ιδέες από το «τι κάνω τώρα», ως κάτι πολύ πιο σύνθετο όπως αναφορές στην πολιτική, την καθημερινότητα, τις επιχειρήσεις, την προσωπική του ζωή, κ.α.

Πολλοί άνθρωποι σκέφτονται μόνο το Twitter, όταν αναφέρονται στα microblog ή, αλλά υπάρχουν και άλλες πλατφόρμες που επιτρέπουν ένα πιο παραδοσιακού τύπου blogging, ενώ επίσης επιτρέπουν την κοινωνική δικτύωση που παρέχει το Twitter. Το Tumblr ήταν η πρώτη σημαντική πλατφόρμα που προσέφερε αυτό το είδος της υπηρεσίας, ξεκινώντας το 2007. Οι πλατφόρμες αυτές επιτρέπουν μια ποικιλία διαφορετικών τύπων δημοσιοποίησης, σε αντίθεση με τις παραδοσιακές υπηρεσίες blogging, οι οποίες έχουν ένα μέγεθος που ταιριάζει σε όλα (που επιτρέπουν στους χρήστες να διαμορφώσουν τις θέσεις τους, ωστόσο επιτρέπουν την προσθήκη

πολυμέσων). Αυτό καθιστά επίσης ευκολότερο για τους χρήστες να κάνουν blog το περιεχόμενο των άλλων, ή να αρέσουν (να κάνουν like) τις καταχωρήσεις άλλων. Το Posterous είναι μια άλλη παρόμοια υπηρεσία. Ξεκίνησε το 2008, και επιτρέπει στους blogger να δημιουργήσουν ένα απλό ιστολόγιο μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, και στη συνέχεια να υποβάλουν το περιεχόμενο είτε μέσω του online Editor τους ή μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Το Posterous μερικές φορές θεωρείται περισσότερο μια live εφαρμογή από πλατφόρμα blogging, αν και μπορεί να πει κανείς ότι τεχνολογικά είναι και τα δύο (Charman, 2011).

1.4.5 Το μέλλον των ιστολογίων

Δεκαπέντε χρόνια πριν, τα ιστολόγια ήταν το κύριο σημείο επικοινωνίας για τους χρήστες του διαδικτύου. Με την έλευση των κοινωνικών μέσων μαζικής ενημέρωσης και της κοινωνικής δικτύωσης κατά τα τελευταία δέκα χρόνια, τα blogs έχουν γίνει μόνο ένα μέρος της διαδικτυακής παρουσίας ενός ατόμου. Τα podcasts έχουν επίσης αναλάβει ένα μεγαλύτερο ρόλο στην blogosphere, με πολλά ιστολόγια να επιλέγουν να χρησιμοποιούν κυρίως περιεχόμενο πολυμέσων. Οι υπηρεσίες που εξυπηρετούν αυτό το είδος (όπως το Tumblr και το Posterous) είναι πιθανό να συνεχίσουν να αυξάνονται σε δημοτικότητα. Με τις νέες υπηρεσίες όπως το Quora, υπάρχει η πιθανότητα η blogosphere να συρρικνωθεί, και περισσότεροι άνθρωποι να στραφούν σε άλλες εφαρμογές για να πάρουν τις πληροφορίες. Αλλά οι υπηρεσίες, όπως η Quora, παρέχουν επίσης και πολύτιμα εργαλεία για τους blogger, δεδομένου ότι δίνουν σε βάθος πληροφορίες για ένα θέμα που οι άνθρωποι θέλουν πραγματικά να ξέρουν. Τα ιστολόγια είναι απίθανο να εξελιχθούν σημαντικά στο εγγύς μέλλον. Αλλά υπάρχει πολύς χώρος για την ανάπτυξη και την καινοτομία στη μέθοδο με την οποία το περιεχόμενό τους ανακαλύπτεται, αποδίδεται και είναι προσβάσιμο (Charman, 2011).

1.5 Χαρακτηριστικά

Τα ιστολόγια περιέχουν χαρακτηριστικά που τα διακρίνουν όχι μόνο από τα παραδοσιακά κανάλια επικοινωνίας, αλλά και από τα ηλεκτρονικά τους ομόλογα. Σε αντίθεση με τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης με την μονόδρομη ροή των

πληροφοριών, τα ιστολόγια έχουν καθιερώσει «ένα νέο παράδειγμα διαδραστικότητας» (Chiang&Hsieh, 2011). Σύμφωνα με τους Lenhart και Fox (2006), 90% των blogs είναι ιδιαίτερα διαδραστικά, δεδομένου ότι περιλαμβάνουν κείμενα διαλόγου, παρέχοντας έτσι μια πλατφόρμα αλληλεπίδρασης μεταξύ των ατόμων, των ομάδων, και των οργανισμών. Αυτός ο διάλογος λαμβάνει χώρα σε νέες μορφές, όπως ένα τμήμα με σχόλια. Περαιτέρω, ο Kent (2008) αναφέρει ότι πολλοί αναγνώστες βρίσκουν το κείμενο του διαλόγου ακόμη πιο συναρπαστικό από την ίδια την καταχώριση του ιστολογίου.

Ένα άλλο χαρακτηριστικό του μέσου είναι η ταχύτητα με την οποία τα ιστολόγια επιτρέπουν στις πληροφορίες να διαδοθούν «σε οποιαδήποτε στιγμή κατά τη διάρκεια της ημέρας» (Maratea, 2008:144). Ο Intelliseek (2005:2) επισημαίνει ότι λόγω της ταχύτητας αυτής, οι blogger είναι σε θέση να «αλλάξουν την ένταση και τον τόνο της κάθε συνομιλίας». Αυτό δείχνει πώς οι blogger έχουν τη δυνατότητα να παράγουν περιεχόμενο σε σύντομο χρονικό διάστημα και να αντιδράσουν άμεσα σε απευθείας σύνδεση. Επιπλέον, τα ιστολόγια εκπληρώνουν τις συναισθηματικές ανάγκες ενός ατόμου, πέρα από την ανάγκη για πληροφορίες και την ευκολία με την οποία συλλέγονται, αλλά και για ψυχαγωγία, χαλάρωση, και συμμετοχή (Kaye, 2005). Επιπλέον, ικανοποιούν τις ανάγκες των ατόμων για κοινωνικές αλληλεπιδράσεις και αυτοέκφραση (Baumer et al., 2008).

Τα ιστολόγια μπορούν να χρησιμοποιήσουν οποιαδήποτε διάταξη και μπορούν να καλύψουν πολλά διαφορετικά θέματα, αλλά όλα έχουν κάποια κοινά βασικά χαρακτηριστικά (Baumer et al., 2008):

- Οι καταχωρήσεις αναρτώνται σε αντίστροφη χρονολογική σειρά. Η διάταξη είναι παρόμοια με αντίστροφο ημερολόγιο, που τρέχει από το πιο πρόσφατο στην κορυφή μιας σελίδας στο λιγότερο πρόσφατο στο κατώτατο μέρος.
- Οι καταχωρήσεις ιστολογίου συνήθως περιλαμβάνουν την ημερομηνία και τη συγκεκριμένη ώρα που καταχωρήθηκαν (χρονική σήμανση).
- Το όνομα του blogger αναφέρεται συνήθως δίπλα στη χρονική σήμανση. Από προεπιλογή, τα ιστολόγια συνήθως τελειώνουν με την σήμανση «δημοσιεύτηκε από [όνομα blogger]».

- Παλαιότερες καταχωρήσεις των ιστολογίων βρίσκονται συνήθως σε ένα αρχείο. Συχνά το αρχείο είναι ταξινομημένο κατά μήνες και χρόνια. Οι συνδέσεις αρχείων είναι συνήθως σε μια πλαϊνή μπάρα στη σελίδα.
- Οι αναγνώστες και ο bloggers μπορούν συνήθως να σχολιάσουν (ή να απαντήσουν) με μία νέα καταχώριση. Τα σχόλια μπορεί να μετατραπούν σε διάλογο, με τους αναγνώστες να συζητάνε μεταξύ τους.

Ανάλογα με την θεματική του ιστολογίου, κάποιος μπορεί επίσης να βρει άλλα είδη πληροφοριών όπως (Baumer et al., 2008):

- Καταχωρήσεις ιστολογίων που συνήθως έχουν έναν τίτλο που περιγράφει ή σχετίζεται με το περιεχόμενο της εγγραφής. Οι τίτλοι συνήθως εκτίθενται σε μια διάταξη με έντονη γραμματοσειρά.
- Καταχωρήσεις ιστολογίων που απαριθμούν τις θεματικές ενότητες που αναρτώνται από το blogger. Όταν ένα ιστολόγιο περιλαμβάνει κάποιες ενότητες, κάποιος μπορεί να τις βρει συνήθως σε έναν κατάλογο στο πλαϊνό μέρος της ιστοσελίδας.
- Ο blogger μπορεί να επιλέξει ένα εικονίδιο για να εκφράσει την τρέχουσα διάθεσή του. Θα μπορούσε κανείς να δει κάτι σαν τρέχουσα διάθεση: Χαρούμενος ☺
- Ο blogger μπορεί να περιλαμβάνει πληροφορίες σχετικά με το τραγούδι που άκουγε όταν έγραψε μια καταχώριση.

1.5.1 Τα ιστολόγια ως μορφή αστικής δημοσιογραφίας

Οι Cantonini&Tardini (2008) αναφέρονται στην αστική δημοσιογραφία ή δημοσιογραφία των απλών πολιτών ως ένα είδος δημοσιογραφίας, όπου οι πολίτες έχουν ενεργό ρόλο στη συλλογή, ανάλυση, και διάδοση ειδήσεων και πληροφοριών. Επισημαίνουν ότι η δύναμη αυτού του είδους δημοσιογραφίας συνίσταται στην ταχύτητα και την ευκολία με την οποία ένας πολίτης μπορεί να πει στον κόσμο τι έχει δει και βιώσει. Στην περίπτωση ενός ξαφνικού και καταστροφικού γεγονότος, οι blogger είναι γρηγορότεροι από οποιοδήποτε άλλο δημοσιογράφο, επειδή τυγχάνει να βρίσκονται στο σημείο που συμβαίνει ένα γεγονός (Fare, 2006 όπως αναφέρεται από τους Cantoni&Tardini, 2008:37-38).

Ο Kent (2008) αναφέρει ότι εμφανίστηκε ένα νέο είδος ιστολογίων που σε αντίθεση με τα παραδοσιακά ή ιστορικά ιστολόγια είναι γραμμένο σαν ένα είδος ημερολογίου. Είναι ένα νέο ιστολόγιο που «συχνά επικεντρώνονται σε εξειδικευμένες θεματικές ενότητες, οι οποίες το καθιστούν μία άριστη πηγή πληροφόρησης και ενημέρωσης για τους επαγγελματίες και τους εμπειρογνώμονες όσο αφορά τις τάσεις, τη σχετική νομοθεσία, και τα γενικά θέματα ενδιαφέροντος». Παρ' όλα αυτά, ο Kent (2008) ισχυρίζεται ότι δεν υπάρχει επίσημη διάκριση μεταξύ ενός παραδοσιακού ιστολογίου και ενός ιστολογίου ειδήσεων.

Τα ιστολόγια κερδίζουν όλο και περισσότερο την εκτίμηση των δημοσιογράφων, μεταξύ των διαδικτυακών πηγών (Cantoni&Tardini, 2008:36). Επιπλέον, πολλοί blogger θεωρούν τους εαυτούς τους ως δημοσιογράφους, ενώ άλλοι προτιμούν να τονίσουν το διαφορετικό καθεστώς τους, αποφεύγοντας έτσι το όνομα του δημοσιογράφου, καθιστώντας το blogging ένα πραγματικό επάγγελμα (επαγγελματίας blogger). Σε αυτό το πλαίσιο, φυσικά, το ζήτημα της εμπιστοσύνης και της αξιοπιστίας είναι καίριας σημασίας, καθώς υπήρξαν σκάνδαλα σχετικά με αβάσιμες και ανεπιβεβαίωτες πληροφορίες που δημοσιεύθηκαν και διαδόθηκαν από blogger. Τα ιστολόγια, ωστόσο, έχουν αποδειχθεί επίσης ότι είναι χρήσιμα για την αποκάλυψη αθέμιτων δημοσιογραφικών πρακτικών, παίζοντας έτσι ένα ρόλο ελέγχου προς το σύστημα των μέσων ενημέρωσης, καθώς και των πολιτικών και οικονομικών συστημάτων.

1.5.2 Ιστολόγια και αλληλεπίδραση

Η διαδραστικότητα είναι κεντρικής σημασίας έννοια που συνδέεται με την Web2.0 τεχνολογία και τα ιστολόγια είναι ένα από τα κορυφαία εργαλεία στην επόμενη γενεά των εργαλείων του διαδικτύου (Singh et al, 2008). Η διαδραστικότητα περιγράφεται ως μια αποδεκτική μορφή επικοινωνίας, που χαρακτηρίζεται είτε με τη μεσολαβούμενη (μέσω της τεχνολογίας) είτε με τη μη μεσολαβούμενη (ανθρώπινη) αλληλεπίδραση (Fill, 2009:928). Σύμφωνα με τον Singh και τους συνεργάτες του (2008), τα ιστολόγια έχουν εννοιολογικά παρόμοιο περιεχόμενο με άλλα κανάλια επικοινωνίας, π.χ. έντυπα μέσα, βίντεο και ήχο, αλλά η εγγενής διαδραστικότητα τους επιτρέπει ένα υψηλότερο επίπεδο επικοινωνίας και άμεσης επαφής με τον αναγνώστη/ πελάτη. Ως εκ τούτου, τα

ιστολόγια έχουν μια καλύτερη ικανότητα να διαχειρίζονται τις σχέσεις (π.χ., τις σχέσεις των πελατών, τις δημόσιες σχέσεις, κλπ.), να διευκολύνουν την εσωτερική συνεργασία, τη διαχείριση της γνώσης και της βοήθειας, τη βελτίωση των σχέσεων των μέσων ενημέρωσης, και τη δοκιμή νέων ιδεών για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες (Singh et al, 2008). Οι Mangold και Faulds (2009) αναφέρουν ότι οι καταναλωτές αισθάνονται μεγαλύτερη συμμετοχή και δέσμευση με προϊόντα και οργανισμούς όταν είναι σε θέση να υποβάλουν ανατροφοδότηση, η οποία συμβάλλει στην αίσθηση της κοινότητας στην οποία ενθαρρύνονται ειλικρινείς και ανοικτές επικοινωνίες και ενισχύεται η εμπλοκή των πελατών.

Η μορφή των ιστολογίων έχει σχεδιαστεί για να επιτρέπει και να διευκολύνει την επικοινωνία (Singh et al, 2008). Το 90% των ιστολογίων είναι διαδραστικά (Lenhart, 2006:20). Παρά τη μεγάλη ποικιλία των ιστολογίων αυτά έχουν κάποια κοινά στοιχεία: (1) σχόλια (σχόλια που προσθέτει ένας αναγνώστης), (2) κατηγορίες (θέματα που η καταχώριση συζητά), (3) συνδέσμους (συνδέσεις με άλλες ιστοσελίδες που συζητούν επίσης το ίδιο θέμα), και (4) permalinks (μόνιμα URLs σε μεμονωμένες θέσεις). Τα στοιχεία αυτά παρέχουν συνέχεια και διευκολύνουν τη συνεχιζόμενη συλλογική συνομιλία (Singh et al, 2008:284).

Ο Stauffer (2002) υποστηρίζει ότι τα ιστολόγια προσκαλούν την ενεργό συμμετοχή σε αντίθεση με την παθητική κατανάλωση του περιεχομένου. Σύμφωνα με τον Singh και τους συνεργάτες του (2008), οι δραστηριότητες blogging για τη νεότερη ηλικιακά ομάδα περιλαμβάνει συζήτηση της ποπ κουλτούρας και προσωπικές πληροφορίες, ενώ οι μεγαλύτεροι ηλικιακά blogger χρησιμοποιούν τη blogosphere για να συζητήσουν, να μοιραστούν, και να αναλύσουν τα πάντα, από το πολιτικό κλίμα έως πληροφορίες για προϊόντα και υπηρεσίες.

1.6 Είδη και κατηγορίες

Σήμερα υπάρχει μια μεγάλη ποικιλία από διαθέσιμα ιστολόγια. Ο Rettberg (2008:20) αναφέρει ότι η διαφορά μεταξύ μέσου και είδους στο διαδίκτυο έχει γίνει δυσδιάκριτη. Ωστόσο, τα ιστολόγια μπορούν να θεωρηθούν μέσα που ταξινομούνται σε διαφορετικές κατηγορίες και υποκατηγορίες, όπως ιστολόγια υπό την μορφή ημερολογίου, πολιτικά ιστολόγια, προσωπικά, επιχειρήσεων, κλπ.. Ο Rettberg (2008)

υποστηρίζει επίσης ότι πολλά ιστολόγια εντάσσονται σε παραπάνω από μία ενότητα, και όπως με κάθε είδος υπάρχουν εξαιρέσεις και διασταυρώσεις. Οι Kaplan και Haenlein (2010) σημειώνουν ότι τα ιστολόγια με βάση το κείμενο παραμένουν ακόμα τα πιο κοινά, ενώ τα ιστολόγια που έχουν επίσης αρχίσει να λαμβάνουν τη μορφή άλλων μέσων ενημέρωσης (π.χ., βίντεο, φωτογραφίες) είναι συχνά. Αυτά είναι κυρίως τα βίντεο ιστολόγια όπως το YouTube και τα ιστολόγια φωτογραφιών. Επιπλέον, τα βίντεο, οι φωτογραφίες και οι ηχογραφήσεις μπορούν να προστεθούν σε ιστολόγια που βασίζονται σε κείμενο.

Σύμφωνα με Mijatović (2018) υπάρχουν 8 κύριοι τύποι ιστολογίων:

- (1) προσωπικά ιστολόγια,
- (2) ιστολόγια επιχειρήσεων,
- (3) επαγγελματικά ιστολόγια,
- (4) εξειδικευμένα ιστολόγια,
- (5) αντίστροφα ιστολόγια,
- (6) θυγατρικά ιστολόγια,
- (7) ιστολόγια πολυμέσων, και
- (8) ανεξάρτητα (freelance) ιστολόγια.

Αυτά αναλύονται στις επόμενα ενότητες.

1.6.1. Προσωπικά ιστολόγια

Όταν ξεκίνησε το blogging στα τέλη της δεκαετίας του 90, το πρώτο είδος ιστολογίου που εμφανίστηκε ήταν το online ημερολόγιο. Οι blogger αυτού του τύπου ήταν άνθρωποι που ήθελαν να φτιάξουν το καθημερινό περιοδικό τους online για να μοιραστούν τις εμπειρίες, τα συναισθήματά και τις βαθύτερες σκέψεις τους με ένα ακροατήριο. Για τα προσωπικά ιστολόγια, δεν υπήρχαν κανόνες για να ακολουθήσει κανείς ή θέματα που έπρεπε να τηρηθούν. Οι καταχωρήσεις στα ιστολόγια τους ήταν οι ανοικτές σελίδες των ημερολογίων τους, που εισάγονταν μέσω ενός επεξεργαστή κειμένου και δημοσιεύονταν σε απλές σελίδες μορφής html. Οι blogger αυτού του τύπου ακόμη και σήμερα τείνουν να ακολουθήσουν την ίδια κατεύθυνση, αν και δεν έχουν πλέον να καταπολεμήσουν το εμπόδιο που αποτελούσε παλιότερα η δημιουργία

ενός διαδικτυακού τύπου. Μπορούν να χρησιμοποιήσουν εφαρμογές όπως το Blogger, το WordPress, το Tumblr, και παρόμοια για να ξεκινήσουν ένα ιστολόγιο σε λιγότερο από δεκαπέντε λεπτά και να αρχίσουν να μοιράζονται τις ιδέες τους με τον κόσμο.

Τα πάντα μπορούν να προτρέψουν έναν προσωπικό blogger να γράψει κάτι. Μερικοί εστιάζουν σε ένα ιδιαίτερο ενδιαφέρον τους, όπως ένα χόμπι. Άλλοι επικεντρώνονται σε κάτι με το οποίο είναι παθιασμένοι, όπως η πολιτική. Κάποιοι εστιάζουν σε μια αιτία, όπως ο αγώνας τους με τον καρκίνο. Μερικοί επικεντρώνονται σε ό, τι είναι στο μυαλό τους κατά τη στιγμή που ξεκινούν μια νέα καταχώριση στο ιστολόγιο.

Η επιτυχία για ένα προσωπικό blogger είναι να βρει άλλους να μοιραστούν τη συγγραφή των κειμένων. Ο καλύτερος τρόπος για να οικοδομήσει κανείς μια κοινότητα για ένα προσωπικό ιστολόγιο είναι να βρει άλλους blogger που μοιράζονται το ίδιο ενδιαφέρον. Όταν αυτοί βρεθούν, ξεκινούν να σχολιάζουν τα ιστολόγια και συνδέονται με αυτά μέσω των κοινωνικών δικτύων. Καθώς αυξάνονται οι αλληλεπιδράσεις με άλλους προσωπικούς blogger, αυτοί αρχίζουν να συμμετέχουν με τις θέσεις τους στο ιστολόγιο.

1.6.2. Ιστολόγια επιχειρήσεων

Οι blogger των επιχειρήσεων είναι εκείνοι που γράφουν blog για την επιχείρησή τους. Αυτό θα μπορούσε να είναι για μια επιχείρηση που κατέχουν ή εταιρεία για την οποία εργάζονται. Στόχος του ιστολογίου μιας επιχείρησης είναι να αποκτήσει μεγαλύτερη έκθεση στους καταναλωτές και να αυξήσει τους πελάτες της.

Το ιστολόγιο μιας επιχείρησης περιλαμβάνει θέματα που θα προσελκύσουν τους ιδανικούς πελάτες της. Για παράδειγμα, οι υπάλληλοι μιας εταιρείας εκτύπωσης θα γράψουν περιεχόμενο ιστολογίου που απευθύνεται σε άλλους ιδιοκτήτες επιχειρήσεων που βρίσκονται στην αγορά για επαγγελματικές κάρτες, φυλλάδια, πόστερ και άλλες υπηρεσίες εκτύπωσης. Οι καταχωρήσεις θα καλύψουν θέματα όπως «Πώς να σχεδιάσουν μια επαγγελματική κάρτα», «δημιουργία ενός φυλλαδίου», κλπ.

Η επιτυχία για ένα ιστολόγιο επιχείρησης είναι να προσελκύσει τους αναγνώστες που θα εγγραφούν τελικά στη λίστα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, θα υποβάλουν μια

παραγγελία, ή θα κάνουν μια αγορά. Ο καλύτερος τρόπος για να οικοδομήσει κανείς μια κοινότητα για ένα ιστολόγιο επιχείρησης είναι να προσδιορίσει τους ανθρώπους που είναι πιο πιθανό να γίνουν πελάτες της επιχείρησής και να δημιουργήσει περιεχόμενο που αυτοί θα βρουν ενδιαφέρον. Στη συνέχεια, πρέπει να βεβαιωθεί ότι κάθε κομμάτι του περιεχομένου οδηγεί αυτούς τους ανθρώπους να θέλουν να μάθουν περισσότερα για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της επιχείρησης.

1.6.3. Επαγγελματικά ιστολόγια

Επαγγελματίες είναι εκείνοι οι blogger που βγάζουν λεφτά από τα διαδικτυακά ιστολόγια τους. Οι επαγγελματίες blogger τείνουν να χρησιμοποιούν μια ποικιλία στρατηγικών για την μετατροπή των υπηρεσιών τους σε χρήμα, συμπεριλαμβανομένης της πώλησης διαφημίσεων προβολής, τη δημιουργία πληροφοριών και ψηφιακών προϊόντων, την προώθηση των προϊόντων άλλων ανθρώπων με προμήθεια, και παρόμοια άλλα.

Οι επαγγελματίες blogger τείνουν να επικεντρώνονται είτε σε ένα ιστολόγιο είτε σε πολλά εξειδικευμένα ιστολόγια για τη δημιουργία εσόδων. Κάθε ιστολόγιο θα πρέπει να έχει τη δυνατότητα να προσελκύσει ένα μεγάλο κοινό που αυξάνει την επισκεψιμότητα και αποτελεί ένα καλό πεδίο για τους διαφημιστές και τις πωλήσεις προϊόντων και υπηρεσιών.

Η επιτυχία για ένα επαγγελματία blogger εξαρτάται από τους στόχους που έχει θέση για την μετατροπή των υπηρεσιών του σε χρήμα. Όσοι επιθυμούν να βγάλουν χρήματα μέσω της διαφήμισης θα χρειαστεί πολλή κίνηση από ένα ακροατήριο που ενδιαφέρεται για ένα συγκεκριμένο θέμα. Για παράδειγμα, ένα δημοφιλές προσωπικό ιστολόγιο για χρηματοδότηση επενδύσεων θα προσελκύσει πιθανώς ένα ακροατήριο από διαφημιστές συνταξιοδοτικών ταμείων, ταμειυτηρίων, τραπεζών και παρόμοιων επιχειρήσεων που θα θέλουν να προβληθούν.

1.6.4. Εξειδικευμένα ιστολόγια

Αντί απλώς να επικεντρώνονται σε ευρύτερα θέματα, τα εξειδικευμένα ιστολόγια είναι πολύ πιο συγκεκριμένα. Ορισμένα από τα εξειδικευμένα ιστολόγια ενδέχεται να εστιάζουν στα τρόφιμα, σε προγράμματα εξάσκησης ή γυμναστικής, στη συγγραφή ποιημάτων, και σε πολλά άλλα. Καθώς τα εξειδικευμένα ιστολόγια επικεντρώνονται περισσότερο σε ένα συγκεκριμένο θέμα, καθιστούν την έρευνα που χρειάζεται για την ανάπτυξη τους ευκολότερη. Είναι πιο εύκολο να προσδιορίσει κανείς τα πλεονεκτήματα και τις αδυναμίες ενός εξειδικευμένου θέματος και στη συνέχεια να γράψει πράγματα που ξέρει και γνωρίζει καλύτερα από άλλους. Μπορεί επίσης να χρησιμοποιήσει το ιστολόγιο για να μετατρέψει το πάθος του σε μια μικρή προσωπική επιχείρηση.

Είναι σημαντικό να επιλέξει κανείς σωστά το θέμα που θα εστιάσει και είναι παθιασμένος. Πρέπει να έχει φιλοδοξία και να αγωνιστεί για την επιτυχία, την ευτυχία, την ασφάλεια, και την αναγνώριση της δουλειάς του. Επιλέγοντας το θέμα στο οποίο θα εστιάσει και έχοντας πάθος για αυτό θα είναι σε θέση να τοποθετηθεί διαφοροποιώντας το ιστολόγιο του από τον ανταγωνισμό. Από την άλλη πλευρά, είναι επίσης σημαντικό να προσδιορίσει το εύρος. Ακόμη και αν κανείς πιστεύει ότι έχει μια λαμπρή ιδέα για ένα ιστολόγιο, θα είναι δύσκολο να πετύχει αν δεν προσελκύσει μια εξειδικευμένη αγορά με αρκετούς ανθρώπους. Δεν θέλει μια αγορά που είναι πολύ μικρή ούτε πολύ μεγάλη.

1.6.5. Ιστολόγια υποδοχής (guest or reverse blogs)

Τα ιστολόγια υποδοχής ή αντίστροφα ιστολόγια (guest or reverse blogs) είναι ένας μοναδικός αλλά σύγχρονος τύπος ιστολογιών. Αντί του οικοδεσπότη/ ιδιοκτήτη που δημιουργεί το περιεχόμενο, και το περιεχόμενο αυτό παρέχεται από το κοινό. Ένα ιστολόγιο υποδοχής έχει μια ομάδα που ρυθμίζει τις αναρτήσεις, προλαμβάνει τις δυσάρεστες αλληλεπιδράσεις και την προώθηση βαρετών θεμάτων, για να αυξήσει τη διαδραστικότητα. Παρά το γεγονός ότι το ιστολόγιο υποδοχής περιέχει συνήθως αναρτήσεις από φιλοξενούμενους συγγραφείς, ο ιδιοκτήτης πρέπει επίσης να γράψει τις δικές του θέσεις. Πρέπει κανείς να λάβει υπόψη του ότι οι διαφορετικοί τύποι ιστολογιστών μοιράζονται διαφορετικές ιδέες, όταν πρόκειται για το blogging. Στην

πραγματικότητα, κάθε blogger θα πρέπει να ψάξει για τα ιστολόγια στον τομέα ενδιαφέροντος του, όπου αυτός ή αυτή μπορεί να γίνει φιλοξενούμενος blogger. Αυτό θα βοηθήσει στην προσέλκυση επισκεπτών στο ιστολόγιο του, και μερικοί διαδικτυακοί αναγνώστες του ιστολογίου υποδοχής μπορεί να γίνουν αναγνώστες του φιλοξενούμενου blogger.

Η πρόκληση σε αυτά είναι πώς να προσελκύσει κανείς διαφορετικούς συγγραφείς που έχουν ήδη μια διαδικτυακή φήμη και στις περισσότερες περιπτώσεις, θα βοηθήσουν προωθώντας το ιστολόγιο υποδοχής με την ανταλλαγή κειμένων που έχουν δημοσιευτεί στο ακροατήριό τους, συνήθως σε άλλα κοινωνικά δίκτυα. Το ιστολόγιο υποδοχής θα πρέπει να έχει σωστή διαχείριση, έτσι ώστε να μπορεί να επιδείξει περιεχόμενο από τους φιλοξενούμενους blogger καθημερινά.

1.6.6. Θυγατρικά ιστολόγια (affiliated blogs)

Τα θυγατρικά ιστολόγια (affiliated blogs) αναφέρονται σε αυτά που δημιουργούνται από ενώσεις μάρκετινγκ. Αντί να δημιουργούν τα δικά τους προϊόντα, αναρτούν κείμενα που αναφέρονται σε προϊόντα άλλων. Ο στόχος τους είναι να ενθαρρύνουν τους επισκέπτες να αγοράσουν τα προϊόντα αυτά χρησιμοποιώντας τη σύνδεση σε θυγατρικά ιστολόγια, επιτρέποντας στους blogger να κερδίσουν μια προμήθεια, όπως ορίζεται από τον δημιουργό του προϊόντος.

Ένας blogger θυγατρικών ιστολογίων γράφει συνήθως την άποψη του για τα προϊόντα των θυγατρικών. Μερικοί θα γράψουν πολλά σχόλια σε έναν ιστολόγιο, ενώ άλλοι θα δημιουργήσουν ιστολόγια αφιερωμένα στην προώθηση ενός ιδιαίτερου προϊόντος των θυγατρικών. Η επιτυχία για έναν blogger θυγατρικών ιστολογίων είναι να εξασφαλίσει ότι οι κριτικές των προϊόντων διαβάζονται από εκείνους που είναι πιθανό να αγοράσουν τα προϊόντα αυτά. Επίσης, εργάζεται για την δημιουργία μιας εκτεταμένης λίστας αλληλογραφίας για την προώθηση των νέων προϊόντων σε αφοσιωμένους συνδρομητές. Ορισμένοι ειδικοί του μάρκετινγκ αναφέρουν ότι η λίστα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου τους είναι η κύρια πηγή των εσόδων τους.

1.6.7. Ιστολόγια πολυμέσων (multimedia blogs)

Τα ιστολόγια πολυμέσων (multimedia blogs) ορίζονται από το περιεχόμενο που παράγουν. Αν αρέσει σε κάποιον το blogging με βίντεο, τότε αυτός είναι ένας vlogger. Αν κάποιος επιμελείται το περιεχόμενο από άλλους δικτυακούς τόπους, τότε κανείς βρίσκεται ενώπιον ενός linklog. Αν δημοσιεύει φωτογραφίες ή σκίτσα τέχνης στο ιστολόγιο του, τότε αποτελεί ένα photoblog ή ένα ιστολόγιο τέχνης.

Αυτό το είδος ιστολογίου είναι δημοφιλές μεταξύ ανθρώπων διαφορετικών τομέων. Το νεότερο σε ηλικία πλήθος καταγράφει βιντεοπαιχνίδια και τα μοιράζεται με ανθρώπους που ενδιαφέρονται για αυτό το παιχνίδι. Οι φωτογράφοι μπορούν να μοιραστούν τους φωτογραφίες που τράβηξαν στο τελευταίο τους ταξίδι. Άλλοι άνθρωποι ανεβάζουν podcast για να δημοσιοποιήσουν αρχεία ήχου του τελευταίου επεισοδίου που κατέγραψαν. Ένας από τους σημαντικούς παράγοντες εδώ είναι η σωστή επιλογή της πλατφόρμας που θα ταιριάζει στις ανάγκες του blogger, και ίσως η εξεύρεση του παρόχου που θα το φιλοξενήσει και θα επιτρέψει να αποθηκεύουν μεγαλύτερα σε μέγεθος αρχεία, χωρίς αυτό να κοστίζει μια περιουσία.

1.6.8. Ανεξάρτητα άρθρα σε ιστολόγια (independent blogs)

Τα ανεξάρτητα άρθρα σε ιστολόγια (independent blogs) είναι καταχωρήσεις σε ιστολόγια κειμένων που γράφονται από ανεξάρτητους (freelance) συγγραφείς, οι οποίοι πληρώνονται για την παροχή υπηρεσιών. Αν ψάχνει κανείς έναν τρόπο για να πληρωθεί για τη συγγραφή ως υπηρεσία και έχει εμπειρία στο blogging, τα ανεξάρτητα άρθρα σε ιστολόγια αποτελούν έναν τρόπο για να τα καταφέρει. Τα ανεξάρτητα άρθρα σε ιστολόγια καλύπτουν θέματα που παρέχονται από τους πελάτες τους. Κάποιοι blogger προωθούν τον εαυτό τους ως εμπειρογνώμονες σε μια συγκεκριμένη βιομηχανία ή εξειδικευμένη αγορά, ενώ άλλοι πλασάρουν τον εαυτό τους ως γενικούς συγγραφείς που μπορούν να καλύψουν οτιδήποτε κάνοντας έρευνα. Οι εμπειρογνώμονες σε μια συγκεκριμένη βιομηχανία ή εξειδικευμένες αγορές τείνουν να είναι σε θέση να χρεώνουν περισσότερο από τους γενικούς συγγραφείς.

Η επιτυχία για έναν ανεξάρτητο blogger είναι να οικοδομήσει ένα χαρτοφυλάκιο που να το καθιστά ελκυστικό στους επιχειρηματίες και τις επιχειρήσεις που χρειάζονται

ποιοτικό περιεχόμενο γραμμένο για το ιστολόγιο της εταιρείας τους. Με εξαίρεση τους συγγραφείς φάντασμα, οι ανεξάρτητοι blogger μπορούν να χρησιμοποιήσουν την εργασία τους για άλλους πελάτες ως εφαλτήριο για να κερδίσουν νέους πελάτες. Δεδομένου ότι έχουν περισσότερο ζήτηση, οι ανεξάρτητοι blogger μπορούν να πάρουν μεγαλύτερα συμβόλαια και να κερδίσουν τα προς το ζην ως ελεύθεροι επαγγελματίες.

1.7 Συγγραφείς των ιστολογίων

1.7.1 Οι συγγραφείς ως πρόσωπα που ασκούν επιρροή

Μεταξύ των παραγόντων που καθορίζουν τους διάφορους ρόλους που υποτίθεται ότι αναλαμβάνει ο blogger, προβάλλει η προσωπική επιρροή που αυτός ασκεί στο κοινό του. Σύμφωνα με τους Lenhart και Fox (2006), οι σημαίνοντες blogger θεωρούνται μανιώδεις καταναλωτές και δυνατοί χρήστες του Διαδικτύου, καθώς δημιουργούν online περιεχόμενο σε συχνή βάση. Ανάλογα με τη θέση τους μέσα σε αυτά τα δυναμικά κοινωνικά δίκτυα, ορισμένοι blogger, που συχνά αναφέρονται ως blogger πρώτης γραμμής, είναι πιθανότερο από άλλους να επηρεάσουν την πρακτική της blogging και την καταναλωτική συμπεριφορά (Keshelashvili, 2006). Το μεγαλύτερο κοινό τους είναι πιθανό να εγγυηθεί μια υψηλότερη ορατότητα μέσα στη blogosphere καθώς επίσης και έξω από αυτήν (Herring, et al., 2004). Επιπλέον, ο Keshelashvili (2006:3) αναφέρει ότι τον τελευταίο καιρό ορισμένοι blogger έχουν αρχίσει να εμφανίζονται ως «ανεξάρτητοι εμπειρογνώμονες, και με τις αναλύσεις τους, να εμφανίζονται ακόμη και στα δημοφιλή MME». Η διεύρυνση της επιρροής ενός blogger στα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης μπορεί να επιτευχθεί με βάση την εξουσία που αυτός ασκεί στη σχέση που αναπτύσσει με τους αναγνώστες του» (Intelliseek, 2005:10). Ο Doyle και οι συνεργάτες του (2012) αναφέρουν ότι ένας blogger που κατέχει γνώση και ακεραιότητα θεωρείται αξιόπιστη πηγή πληροφοριών και έτσι είναι σε θέση να επηρεάζει τις αποφάσεις και τις δράσεις των αναγνωστών.

1.7.2 Οι συγγραφείς ως φορείς ιδεών

Οι blogger αποτελούν άτομα που ασκούν επιρροή και λειτουργούν ως φορείς ιδεών στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης. Οι Merhab και Kardes (2000:236) ορίζουν την

καθοδήγηση γνώμης (opinion leadership) ως «αντανάκλαση της δυνατότητας ενός ατόμου να επηρεάσει άλλες συμπεριφορές ή φανερή συμπεριφορά σε έναν συγκεκριμένο τομέα». Με βάση την εμπειρογνωμοσύνη και τις γνώσεις τους για ένα συγκεκριμένο θέμα, οι blogger θεωρούνται ως πιο ενημερωμένοι και έτσι πιο έμπιστοι από άλλα άτομα (Corey, 1971-VanderMerwe&VanHeerden, 2009). Αναλύοντας περαιτέρω το ρόλο τους, ο Burt (1999:1) θεωρεί τους καθοδηγητές γνώμης (opinion leaders) ως μεσίτες που παρέχουν πληροφορίες μεταξύ των κοινωνικών ομάδων. Περαιτέρω, ο Burt (1999:46) σημειώνει ότι είναι «μεσίτες με την έννοια ότι η επιρροή τους είναι μεταξύ των ομάδων, και όχι εντός αυτών». Η κεντρική έννοια που περιέχεται σε αυτούς τους ορισμούς είναι η χρήση της διαδραστικής επικοινωνίας ως μέσου επιρροής. Στο μοντέλο επικοινωνίας με διπλή ροή, οι Katz και Lazarsfeld (1955) ισχυρίζονται ότι οι ροές πληροφοριών από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης σε μαζικά ακροατήρια γίνεται μέσω της διαμεσολάβησης των καθοδηγητών γνώμης.

Στο διαδικτυακό πλαίσιο, οι καθοδηγητές γνώμης είναι γνωστοί για την ικανότητα τους να αναπτύσσουν τη συζήτηση γύρω από εμπορικά σήματα και εταιρείες (Kirby&Marsden, 2006). Ο κύκλος επιρροής τους επεκτείνεται, καθώς οι συναδέλφοι τους διαδίδουν το μήνυμα. Επιπλέον, διάφοροι μελετητές (Corey, 1971,Grewal et al., 2000,Kirby&Marsden, 2006,VanderMerwe&VanHeerden, 2009) έχουν υποστηρίξει ότι η καθοδήγηση γνώμης είναι μέρος της στόμα-με-στόμα (word-of-mouth) επικοινωνίας. Σε σχέση με την εφαρμογή αυτής της μορφής επικοινωνίας στον τομέα των ιστολογίων, οι Segev, Villar και Fiske (2012) αναφέρουν ότι η αυξανόμενη τάση τους μάρκετινγκ προς τη δημιουργία σχέσεων με τους blogger προέρχεται από την εικασία ότι οι blogger είναι καθοδηγητές γνώμης που χρησιμοποιούν τα ιστολόγια τους ως πλατφόρμα για να διαχέουν πληροφορίες στους καταναλωτές.

Τα κοινωνικά δίκτυα, στον πυρήνα τους, σχετίζονται με την οικοδόμηση σχέσεων, και το blogging θεωρείται ως μια νόμιμη μορφή των αυτών των μέσων ενημέρωσης. Μπορεί κανείς να υποστηρίξει ότι οι blogger μπορούν να συμμετέχουν στη δημιουργία και τη διατήρηση μιας μακροπρόθεσμης σχέσης μεταξύ των εμπορικών σημάτων και των καταναλωτών. Όλο και περισσότερο, τα εμπορικά σήματα αναγνωρίζουν την αντίληψη των καταναλωτών για τους blogger ως «συναδέλφων που χαίρουν εμπιστοσύνης», καθώς οι άνθρωποι τείνουν να έχουν περισσότερη εμπιστοσύνη σε

άλλους καταναλωτές ή τα μέλη του κοινού, απ' ό,τι στα παραδοσιακά μέσα όπως οι επιχειρήσεις, οι διαφημίσεις, οι έμποροι και άλλοι αξιωματούχοι (Intelliseek, 2005).

1.8 Θεωρία Χρήσεων και Ικανοποίησης (Uses and Gratifications Theory)

Ο McQuail (2010:423) ισχυρίζεται ότι το αναγνωστικό κοινό συχνά σχηματίζεται με βάση τις ομοιότητες στις ατομικές ανάγκες, τα ενδιαφέροντα και τις προτιμήσεις. Οι τυπικές «ανάγκες» περιλαμβάνουν πληροφορίες για ενημέρωση, ψυχαγωγία, συντροφικότητα, και ευκαιρίες για απόδραση από την καθημερινότητα. Οι μελετητές χρησιμοποιούν τη Θεωρία Χρήσεων και Ικανοποίησης (Uses and Gratifications Theory) για να διερευνήσουν γιατί οι άνθρωποι χρησιμοποιούν τα μέσα ενημέρωσης και τους λόγους για τους οποίους το κάνουν (McQuail, 2010:423). Αυτή η προσέγγιση θεωρεί το κοινό ως ενεργούς χρήστες των μέσων και όχι ως παθητικούς δέκτες των πληροφοριών, και κατά συνέπεια είναι πολύ σχετική για αυτήν την μελέτη δεδομένου ότι οι χρήστες των ιστολογίων πρέπει να συμμετέχουν ενεργά στην επιλογή των ιστολογίων της προτίμησής τους.

Σύμφωνα με τη Θεωρία Χρήσεων και Ικανοποίησης τα άτομα έχουν επίγνωση των δικών τους αναγκών και αναμένουν ότι οι ανάγκες αυτές θα πρέπει να πληρούνται από συγκεκριμένους τύπους των μέσων ενημέρωσης και του περιεχομένου τους (Katz et al, 1974). Επιπλέον, όπως τόνισε ο Ruggiero (2000), τα παραδοσιακά μοντέλα της Θεωρίας Χρήσεων και Ικανοποίησης παρέχουν ένα χρήσιμο πλαίσιο από το οποίο μπορεί κανείς να αρχίσει τη μελέτη της νέας μορφής επικοινωνίας των μέσων ενημέρωσης. Υποστηρίζει, επίσης, ότι η τη Θεωρία Χρήσεων και Ικανοποίησης έχει χρησιμοποιηθεί για όλα τα νέα μέσα, για να αξιολογήσει τα κίνητρα για τη χρήση τους.

Το Διαδίκτυο ως ένα νέο μέσο ενημέρωσης είναι διαφορετικό από τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης, διότι προσφέρει διαδραστικότητα, απομαζικοποίηση, και ασυγχρονικότητα (Ruggiero, 2000). Εντούτοις, τα ιστορικά αναπτυγμένα κίνητρα για τη χρήση των μέσων όπως η απόδραση από την καθημερινότητα (δηλαδή απόδραση από τις ρουτίνες ή συναισθηματική απελευθέρωση), η κοινωνική χρησιμότητα (δηλαδή να αποκτήσει κανείς πληροφορίες από τις συνομιλίες), η προσωπική ταυτότητα (δηλαδή η ενίσχυση των στάσεων, πεποιθήσεων, και των αξιών), και η παρατήρηση (δηλαδή, να μαθαίνει κανείς για την κοινότητα κάποιου, τις εκδηλώσεις, και τις

πολιτικές πεποιθήσεις) μπορεί ακόμα να χρησιμοποιηθεί για την αξιολόγηση των κινήτρων για τη νέα χρήση των μέσων ενημέρωσης. Επιπλέον, η Θεωρία Χρήσεων και Ικανοποίησης εστιάζει στο άτομο, και η δραστηριότητά του ατόμου αναλύεται με μια πληθώρα ψυχολογικών και κοινωνικών παραμέτρων.

1.9 Κίνητρα για τη χρήση των ιστολογίων

Μία από τις μελέτες που εξετάζουν τα κίνητρα για τη χρήση των ιστολογίων είναι μια περιγραφική, διερευνητική μελέτη που διεξήχθη από τον Kaye (2005). Σύμφωνα με τον Kaye (2005), τα ιστολόγια προσφέρουν στους χρήστες τους πληροφορίες και απόψεις που ικανοποιούν πολλές ανάγκες και η Θεωρία Χρήσεων και Ικανοποίησης, η οποία αποκαλύπτει με σαφή τρόπο τις ανάγκες που ικανοποιήθηκαν. Ο σκοπός της μελέτης ήταν να σχεδιάσει ένα προφίλ των χρηστών των ιστολογίων και να εξετάσει τους λόγους πρόσβασης σε αυτά. Αυτή η μελέτη εξέτασε επίσης εάν οι πολιτικές τοποθετήσεις, η πολιτική συμμετοχή, το πολιτικό και γενικό ενδιαφέρον για τις ειδήσεις, το διαδίκτυο και η εμπειρία blogging, η συμμετοχή στα ιστολόγια, και τα δημογραφικά χαρακτηριστικά προβλέπουν τα κίνητρα για την πρόσβαση των χρηστών στα ιστολόγια. Η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε ήταν ένα online ερωτηματολόγιο που διανεμήθηκε σε χρήστες ιστολογίων με την χρήση ενός δείγματος ευκολίας. Τα κίνητρα διαμορφώνονταν από 28 δηλώσεις που προέρχονταν από προηγούμενες μελέτες της Θεωρίας Χρήσης και Ικανοποίησης, με ορισμένες ερωτήσεις να προσαρμόζονται ειδικά για τα ιστολόγια. Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων ήταν άρρενες, λευκοί, με πτυχίο κολεγίου ή ανώτερες σπουδές, με μεγάλο ή πολύ μεγάλο ενδιαφέρον για τις γενικές ειδήσεις και τα τρέχοντα γεγονότα. Ο μέσος όρος ηλικίας ήταν 38,9 χρόνια.

Από την μελέτη προέκυψε ότι οι ερωτηθέντες της έρευνας είχαν κίνητρο να χρησιμοποιούν τα ιστολόγια σε μεγάλο βαθμό για τους εξής σκοπούς (Kaye, 2005):

1. **Αναζήτηση πληροφοριών και ανασκόπηση γεγονότων** – Ενεργός αναζήτηση πληροφοριών σχετικά με τα τρέχοντα θέματα. Οι αναγνώστες των ιστολογίων σε αυτή την κατηγορία ήταν νέα, ιδιαίτερα μορφωμένοι άτομα με υψηλό εισόδημα.

2. **Παρακολούθηση των πολιτικών εξελίξεων** – Παρακολούθηση της πολιτικής και των ενεργειών των πολιτικών. Οι αναγνώστες των ιστολογιών σε αυτή την κατηγορία ήταν άτομα μεγαλύτερα σε ηλικία που έγιναν σχετικά πρόσφατα χρήστες του Διαδικτύου και πέρασαν πολλές ώρες την εβδομάδα διαβάζοντας ιστολόγια που τους βοηθούσαν να παρακολουθήσουν τις πολιτικές εξελίξεις..
3. **Ευκολία** – Η χρήση των ιστολογιών είναι πιο βολική από τη χρήση των παραδοσιακών μέσων μαζικής ενημέρωσης ή άλλες διαδικτυακές πηγές (π.χ., πίνακες ανακοινώσεων ή chatrooms). Οι αναγνώστες των ιστολογιών σε αυτή την κατηγορία ήταν ηλικιωμένες γυναίκες που δεν είχαν χρησιμοποιήσει το διαδίκτυο για πολύ καιρό.
4. **Παρακολούθηση των κοινωνικών εξελίξεων** – Διερεύνηση σχετικά με τις απόψεις και τις γνώμες των άλλων για διάφορα θέματα και τρέχοντα γεγονότα. Ανακαλύφθηκε ότι οι μεγαλύτεροι σε ηλικία χρήστες του διαδικτύου ήταν πιθανότερο να χρησιμοποιούν τα ιστολόγια για κοινωνικούς λόγους. Οι χρήστες περιλάμβαναν νέες, λιγότερο μορφωμένες γυναίκες που χρησιμοποιούσαν τα ιστολόγια για να παρακολουθήσουν τις απόψεις των άλλων.
5. **Εκπλήρωση συναισθηματικών αναγκών** – Η συλλογή πληροφοριών για χρήση σε συνομιλίες με άλλους, και την εκπλήρωση των συναισθηματικών αναγκών όπως η ψυχαγωγία, ο ενθουσιασμός, η χαλάρωση, η συμμετοχή, κλπ. Οι χρήστες περιλάμβαναν νέες γυναίκες που ξόδευαν πολλές ώρες χρησιμοποιώντας τα ιστολόγια για να ενθουσιαστούν ή να ψυχαγωγηθούν.
6. **Έκφραση και διασύνδεση** – Έκφραση απόψεων και αλληλεπίδραση με άτομα τα οποία μοιράζονται τις ίδιες ιδέες. Η συμμετοχή σε ιστολόγια για την έκφραση και την διασύνδεση ήταν το ισχυρότερο κίνητρο για την ανάγνωση και συμμετοχή σε ένα ιστολόγιο. Επίσης, όλα τα δημογραφικά χαρακτηριστικά προέβλεπαν τη χρήση των ιστολογιών για τους λόγους αυτούς. Εντούτοις, οι νεότερες γυναίκες με χαμηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης και χαμηλότερα εισοδήματα ήταν πιθανότερο να συμμετέχουν σε ιστολόγια για την έκφραση και την διασύνδεση.

Σε μια περαιτέρω μελέτη ο Kaye (2007) προσπάθησε να διερευνήσει τους λόγους για την πρόσβαση στα ιστολόγια χωρίς προϋπάρχουσες κλίμακες. Αντ' αυτού, τέθηκαν ανοικτές ερωτήσεις και οι ερωτηθέντες μπορούσαν να δώσουν τις δικές τους

απαντήσεις. Κάθε συμμετέχων θα μπορούσε να δώσει μέχρι και τρεις διαφορετικούς λόγους για τη χρήση των ιστολογίων. Στη συνέχεια, οι απαντήσεις (π.χ., κίνητρα για τη χρήση των ιστολογίων), κωδικοποιήθηκαν και κατηγοριοποιήθηκαν σύμφωνα με τις λέξεις και φράσεις που χρησιμοποιήθηκαν από τους ερωτηθέντες κατά την περιγραφή των λόγων πρόσβασης στα ιστολόγια. Μια λίστα με τα κίνητρα αναπτύχθηκε από την ομαδοποίηση ομοειδών απαντήσεων μαζί με την επισήμανση κάθε ομαδοποίησης ως ένα κίνητρο. Στην έρευνα συμμετείχαν 3.747 άτομα, τα οποία συμπλήρωσαν ένα διαδικτυακό ερωτηματολόγιο, ενώ 2.397 άτομα απάντησαν στις ανοικτές ερωτήσεις που τους ζητούσαν τους λόγους για την πρόσβαση στα ιστολόγια. Πολλοί από αυτούς παρείχαν πολλαπλάσιους λόγους, κατά συνέπεια συγκεντρώθηκαν 4880 απαντήσεις που απέδωσαν 62 κίνητρα.

Με βάση τις απαντήσεις αναπτύχθηκαν δέκα κίνητρα (Kaye, 2007):

1. **Η παρουσίαση και τα χαρακτηριστικά του ιστολογίου** – Αυτό το κίνητρο σχετίζονταν με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά των ιστολογίων που κανένα άλλο μέσο δεν μπορούσε να εκπληρώσει. Τα παραδείγματα περιλαμβάνουν ότι οι αναγνώστες επέλεξαν τα ιστολόγια για να συγκεντρώσουν πληροφορίες σε βάθος, για γεγονότα που συμβαίνουν εκείνη τη στιγμή, για το σχολιασμό και την ανάλυση, για μη φιλτραρισμένες πληροφορίες και για να εντοπίσουν μια ιστορία μετά την πάροδο κάποιου χρόνου, καθώς επίσης και τη δυνατότητα να συνδεθούν με άλλες πηγές. Αυτό το κίνητρο δεν βρέθηκε στην προηγούμενη μελέτη του Kaye (2005).
2. **Προσωπική εκπλήρωση** – Ο ερευνητής ανακάλυψε ότι οι χρήστες των ιστολογίων τα βρίσκουν διασκεδαστικά, χαλαρωτικά και ενδιαφέροντα. Τα ιστολόγια προσέφεραν ευκαιρίες στους αναγνώστες να ξεφύγουν από την καθημερινότητα, την εργασία και την πλήξη, και ότι ήταν χιουμοριστικά.
3. **Έκφραση και διασύνδεση με άλλους blogger και χρήστες ιστολογίων** – Οι χρήστες των ιστολογίων απολαμβάνουν την διασύνδεση με άλλους αναγνώστες ιστολογίων και blogger. Οι χρήστες εκφράζουν τις απόψεις τους, διαβάζουν τις απόψεις των άλλων, ακολουθούν τις κοινωνικές τάσεις, κάνουν φίλους, αναπτύσσουν αίσθηση της κοινότητας, κινητοποιούνται για ένα σκοπό, δικτυώνονται, κρατούν επαφή με τους φίλους και τα μέλη της οικογένειάς τους που κάνουν blogging.

4. **Αναζήτηση πληροφοριών** – Οι χρήστες των ιστολογίων αναζητούν ένα ευρύ φάσμα πληροφοριών για την εργασία ή το σχολείο, για προσωπικούς λόγους, κλπ. Αυτό θεωρείται τελεολογική δραστηριότητα.
5. **Πνευματική και συναισθηματική εκπλήρωση**– Αυτό το κίνητρο σημαίνει ότι οι αναγνώστες των ιστολογίων θέλουν να μάθουν κάτι νέο, να συζητήσουν, να αξιολογήσουν τις ικανότητές τους στην κριτική σκέψη, θέλουν να μάθουν από τους εμπειρογνώμονες ή έλκονται για την καλή πένα. Τα ιστολόγια ικανοποιούν την ανάγκη για πνευματική διέγερση και τις αισθητικές ανάγκες.
6. **Τα αρνητικά συναισθήματα για τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης** – Οι ερωτηθέντες έλκονται από τα ιστολόγια επειδή θεωρούσαν τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης προκατειλημμένα, και δεν τα εμπιστεύονταν ή δεν τους άρεσαν. Πολλοί χρήστες των ιστολογίων τα θεωρούν μια εναλλακτική λύση ή συμπληρωματικά των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης. Τα ιστολόγια προσφέρουν ένα ευρύτερο φάσμα νέων και ειδήσεων που δεν είναι διαθέσιμα σε παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης.
7. **Καθοδήγηση/ αναζήτηση γνώμης** – Οι ερωτηθέντες επιλέγουν τα ιστολόγια για να λάβουν υποστήριξη και επικύρωση των γνώμών τους και για να τους βοηθήσουν να αποφασίσουν για σημαντικά θέματα.
8. **Άμεση, συγκεντρωτική ενημέρωση** – Οι χρήστες των ιστολογίων τα διαβάζουν επειδή μπορούν να έχουν γρήγορη πρόσβαση στις πληροφορίες, είναι εύχρηστα, και είναι λιγότερο ακριβά, από το να αγοράσει κανείς μια εφημερίδα, και πιστεύουν ότι οι πληροφορίες μπορούν να αντιγραφούν εύκολα και να αποθηκευτούν. Έτσι εξοικονομούν χρόνο, έχοντας όλα τα σημαντικά νέα της ημέρας συγκεντρωμένα σε ένα μέρος.
9. **Παρακολούθηση των πολιτικών εξελίξεων** – Τα ιστολόγια δίνουν στους χρήστες την ευκαιρία να παρακολουθούν τους πολιτικούς και να συμβαδίζουν με πολιτικές εξελίξεις, και να συνδέονται με συγκεκριμένες πολιτικές τάσεις. Οι χρήστες των ιστολογίων τα εμπιστεύονται επίσης γιατί αυτά συχνά αποκαλύπτουν τι κάνει πραγματικά μια κυβέρνηση.
10. **Γρήγορος έλεγχος** – Οι χρήστες των ιστολογίων τείνουν να εκπληρώσουν την ανάγκη τους να επαληθεύσουν τις ειδήσεις και να συγκρίνουν τις πληροφορίες που παρέχονται από διάφορες πηγές για να ελέγξουν την ακρίβεια των παραδοσιακών μέσων μαζικής ενημέρωσης..

Στην προηγούμενη μελέτη του Kaye (2005) ανακαλύφθηκαν έξι κίνητρα, αυτή η μελέτη (Kaye, 2007) πρόσθεσε τέσσερα ακόμα:

- (1) η παρουσίαση και τα χαρακτηριστικά του ιστολογίου,
- (2) πνευματική και συναισθηματική εκπλήρωση,
- (3) τα αρνητικά συναισθήματα για τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης, και
- (4) ο γρήγορος έλεγχος.

Αποκάλυψε επίσης ορισμένα χαρακτηριστικά των προηγούμενων κινήτρων που δεν είχαν βρεθεί πριν. Αυτά ήταν:

- (1) η ανάγκη για αμερόληπτες πληροφορίες,
- (2) η συγγένεια με ένα συγκεκριμένο blogger,
- (3) η συμμετοχή στο διάλογο μεταξύ blogger και αναγνωστών, και
- (4) η αρνητική στάση απέναντι στα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης.

Σε μια περαιτέρω έρευνα έγινε προσπάθεια να αναγνωριστούν οι χρήσεις και η κλίμακα ικανοποίησης για τα ιστολόγια (Kaye, 2010). Η μελέτη βασίστηκε σε μια έρευνα παρακολούθησης που διεξήχθη το 2007 για να διερευνήσει ποσοτικά τη χρήση των ιστολογίων. Εννέα κίνητρα προέκυψαν μετά από παραγοντική ανάλυση. Κατατάσσονται σύμφωνα με τη σημασία τους, ως ακολούθως (Kaye, 2010):

1. **Εύκολη αναζήτηση πληροφοριών**
2. **Τα αρνητικά συναισθήματα για τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης**
3. **Έκφραση και διασύνδεση**
4. **Καθοδήγηση και αναζήτηση γνώμης**
5. **Ατμόσφαιρα των ιστολογίων** – Οι χρήστες των ιστολογίων απολαμβάνουν τη γενική ατμόσφαιρα τους, δηλαδή τα καλογραμμένα κείμενα, το χιουμοριστικό περιεχόμενο και τα ενδιαφέροντα θέματα. Απολαμβάνουν τη διασύνδεση τους με άλλους blogger, και το διάβασμα εν γένει. Οι χρήστες απολαμβάνουν τα συγκεκριμένα οφέλη και τις ιδιότητες των ιστολογίων.
6. **Προσωπική εκπλήρωση**
7. **Πολιτική συζήτηση**
8. **Ποικιλία γνώμης** – Η δύναμη των ιστολογίων είναι η ανάλυση των γεγονότων και των ζητημάτων από μια προσωπική προοπτική και αυτό είναι που οι

χρήστες των ιστολογιών επιδιώκουν. Δεν θέλουν μόνο γεγονότα, θέλουν γνώμες.

9. **Ειδική έρευνα** – Ο παράγοντας αυτός περιλαμβάνει την αναζήτηση συγκεκριμένων πληροφοριών που στοιχειοθετούν την άποψη ενός ατόμου. Αυτή είναι μια δραστηριότητα με σκοπό.

Τα δημογραφικά στοιχεία των συμμετεχόντων συσχετίζονταν και με τα τρία κορυφαία κίνητρα. Οι αναγνώστες των ιστολογίων που τα διαβάζουν για να βρίσκουν εύκολα πληροφορίες είναι ανώτερου μορφωτικού επιπέδου και συνήθως γυναίκες. Εκείνοι που τα επιλέγουν γιατί έχουν αρνητικά συναισθήματα για τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης είναι μεγαλύτεροι σε ηλικία και συνήθως είναι άνδρες. Εκείνοι που τα επιλέγουν για να εκφραστούν και να κάνουν διασυνδέσεις είναι συνήθως γυναίκες χαμηλότερου εισοδήματος, μικρότεροι σε ηλικία και οι λιγότερο μορφωμένοι (Kaye, 2010).

1.10 Εταιρικά ιστολόγια

Το Διαδίκτυο προσφέρει νέους τρόπους για τους ανθρώπους να επικοινωνούν, με ένα ευρύ φάσμα δυνατοτήτων. Το Διαδίκτυο επέφερε επίσης αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρήσεις δημοσιοποιούν τα διαφημιστικά τους μηνύματα στους πελάτες τους, και πώς χτίζουν τις σχέσεις τους με αυτούς. Το Διαδίκτυο διευκόλυνε το άμεσο μάρκετινγκ με την προσφορά νέων ευκαιριών για να προσεγγιστούν οι πελάτες, ενώ τα κοινωνικά δίκτυα παρείχαν μια «αλλαγή του παραδείγματος, και από εκεί που οι εταιρείες και τα εμπορικά σήματα έλεγχαν τη ροή των πληροφοριών, ό έλεγχος πέρασε στους πελάτες» (Qualman, 2009). Οι καταναλωτές αλληλοεπιδρούν τώρα με την εταιρεία, τα μέσα ενημέρωσης και μεταξύ τους μέσω της κοινωνικής δικτύωσης και άλλων νέων μέσων (Winer, 2009). Επιπλέον, οι καταναλωτές στρέφονται μακριά από τα παραδοσιακά στοιχεία του μείγματος προώθησης. Ειδικότερα, μειώνουν την εξάρτησή τους από τη διαφήμιση ως πηγή πληροφοριών για να καθοδηγήσουν τη λήψη αποφάσεων κατά την διαδικασία αγοράς (Faulds, 2009). Εν τω μεταξύ, τα κοινωνικά δίκτυα φέρνουν τους ανθρώπους πιο κοντά, γύρω από κοινά συμφέροντα και αξίες δημιουργώντας νέες εικονικές κοινότητες (Rheingold, 1993), και διευκολύνουν τη «διαδραστική, χαμηλού κόστους επικοινωνία» (Palmer and Koenig-Lewis, 2009:165).

Σύμφωνα με τους Pullizi και Ritzie (2012), υπάρχουν 12 θεμελιώδεις λόγοι για τους οποίους οι εταιρείες θα πρέπει να επενδύσουν στα ιστολόγια, ή να λαμβάνουν τις τρέχουσες δραστηριότητες blogging τους στο επόμενο επίπεδο. Πολλές φορές αυτοί οι λόγοι χρησιμοποιούνται επίσης ως αφετηρία για να πείσουν τα στελέχη μιας επιχείρησης για να κάνουν μια επένδυση στο blogging. Αυτά οι λόγοι είναι οι εξής:

1. Τα εταιρικά ιστολόγια προσφέρουν μέσω του συστήματος διαχείρισης περιεχομένου (π.χ., κειμένων, εικόνων, βίντεο, κλπ.) έναν εύκολο τρόπο για την διαχείριση της πληροφόρησης από τις εταιρείες (Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου). Τα ιστολόγια απαιτούν περιορισμένη εκπαίδευση ή/και τεχνική δεξιότητα για χρήση, ενώ παρέχουν ευελιξία για την ενημέρωση ή την τροποποίηση του περιεχομένου τους γρήγορα. Επιπλέον τα ιστολόγια είναι ανέξοδα, καθώς δεν έχουν κόστος λειτουργίας.
2. Τα εταιρικά ιστολόγια είναι ιδιοκτησία της εταιρείας. Το περιεχόμενο των ιστολογίων ανήκει στην εταιρεία και μπορεί να ενσωματωθεί στην ιστοσελίδα της. Σε αντίθεση με άλλα τρίτα μέρη και κοινωνικά δίκτυα, μια εταιρεία δεν χρειάζεται να ανησυχεί για το αν θα εξαφανιστούν ή θα κλείσουν. Ένα εταιρικό ιστολόγιο μπορεί να είναι πιο χρήσιμο από μια ιστοσελίδα.
3. Τα εταιρικά ιστολόγια παρέχουν ένα επώνυμο πλαίσιο για το περιεχόμενο μιας εταιρείας. Ως μέρος της ιδιοκτησίας μιας επιχείρησης, τα εταιρικά ιστολόγια προσφέρουν ένα πλαίσιο επικοινωνίας, ένα μέσο που φέρει στοιχεία του εμπορικού της σήματος, μέσω της χρήσης στοιχείων του ιστολογίου που μπορούν να εξαχθούν με το περιεχόμενο. Κάποιος μπορεί να επεκτείνει το εμπορικό σήμα της επιχείρησης χωρίς να πληρώσει τρίτους.
4. Τα εταιρικά ιστολόγια ενσωματώνουν το εμπορικό σήμα μιας εταιρείας στο περιεχόμενό τους. Πέρα από το πλαίσιο του ιστολογίου που φέρει τα χαρακτηριστικά του εμπορικού σήματος, τα ιστολόγια δημιουργούν μια προσωπικότητα με μια μοναδική φωνή. Προσφέρουν διαφάνεια των επικοινωνιών και την ευκαιρία να συνομιλήσει κανείς με άλλους, που κάνει το εμπορικό σήμα και την εταιρεία να φαίνεται πιο ανθρώπινη. Κανείς πρέπει ωστόσο να είναι βέβαιος ότι θα αποφύγει το περιεχόμενο που είναι εμφανώς προωθητικό, και να εξασφαλίσει ότι η προσωπικότητα του ιστολογίου της επιχείρησης, ενσωματώνει στοιχεία της προσωπικότητας του εμπορικού σήματος και σε άλλες πλατφόρμες των κοινωνικών δικτύων.

5. Τα εταιρικά ιστολόγια βελτιστοποιούν την αναζήτηση. Μέσα από πλούσιο λεξιλόγιο, αρχιτεκτονική και πολλαπλή σύνδεση με άλλο περιεχόμενο στο διαδίκτυο, τα ιστολόγια υποστηρίζουν προσπάθειες βελτιστοποίησης της αναζήτησης.
6. Τα εταιρικά ιστολόγια είναι μια πλατφόρμα επικοινωνίας για 24 ώρες της ημέρας και τις 7 ημέρες της εβδομάδας. Με αυξημένη ανάγκη για επικοινωνίες σε πραγματικό χρόνο, τα ιστολόγια είναι ένα εξαιρετικό μέρος για να δημοσιεύσει κανείς γρήγορα ευνοϊκό περιεχόμενο για το εμπορικό σήμα της εταιρείας ή να ανταποκριθεί σε εξελισσόμενα ζητήματα. Το plug-in λογισμικό μπορεί να αυτοματοποιήσει το συντακτικό ημερολόγιο μιας εταιρείας.
7. Τα εταιρικά ιστολόγια υποστηρίζουν μια σειρά από μορφές πολυμέσων. Για τη διανομή πληροφοριών που συνοδεύονται από το εμπορικό σήμα, τα ιστολόγια απλοποιούν την αποστολή και διαχείριση κειμένου, φωτογραφιών, γραφικών, βίντεο, ήχου, παρουσιάσεων και PDF. Κατά τη δημιουργία περιεχομένου χωρίς σύνδεση και εκδηλώσεις, κάποιος πρέπει να εξετάσει τι είδους online περιεχόμενο μπορεί να συμπεριληφθεί στο ιστολόγιο της εταιρείας.
8. Τα εταιρικά ιστολόγια διευκολύνουν τη διανομή περιεχομένου μέσω πολλαπλών καναλιών. Τα ιστολόγια μπορούν να επεκτείνουν την παράδοση μηνυμάτων μιας εταιρείας μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και τροφοδοσιών RSS χωρίς επιπλέον κόστος. Οι θέσεις των ιστολογίων μπορούν επίσης να συμπεριληφθούν αυτόματα στο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο.
9. Τα εταιρικά ιστολόγια προσφέρουν περιεχόμενο για τις κοινωνικές αλληλεπιδράσεις μιας επιχείρησης. Το περιεχόμενο των ιστολογίων αποτελεί μέσον για την κοινωνική συμμετοχή σε πλατφόρμες όπως το Twitter και το Facebook.
10. Τα εταιρικά ιστολόγια παρέχουν μια ιστοσελίδα στην οποία μπορούν να απευθυνθούν οι πελάτες μιας εταιρείας. Με ένα URL ή κώδικα QR μπορεί κανείς να κατευθύνει τους πελάτες και το κοινό στο ιστολόγιο της εταιρείας από άλλα συστήματα διαχείρισης περιεχομένου και πληροφοριών. Αυτό δίνει σε μια εταιρεία τον τρόπο να συνδέσει τα διάφορα στοιχεία από όλες τις πλατφόρμες.
11. Τα εταιρικά ιστολόγια είναι αρκετά ευέλικτα για να υποστηρίξουν ποικίλες πρωτοβουλίες. Τα ιστολόγια μπορούν να βοηθήσουν τις εταιρείες να επιτύχουν μια ποικιλία εταιρικών στόχων, όπως η παροχή περιεχομένου που σχετίζεται με το προϊόν, η απάντηση σε ερωτήσεις πελατών, η προσέλκυση νέων προοπτικών και η καταχώριση σε μια πλατφόρμα.

12. Τα εταιρικά ιστολόγια παρέχουν μετρήσεις που μπορεί κανείς να χρησιμοποιήσει για να παρακολουθήσει το σύστημα διαχείρισης περιεχομένου και πως αυτό επιτυγχάνει του επιχειρηματικούς στόχους. Όπως και με κάθε επιχειρηματική στρατηγική, είναι κρίσιμης σημασίας για την παρακολούθηση της προόδου. Υπάρχει μια ποικιλία μετρήσεων για την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας του ιστολογίου μιας εταιρείας.

Συνοψίζοντας, η τοποθέτηση ενός εταιρικού ιστολογίου στο επίκεντρο της στρατηγικής μάρκετινγκ μιας εταιρείας είναι μια καλή ιδέα. Παρέχει ένα επώνυμο περιβάλλον που είναι βέλτιστο για το περιεχόμενο μιας εταιρείας και ευθυγραμμίζεται με τους εταιρικούς της στόχους. Ιδιαίτερα σημαντική είναι η ευελιξία που παρέχουν τα ιστολόγια και η ικανότητά τους να ενσωματωθούν στην στρατηγική της εταιρείας για τα κοινωνικά δίκτυα.

Σύμφωνα με τον Singh και τους συνεργάτες του (2008) το blogging για μια επιχείρηση και τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της μπορεί να αποτελέσει αναπόσπαστο μέρος της μακροπρόθεσμης ολοκληρωμένης στρατηγικής επικοινωνίας μάρκετινγκ για την εταιρεία. Οι συγγραφείς αναφέρουν τέσσερις σημαντικούς λόγους γιατί οι εταιρείες πρέπει να συμπεριλάβουν τα ιστολόγια στη στρατηγική επικοινωνίας και μάρκετινγκ, που είναι οι εξής: (1) διαστρωμάτωση του κοινού, (2) αφοσίωση σε ένα εμπορικό σήμα, (3) έρευνα αγοράς, και (4) η σχετική τους ευκολία και αποτελεσματικότητα.

1.11 Αξιοπιστία των ιστολογίων

Αρκετές μελέτες έχουν διεξαχθεί για να διερευνηθούν πώς οι αναγνώστες των ιστολογίων αντιλαμβάνονται την αξιοπιστία τους. Σε μια μελέτη από τον Johnson και τους συνεργάτες του (2004) ανακαλύφθηκε ότι οι χρήστες των ιστολογίων έκριναν τα ιστολόγια ως ιδιαίτερα αξιόπιστα – πιο αξιόπιστα από τις παραδοσιακές πηγές, οι οποίες εκτιμήθηκαν ως μετρίως αξιόπιστες. Σε μια μεταγενέστερη μελέτη από τον Johnson και τους συνεργάτες του (2008), όπου αναλύθηκε η αντίληψη που είχαν οι αναγνώστες ιστολογίων πολιτικού ενδιαφέροντος από τις ΗΠΑ, ανακαλύφθηκε ότι τα ιστολόγια κρίθηκαν ως μέτρια αξιόπιστα, αλλά ως πιο αξιόπιστα από οποιαδήποτε παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης ή διαδικτυακές πηγές. Επιπλέον, το κίνητρο αναζήτησης πληροφοριών αποτελούσε παράγοντα πρόβλεψης της αξιοπιστίας, καλύτερα και από τον παράγοντα της ψυχαγωγίας.

Περαιτέρω, σε μια μελέτη που πραγματοποιήθηκε στο Ηνωμένο Βασίλειο, και αναπαράχθει στη Μαλαισία, εξετάστηκε ο αντίκτυπος της ανωνυμίας των ιστολογιστών (Chesney et al., 2010). Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι δεν υπήρχε καμία διαφορά στην αξιοπιστία των ίδιων των ιστολογίων. Ωστόσο, ένας συγγραφέας με ένα καλά παρουσιασμένο ιστολόγιο θεωρήθηκε ως πιο αξιόπιστος από ένα το συγγραφέα που το ιστολόγιο του δεν είχε καλή παρουσίαση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2:

ΙΣΤΟΛΟΓΙΑ ΣΤΟ ΧΩΡΟ ΤΗΣ ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗΣ ΥΓΕΙΑΣ

2.1 Ιστολόγια στο χώρο της συμβουλευτικής υγείας

Τα ιστολόγια στο χώρο της συμβουλευτικής υγείας και ιατρικής είναι εξειδικευμένα ιστολόγια που καλύπτουν θέματα, εκδηλώσεις και/ή σχετικό περιεχόμενο της βιομηχανίας υγείας και της ιατρικής (Lulic & Brumini, 2008). Τα ιστολόγια συμβουλευτικής υγείας διαφέρουν πολύ από αυτά άλλων κλάδων του χώρου, αν και εστιάζουν, σε γενικές γραμμές, σε θέματα σχετικά με την υγεία και την ιατρική. Ένα ιστολόγιο για την συμβουλευτική υγεία μπορεί να καλύψει διάφορες απορίες ή ανησυχίες που έχει ένα άτομο, και σχετίζονται με την υγεία, όπως τη διατροφή, την ευεξία, την υγιεινή, τον έλεγχο του βάρους, τις ασθένειες, τη διαχείριση των ασθενειών, τις κοινωνικές τάσεις που επηρεάζουν την υγεία, τις αναλύσεις για την υγεία, τις επιχειρήσεις της υγείας, την έρευνα για την υγεία, κ.α. Δρα ως πλατφόρμα εκπαίδευσης για την υγεία, όπου διαφορετικοί χρήστες συνεργάζονται για να αναζητήσουν ή/και να συνεισφέρουν περιεχόμενο σχετιζόμενο με την υγεία, στο πλαίσιο των πρότυπων κατευθυντήριων γραμμών. Το περιεχόμενο των ιστολογίων από την άλλη πλευρά ποικίλλει, και υπάρχουν ιστολόγια που καλύπτουν συγκεκριμένες ασθένειες, φάρμακα, πολιτικές υγείας, την έρευνα για την υγεία, και τη διατροφή (Nejdl, 2009).

Οι χρήστες των ιστολογίων μπορούν να ταξινομηθούν σε γενικές γραμμές σε συγγραφείς και αναγνώστες. Αν και μπορεί να έχουν ξεκινήσει να γράφουν τα ιστολόγια για διάφορους λόγους, οι συντάκτες χαρακτηρίζονται από το ενδιαφέρον και τους στόχους που είχαν αρχικά (McKenzie, 2008). Συνήθως, ο συντάκτης είναι και ο ιδιοκτήτης του ιστολογίου, και είναι υπεύθυνος για την ενημέρωση του. Ο συντάκτης καθορίζει τον τόνο, τη γλώσσα, τη συχνότητα των καταχωρίσεων, το ύφος της γραφής και άλλους παράγοντες που καθορίζουν τη συνολική αίσθηση και την εμφάνιση του ιστολογίου (McKenzie, 2008). Οι συντάκτες των ιστολογίων στο χώρο της συμβουλευτικής συγγραφείς ποικίλλουν και περιλαμβάνουν γιατρούς, νοσηλευτές, φοιτητές ιατρικής, ασθενείς, μέλη οικογένειας των ασθενών, δικηγόρους, δημοσιογράφους, και άλλους που είναι λάτρεις της υγείας.

Οι αναγνώστες περιλαμβάνουν γενικά όλους εκείνους που αφιερώνουν χρόνο να διαβάσουν το περιεχόμενο που αναρτάται στα ιστολόγια, είτε ως τακτικοί αναγνώστες

είτε τυχαία. Περιλαμβάνουν άλλους επαγγελματίες, ασθενείς και ενδιαφερόμενα άτομα. Οι αναγνώστες αποτελούν το κοινό του ιστολογίου αλλά μπορεί να αποτελούν και τους συντάκτες του. Άμεσα ή έμμεσα συμβάλλουν μέσω σχολιασμών, ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και άλλες τεχνικές ανάδρασης. Οι αναγνώστες είναι υπεύθυνοι για την περαιτέρω διάδοση των πληροφοριών για την υγεία με την ανταλλαγή μέσω των κοινωνικών τους κύκλων (Liu, Liao&Zeng, 2007).

Αν και δεν είναι απαραίτητο, ένα ιστολόγιο για την υγεία μπορεί να είναι διαδραστικό, με συμμετοχή και συνεργασία των χρηστών στη δημιουργία του περιεχομένου (Boulos, Maramba&Wheeler, 2006). Ένα ιστολόγιο για την υγεία μπορεί να αυξηθεί σε μέγεθος και να λειτουργήσει ως μια διαδικτυακή κοινότητα (Herring et al., 2004). Τα ιστολόγια στο χώρο της υγείας μπορούν να ταξινομηθούν σε γενικές γραμμές είτε ως ένα προσωπικού τύπου περιοδικό είτε ως ένας διαδικτυακός τόπος πληροφοριών. Υπάρχει ένα ευρύ φάσμα υπό-ιστολογίων στο χώρο της υγείας που περιλαμβάνουν τόσο δημοσιογραφική όσο και κατατοπιστική προσέγγιση (Rodrigues, 2000). Συνήθως, τα ιστολόγια υγείας επικεντρώνονται σε ένα θέμα, αλλά δεν είναι ασυνήθιστο για αυτά να καλύπτουν δύο ή περισσότερα (Miller&Pole, 2010).

Το περιεχόμενο των blogs μπορεί να χαρακτηρίζεται είτε ως κυρίως πληροφοριακό είτε κυρίως συναισθηματικό. Αυτό σημαίνει ότι το μεν πληροφοριακό στοχεύει στην ενημέρωση του κοινού, ενώ το συναισθηματικό αναφέρεται στα συναισθήματα (π.χ., χαρά, φόβο, ανασφάλεια, κλπ.) που μπορεί να γεννήσει η φροντίδα ενός νεογνού. Το πληροφοριακό περιεχόμενο χρησιμοποιεί εκτενώς την ιατρική ορολογία, ενώ το συναισθηματικό περιεχόμενο χρησιμοποιεί πληθώρα επιθέτων (Nejdl, 2009). Σύμφωνα με τον Nejdl (2009) μπορούν να εντοπισθούν τρεις κύριες ομάδες ιστολογιστών: γιατροί, ασθενείς και οι συγγενείς τους, και νοσηλευτές. Έχει παρατηρηθεί ότι οι γιατροί έχουν την τάση να επικεντρώνονται σε ασθένειες, οι ασθενείς εστιάζουν κυρίως στην φαρμακευτική αγωγή, και οι νοσηλευτές επικεντρώνονται στην καθημερινή ζωή και τις εμπειρίες τους (Nejdl, 2009). Τα ιστολόγια που γράφτηκαν από τους παθολόγους μπορεί να είναι για μια συγκεκριμένη ασθένεια, μία διαδικασία, ή την πολιτική υγείας, ή τι μπορούν να αντιμετωπίσουν στις καθημερινές εμπειρίες ή την επαγγελματική επικοινωνία τους με ασθενείς. Ορισμένοι blogger είναι ανώνυμοι ή γράφουν με ψευδώνυμα, ωστόσο ακόμη και για εκείνους που δημοσιοποιούν τα στοιχεία τους, είναι συνήθως αδύνατο να ελέγξει κανείς τα διαπιστευτήρια και την

ταυτότητά τους με βεβαιότητα. Το γεγονός αυτό και η εύκολη προσβασιμότητα στα ιστολόγια γεννά ερωτήματα ως προς εγκυρότητα και τη συνάφεια των πληροφοριών τους. Οι συγγραφείς δεν αναφέρουν πάντα την πηγή των πληροφοριών που περιλαμβάνουν στα ιστολόγια τους, και δεν παραπέμπουν πάντα σε ιατρικά περιοδικά ή επιστημονικές έρευνες. Οι συγγραφείς των ιστολογίων υγείας που παραπέμπουν σε επιστημονικά άρθρα ή βιβλία τείνουν να αντικατοπτρίζουν τις συμβάσεις της επιστημονικής συγγραφής (Lulic & Brumini, 2008). Μερικά ιστολόγια (π.χ. το Intensive5) έχουν περισσότερους συνεισφέροντες, που περιλαμβάνουν συντάκτες, αρθρογράφους ή συμβούλους. Αυτά συνδέονται συχνά με τα επίσημα θεσμικά όργανα, έτσι τείνουν να είναι πιο αξιόπιστα.

Τα προσωπικά ιστολόγια, με τη μορφή ημερολογίου τείνουν να έχουν πιο προσωπική γραφή. Όπως αναφέρει ο Plutchak (2005), παίρνει λιγότερο χρόνο για να γράψει κανείς ένα άρθρο για ένα ιστολόγιο από άλλα είδη κειμένων. Παρατήρησε ότι ακόμη και ο χρόνος που δαπανάται για τις αναθεωρήσεις, είναι πολύ λιγότερος από αυτόν που χρειάζεται η επιστημονική αξιολόγηση ενός επιστημονικού άρθρου. Η συγγραφή άρθρων ή επιστημονικών εργασιών, κατά τη γνώμη του, δεν είναι μια απλή αναφορά των σκέψεων και των ιδεών κάποιου, αλλά μια εξερεύνηση, μια διαπίστωση αυτού που σκέφτεται κανείς για ένα συγκεκριμένο θέμα. Ωστόσο, ένα από τα πλεονεκτήματα αυτού του τύπου διαδικτυακής δημοσίευσης είναι η άμεση διάδοση πληροφοριών, γνώσεων, απόψεων και ιδεών σε συναδελφικό επίπεδο. Οι συζητήσεις μέσω ιστολογίων, Twitter, και μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου είναι μια πολύ γρήγορη, εύκολη και άμεση μέθοδος ανταλλαγής απόψεων από ό, τι η ανάγνωση περιοδικών και εφημερίδων (Chatterjee&Biswas, 2001). Ένας πιθανός λόγος για αυτό είναι η ανεπίσημη ιδιότητα των ιστολογίων, η οποία μπορεί επίσης να είναι ένα μειονέκτημα.

Τα ιστολόγια που έχουν γραφτεί από ασθενείς τείνουν να είναι μεγαλύτερα σε μέγεθος από εκείνα των νοσηλευτών και των ιατρών. Οι νοσηλευτές τείνουν να χρησιμοποιούν περισσότερα επίθετα και καθημερινή γλώσσα. Οι ασθενείς έχουν την τάση να αποφεύγουν τα ονόματα των ασθενειών τους» (π.χ. το θηρίο αντί της «ημικρανίας») ή να χρησιμοποιούν μόνο συντομογραφίες (π.χ. τύπου 2 αντί του διαβήτη τύπου 2)» (Denecke&Nejdl, 2009). «Συντομογραφίες (π.χ. ΧΛΛ για χρόνια λεμφοκυτταρική λευχαιμία), απαριθμήσεις, και παραπομπές σε συνομιλίες, καθώς και ο κοινός λόγος,

οι ιατρικοί όροι, και οι γνώμες χρησιμοποιούνται συχνά σε ιατρικά ιστολόγια» (Downe και Nejdil, 2009). Η μορφή των ιατρικών ιστολογίων φαίνεται να ενθαρρύνει ένα πιο ομιλητικό ύφος και μπορεί μερικές φορές ακόμη και να οδηγήσει σε απευθείας σύνδεση με πίνακες συζητήσεων. Οι προτάσεις τείνουν να είναι συντακτικά πιο απλές και σωστές. Η γλώσσα και το πεδίο εφαρμογής της ιατρικής ορολογίας που χρησιμοποιείται, ωστόσο, διαφέρουν σημαντικά ανάλογα με το στόχο ή το αναμενόμενο ακροατήριο.

2.2 Επιπτώσεις των ιστολογίων στο χώρο της συμβουλευτικής υγείας

Ο κλάδος της υγειονομικής περίθαλψης αποτελείται από παρόχους υγείας σε διάφορους τομείς που περιλαμβάνουν την ιατρική, την οδοντιατρική, την νοσηλευτική, και την συμβουλευτική υγείας, το βοηθητικό προσωπικό και τους ποικίλους επαγγελματίες υγείας. Υπάρχει πιθανότητα ένα ιστολόγιο υγείας που εστιάζει σε αυτού του τύπου πληροφορίες για κάθε ένα από αυτά τα πεδία. Τα ιστολόγια στο χώρο της υγείας προσφέρουν μια πλατφόρμα στους ενδιαφερόμενους μέσω της οποίας μπορούν να διοχετεύσουν πληροφορίες για τις εξελίξεις στο χώρο της υγείας, τα ευρήματα και συμπεράσματα για τις έρευνες που διενεργούνται ή έχουν ολοκληρωθεί, και/ή τη γνώμη τους (Blood, 2002). Κάθε άτομο από αυτές τις ομάδες έχει έναν διαφορετικό τρόπο στη λήψη, την ανάλυση και τη διάδοση των πληροφοριών, έτσι μπορεί να πει κανείς ότι η προώθηση της υγείας έχει διαφοροποιηθεί και ενισχυθεί μέσω των προσωπικών ιστολογίων και των ιστοσελίδων (Rains, 2007).

Τα ιστολόγια στο χώρο της υγείας έχουν μεταμορφώσει τον τρόπο που παρέχονται, αναλύονται, παρουσιάζονται και χρησιμοποιούνται οι πληροφορίες στο χώρο της υγείας. Το blogging έχει βελτιώσει τη διαδικασία επικοινωνίας, και το πώς το ευρύ κοινό λαμβάνει κατανοεί και αντιδρά στις πληροφορίες για την υγεία. Τα ιστολόγια προσφέρουν σε στοχευμένους χρήστες τη δυνατότητα για εύκολη πρόσβαση σε πληροφορίες, σε πραγματικό χρόνο και την καταγραφή των αντιδράσεων των αναγνωστών μέσω σχολίων, μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και άλλα. Οι αναγνώστες επηρεάζουν, επικρίνουν, συμβουλεύουν, πωλούν και προωθούν τις γνώσεις τους και τις συναφείς ανησυχίες τους για την υγεία. Είναι πιθανό ότι τα

ιστολόγια στο χώρο της υγείας θα έχουν σημαντική μακροπρόθεσμη επιρροή στη βιομηχανία, καθώς ο αριθμός τους συνεχίζει να αυξάνεται (Rains, 2007).

2.2.1 Επίδραση στους αναγνώστες

Τα ιστολόγια στο χώρο της υγείας προσφέρουν στους αναγνώστες μια πλατφόρμα για να αντλήσουν απαντήσεις, γνώσεις, γνώμες υποστήριξη και/ ή καθοδήγηση, ενώ διαχειρίζονται την εμπειρία τους. Τα ιστολόγια έχουν φέρει τους χρήστες παρόμοιου ενδιαφέροντος πιο κοντά στην εξεύρεση των πληροφοριών για την υγεία που επιδιώκουν. Όταν ένα ιστολόγιο για την υγεία είναι αντικειμενικό, και ειδικεύεται σε μια κατηγορία ενδιαφέροντος, όπως η διατροφή ή ο έλεγχος του βάρους, προσελκύει τους αναγνώστες παρόμοιων ανησυχιών, όπως αυτούς που επιδιώκουν καθοδήγηση, απαντήσεις και άλλα τέτοια, και τους επιτρέπει να συμμετάσχουν στην εκπλήρωση των μεμονωμένων στόχων τους και εκείνες του ιστολογίου (Rains, 2007).

Σε αντίθεση με τα περιοδικά και τις τηλεοπτικές εκπομπές που εστιάζουν στην υγεία, τα ιστολόγια παρόμοιου ενδιαφέροντος είναι σε θέση να ενημερώνονται συχνότερα, διατηρώντας τους ενδιαφερόμενους πιο ενήμερους για τις νέες και πιο επίκαιρες εξελίξεις που σχετίζονται με την υγεία. Το περιεχόμενο που δημοσιεύουν είναι επίσης πολύ πιο απρόσωπο και πιο εύκολο στην πρόσβαση (Kalichman et al., 2002). Τα ιστολόγια στο χώρο της υγείας παρέχουν από πρώτο χέρι πληροφορίες, καθώς και πληροφορίες με βάση περιστατικά από την πραγματική ζωή, όπως ο καρκίνος ή η διαχείριση της απώλειας βάρους, που παρέχεται από άλλους χρήστες που έχουν αντιμετωπίσει παρόμοιες δυσάρεστες καταστάσεις (Boulos, Maged&Wheeler, 2007). Όταν αυτό το περιεχόμενο θεωρείται αξιόπιστο, προσελκύει περισσότερους αναγνώστες.

Ανάλογα με το θέμα που ειδικεύεται ένα ιστολόγιο, χρησιμεύει ως μια πλατφόρμα εκπαίδευσης για την υγεία, και την προώθηση της παιδείας για την υγεία στους χρήστες του. Οι αναγνώστες αποκτούν γνώση, διορατικότητα, καθοδήγηση και συστάσεις από τα ιστολόγια για την υγεία. Καθώς οι άνθρωποι μπορούν να μοιραστούν το περιεχόμενο με άλλα μέλη της κοινότητας, τα ιστολόγια για την υγεία προωθούν την υγεία μιας κοινότητας. Οι άνθρωποι παραπέμπουν άλλους στα ιστολόγια που θεωρούν χρήσιμα και σύμφωνα με τις ανησυχίες τους (Boulos, Maged&Wheeler, 2007).

Τα ιστολόγια επιτρέπουν στους απλούς ανθρώπους να συμμετάσχουν στην ευρύτερη βιομηχανία υγείας. Οι αναγνώστες μοιράζονται την οπτική τους, τις εμπειρίες τους ή απλά τις παθητικές τους σκέψεις σχετικά με το δημοσιεύεται στο ιστολόγιο (Cui, Wand&Xu, 2010). Συνήθως τα ιστολόγια δημιουργούνται από άτομα που εκφράζουν τις εμπειρίες τους, τη γνώμη τους ή/και άλλα προσωπικά ενδιαφέροντα. Οι αναγνώστες προσφέρουν την αντίδρασή τους στις πληροφορίες που αναρτώνται στα ιστολόγια υγείας, άμεσα ή έμμεσα, επηρεάζοντας το μέλλον της βιομηχανίας υγείας.

2.2.2 Επίδραση στους συγγραφείς

Τα ιστολόγια δημιουργούνται για διάφορους στόχους, οι οποίοι συχνά ορίζονται από τους συντάκτες τους, οι οποίοι συχνά είναι και οι ιδιοκτήτες τους (Liu, Liao&Zeng, 2007). Ένας συντάκτης θα μπορούσε να είναι ένα άτομο ή μια οργάνωση και αναμένεται να ενημερώνει τακτικά ένα ιστολόγιο. Το περιεχόμενο που δημοσιεύεται στο ιστολόγιο μπορεί να στοχεύει στο να επηρεάσει, να επικρίνει, να ενημερώσει, να πείσει ή να έχει οποιαδήποτε άλλη πρόθεση επικοινωνίας. Σε αντίθεση με τα παραδοσιακά περιοδικά και τις εφημερίδες, τα οποία είναι περιορισμένα σε ό, τι γράφουν, τα ιστολόγια επιτρέπουν στους συντάκτες τους να γράψουν οτιδήποτε επιθυμούν, επιτρέποντας τους να έχουν ένα πιο ευρύ φάσμα εστιασμένων ανησυχιών για την υγεία. Τα ιστολόγια υγείας επιτρέπουν στους συντάκτες να δημοσιεύσουν περιεχόμενο που συμβάλλει με γενικής φύσης πληροφορίες. Οι συντάκτες προσθέτουν στην έρευνά τους, τη γνώμη τους και αυξάνουν τον πλούτο των πληροφοριών για την υγεία. Οι πληροφορίες αυτές θα μπορούσαν να βασίζονται σε πραγματικές εμπειρίες, όπου ο συγγραφέας θέλει μια πλατφόρμα για να επικοινωνήσει με άλλους που έχουν παρόμοιες ανησυχίες. Δίνουν, επίσης, στους συγγραφείς, ειδικά των προσωπικών ιστολογίων για την υγεία, μια πλατφόρμα για να εκφράσουν τις προσωπικές τους εμπειρίες, να μοιραστούν και να βοηθήσουν τους άλλους με μια απαρίθμηση των εμπειριών τους για την υγεία.

Άλλα ιστολόγια για την υγεία, όπως αυτά που συνδέονται με οργανώσεις ή κυβερνήσεις, παρέχουν πληροφορίες στον κόσμο σχετικά με προϊόντα, υπηρεσίες, πολιτικές, ανακαλύψεις και παρόμοια θέματα (Waters, 2007). Το ιστολόγιο λειτουργούν ως σημείο επαφής με το ευρύ κοινό, επικοινωνούν για διάφορα θέματα,

όπως για την εμπορία ναρκωτικών, ή/και τη γνώμη του συγγραφέα (Waters, 2007). Οι συγγραφείς επωφελούνται από την άμεση εξάπλωση του περιεχομένου που δημοσιεύεται στο πλαίσιο των χρηστών-στόχων τους. Τα ιστολόγια στο χώρο της υγείας έχουν καταστήσει ευκολότερο για τους συνεισφέροντες φορείς να μεταφέρουν τις απαραίτητες πληροφορίες στο κοινό που στοχεύουν.

Τα ιστολόγια στο χώρο της υγείας έχουν επιτρέψει την βελτίωση της διάχυσης των πληροφοριών στο χώρο της υγειονομικής περίθαλψης (Scott, 2010). Ένας συντάκτης, ένα μεμονωμένο άτομο ή μια οργάνωση, μπορούν να λειτουργήσουν ένα ιστολόγιο στο χώρο της υγείας ως ηλεκτρονική επιχείρηση (Eisingerich&Kretschmer, 2008). Ένας συντάκτης, μπορεί επίσης να το πράξει, προωθώντας προϊόντα και υπηρεσίες για οικονομικό όφελος. Οι διαφημίσεις, είτε σχετίζονται με το περιεχόμενο που δημοσιεύεται είτε όχι, μπορούν να αποτελέσουν μια πηγή εισοδήματος για τον συγγραφέα/διαχειριστή (Dofman&Wallack, 1993).

Όταν τα ιστολόγια στο χώρο της υγείας ανήκουν ή λειτουργούν από έναν επιχειρηματικό οργανισμό, ενεργούν ως βιτρίνα που κατευθύνει τους χρήστες στις κύριες ή βοηθητικές σελίδες πωλήσεων μιας επιχείρησης (Thorbjørnsen et al., 2002). Είναι γνωστό, ότι πολλές επιχειρήσεις στο χώρο της υγείας δημιουργούν ένα ιστολόγιο για να ενισχύσουν το προϊόν τους ή/και να προωθήσουν τις υπηρεσίες τους. Ένας μεμονωμένος συντάκτης μπορεί επίσης να το πράξει, προωθώντας τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που έχει εκείνος φτιάξει ή οι συνάδελφοι του. Μερικά ιστολόγια στο χώρο της υγείας μπορούν να αποτελούν ιστολόγια αγορών, δεδομένου ότι πωλούν άμεσα το περιεχόμενο υγείας, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες στις οποίες αναφέρονται.

2.3 Συγγραφή ιστολογίων στο χώρο της συμβουλευτικής υγείας

Οι άνθρωποι που αποφασίζουν να γράψουν ένα ιατρικό ιστολόγιο θα πρέπει να δώσουν προσοχή στο είδος των πληροφοριών που παρέχουν, στην προσβασιμότητα και στην αναγνωσιμότητα του ιστολογίου, και στη γλώσσα που χρησιμοποιείται. Δεδομένου ότι τα ιστολόγια είναι μια προσωπική άποψη για οποιοδήποτε θέμα, κοντά στα ενδιαφέροντα των συγγραφέων, αναμφίβολα απεικονίζουν τις απόψεις, τις γνώμες και τις συμπεριφορές τους. Τα ιστολόγια στο χώρο της υγείας, ωστόσο, παρέχουν συνήθως στους αναγνώστες πληροφορίες σχετικές με πραγματικά περιστατικά και θα πρέπει, ως

εκ τούτου, να είναι πιο αντικειμενικές. Η αξιοπιστία των πληροφοριών επιτυγχάνεται με την αναφορά των πηγών, είτε με την απλή αναφορά τους, είτε με την εισαγωγή ενός υπερσυνδέσμου σε μια έρευνα/ένα άρθρο. Ένας άλλος τρόπος για να επιτευχθεί η αξιοπιστία είναι οι συγγραφείς να εμφανίζουν με σαφήνεια τα διαπιστευτήριά τους, να σέβονται την εμπιστευτικότητα των προσωπικών δεδομένων του ασθενούς και να αποκαλύπτουν τυχόν συγκρούσεις συμφερόντων (Mijomanovic&Kandijas, 2015).

Οι αναρτήσεις στα ιστολόγια, όπως αναφέρθηκε πριν, εμφανίζονται με χρονολογική σειρά, έτσι οι συγγραφείς θα πρέπει να προσπαθήσουν να κάνουν τα ιστολόγια πιο οργανωμένα, προκειμένου να καταστεί ευκολότερη η πλοήγηση μέσω του ιστοτόπου. Αυτό θα μπορούσε να επιτευχθεί είτε με την οργάνωση του ιστολογίου τοπικά (με την προσθήκη διαφορετικών τμημάτων: ιατρός, ασθενής, πολιτική υγείας, συμβουλές υγείας, ήχος, βίντεο κλπ.) ή με την προσθήκη «ετικετών» που χρησιμεύουν ως λέξεις-κλειδιά για μια ανάρτηση (Mijomanovic&Kandijas, 2015).

Η γλώσσα των αναρτήσεων εξαρτάται από το αναγνωστικό κοινό, αλλά τις περισσότερες φορές, το ακροατήριο δεν αποτελείται από ειδήμονες. Με αυτό κατά νου, οι συγγραφείς θα πρέπει να προσπαθήσουν να αποφύγουν την τεχνική γλώσσα και να στηρίζονται σε απλή γλώσσα (όπου είναι δυνατόν). Εάν ο συντάκτης επιθυμεί να διατηρήσει τους τεχνικούς όρους, μπορεί να το κάνει με την προσθήκη τους στην παρένθεση. Αυτό καθιστά τις αναρτήσεις πιο ευανάγνωστες και παρέχει επίσης στο ακροατήριο πληροφορίες για περαιτέρω έρευνα. Οι προτάσεις πρέπει να είναι σαφείς και συντακτικά απλές. Οι συγγραφείς θα πρέπει να αποφεύγουν συμπλέγματα ουσιαστικών φράσεων, συντομογραφίες, απρόσωπες προτάσεις και να μειώσουν τη χρήση της παθητικής φωνής. Η γλώσσα θα πρέπει να είναι προσιτή σε όλους (Mijomanovic&Kandijas, 2015).

2.4 Περιορισμοί των ιστολογιών στο χώρο της συμβουλευτικής υγείας

Ο εντοπισμός των δικτυακών τόπων με τις πιο ακριβείς και σχετικές πληροφορίες αποτελεί κρίσιμη δεξιότητα που είναι απαραίτητη για την πλοήγηση στο Διαδίκτυο, αλλά δυστυχώς, αυτές οι δεξιότητες σπάνια διδάσκονται. Στις περισσότερες περιπτώσεις, ανακριβείς ή άσχετες πληροφορίες στο διαδίκτυο απλώς καθυστερούν τις αναζητήσεις για λίγα λεπτά μέχρι να βρεθεί η απάντηση σε αυτό που ψάχνει κανείς.

Ωστόσο, όταν πρόκειται για ιατρικές πληροφορίες, οι ανακριβείς ή άσχετες πληροφορίες θα μπορούσαν δυνητικά να έχουν σημαντικό επιζήμιο αντίκτυπο. Οι ασθενείς και τα μέλη της οικογένειάς τους χρησιμοποιούν όλο και περισσότερο το Διαδίκτυο ως μια σημαντική πηγή συμβουλών σχετικά με τις ασθένειες τους, θεραπευτικές επιλογές, διαιτητικές συμβουλές και την πρόληψη των ασθενειών. Ωστόσο, λίγες πηγές είναι γνωστές για την ακρίβεια των ιατρικών συμβουλών που λαμβάνονται μέσω του Διαδικτύου.

Η χρήση του Διαδικτύου έχει φτάσει πλέον σε πολύ υψηλά επίπεδα. Οι άνθρωποι πλέον, χρησιμοποιούν ένα ευρύ φάσμα πόρων στην αναζήτησή τους για τις πληροφορίες σχετικά με την υγεία (Wainstein et al., 2006), και πολυάριθμες μελέτες έχουν δείξει ότι το Διαδίκτυο είναι ένα δημοφιλές μέσο για να γίνει αυτό (Aslam et al., 2005, Khoo et al., 2008, Tuffrey&Finaly, 2002, Wainstein et al., 2006). Κατά τρόπο ενδιαφέροντα, οι άνθρωποι χρησιμοποιούν επίσης το Διαδίκτυο πριν από την επαφή με έναν φορέα παροχής υγειονομικής περίθαλψης (Khoo et al., 2008, Tuffrey&Finaly, 2002) και έτσι σε μερικές περιπτώσεις το Διαδίκτυο μπορεί να είναι η μόνη πηγή συμβουλών υγειονομικής περίθαλψης. Υπάρχουν στοιχεία που δείχνουν ότι αυτή είναι μια τάση που ξεκινά από την εφηβική ηλικία και συνεχίζεται στην ενηλικίωση, όταν τα άτομα ή οι ασθενείς θα συνεχίσουν να το χρησιμοποιούν ως πόρο για απαντήσεις στις ιατρικές ερωτήσεις τους (Holding&Holmes, 2006).

Ωστόσο, η εγκυρότητα και η ποιότητα των πληροφοριών στο Διαδίκτυο είναι ένας τομέας που δεν έχει τεκμηριωθεί καλά. Οι Gagliadi και Jadad (2002) έχουν δείξει σε δύο περιπτώσεις ότι ενώ πολλές μέθοδοι υπάρχουν για να αξιολογήσει κανείς την ακρίβεια των δικτυακών τόπων, κανένας δεν επικυρώνεται. Αρκετές μικρές μελέτες εξέτασαν παιδιατρικά θέματα όπου οι Haddow και Watts (2003) σημείωσαν ότι μόνο τρεις από τις 22 ιστοσελίδες που αφορούν τον πυρετό στα παιδιά έδωσε πληροφορίες που συνάδουν με τις βέλτιστες πρακτικές και τις κατευθυντήριες γραμμές, μια διαπίστωση που επαναλαμβάνεται από άλλους (Impicciatore et al., 1997). Επιπλέον, ο Nahas (2001) και ο Evans (2001) εξέτασαν τις ιατρικές συμβουλές σχετικά με το βήχα και την αμυγδαλεκτομή, αντίστοιχα, και κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι οι πληροφορίες είναι μεταβλητές και συχνά κακής ποιότητας. Αυτές οι μελέτες εντούτοις εξέτασαν μόνο απομονωμένα θέματα και δεν έχουν διερευνήσει πού στο διαδίκτυο μπορούν να βρεθούν αξιόπιστες συμβουλές.

Μια μελέτη του Chung και των συνεργατών του (2012) αξιολόγησε την αξιοπιστία μιας αναζήτησης στο Google για πληροφορίες που σχετίζονται με την υγεία, εστιάζοντας σε συστάσεις για την ασφάλεια κατά την διάρκεια του ύπνου για τα βρέφη. Η Αμερικανική Ακαδημία Παιδιατρικής έχει δημοσιεύσει κατευθυντήριες γραμμές για τη μείωση του κινδύνου αιφνίδιου συνδρόμου θανάτου νηπίων, ασφυξίας ή άλλων τυχαίων θανάτων νηπίων που σχετίζονται με τον ύπνο (Chung et al, 2012). Εντούτοις, δεδομένου ότι τέτοιες οδηγίες γράφονται για τους κλινικούς επαγγελματίες, περιέχουν συχνά την ιατρική ορολογία που δεν μπορεί να γίνει εύκολα κατανοητή από τους ενδιαφερόμενους γονείς που θέλουν τις πρακτικές συμβουλές σχετικά με το πώς να εξασφαλίσουν την ασφάλεια ύπνου των βρεφών τους. Έτσι, αντί να διαβάσουν τις κατευθυντήριες γραμμές, οι περισσότεροι γονείς πιθανώς να εισάγουν βασικές φράσεις που σχετίζονται με την ασφάλεια του ύπνου για βρέφη, σε μια μηχανή αναζήτησης στο διαδίκτυο και μπορεί να ακολουθήσουν τις συμβουλές που εμφανίζονται στις τοποθεσίες που προσδιορίζονται από τη μηχανή αναζήτησης (Chung et al, 2012). Ο Chung και οι συνεργάτες του (2012) έλεγξαν την ακρίβεια των εν λόγω δικτυακών τόπων με την είσοδο δεκατριών φράσεων αναζήτησης, όπως «θέση βρέφους στον ύπνο», και άλλες φράσεις, στη μηχανή αναζήτησης του Google, και στη συνέχεια διασταύρωσαν τις ιατρικές πληροφορίες που προσφέρονται στα αποτελέσματα αναζήτησης με τις επίσημες συστάσεις, οι οποίες χρησιμοποιήθηκαν ως πρότυπο για την ιατρική ακρίβεια.

Δεδομένου ότι οι περισσότεροι γονείς θα διαβάσουν πιθανώς τις πρώτες σελίδες των αποτελεσμάτων αναζήτησης στο Google, οι ερευνητές ανέλυσαν μόνο τους πρώτους 100 ιστοχώρους που προσδιορίστηκαν από καθεμία από τις δεκατριές αναζητήσεις Google (σύνολο 1300 ιστοχώρων). Μόνο το 43,5% αυτών των 1300 δικτυακών τόπων περιείχε συστάσεις που ήταν σύμφωνες με τις επίσημες συστάσεις, ενώ το 28,1% περιείχε ανακριβείς πληροφορίες και το 28,4% των δικτυακών τόπων δεν ήταν ιατρικά σχετικό. Η ακρίβεια ήταν ιδιαίτερα εξαρτημένη από το είδος της ερώτησης. Η φράση αναζήτησης «βρέφος και κάπνισμα», για παράδειγμα, απέδωσε 82% ακριβή αποτελέσματα, ενώ η φράση αναζήτησης «συσκευές παρακολούθησης βρεφών» οδήγησε σε μόνο 18% ακρίβεια (Chung et al, 2012).

Αξιοσημείωτο ήταν επίσης, ότι οι ερευνητές κατηγοριοποίησαν τα αποτελέσματα από την οργάνωση ή την ομάδα που είχε δημιουργήσει την ιστοσελίδα. Από τις 1300

ιστοσελίδες που προσδιορίστηκαν από τις αναζητήσεις, 246 (19%) ήταν ιστοσελίδες λιανικής πώλησης και 250 (19%) ήταν ιστοσελίδες που συνδέονταν με συγκεκριμένες εταιρείες ή ομάδες συμφερόντων. Οι σελίδες παρουσίασης προϊόντων λιανικής πώλησης ήταν επίσης αυτές που είχαν το χαμηλότερο επίπεδο της ιατρικής ακρίβειας (8,5%), ενώ οι κυβερνητικοί ιστοχώροι και οι ιστοχώροι των εθνικών οργανώσεων (όπως προσδιορίζονται από URL που τελειώνουν σε .org) είχαν το υψηλότερο επίπεδο ακρίβειας (80,9% και 72,5%, αντίστοιχα) (Chung et al, 2012).

Παραδόξως, οι εκπαιδευτικές ιστοσελίδες (πανεπιστήμια ή άλλες ιστοσελίδες με το URL που καταλήγει σε .edu, ηλεκτρονικά βιβλία, και επιστημονικά άρθρα) είχαν μόνο 50,2% ακριβείς ιατρικές πληροφορίες, πιθανώς λόγω του γεγονότος ότι είτε ορισμένες από τις πληροφορίες τους δεν είχαν ενημερωθεί ή ο αριθμός των συνδεδεμένων άρθρων απαιτούσε συνδρομή και έτσι δεν ήταν δυνατή η πρόσβαση. Η πλειοψηφία των βιβλίων που βρέθηκαν από τη μηχανή αναζήτησης είτε παρείχαν ξεπερασμένες ή άσχετες πληροφορίες, οι οποίες μπορεί να συνέβαλαν επίσης στο χαμηλό ποσοστό ακρίβειας των εκπαιδευτικών δικτυακών τόπων. Τα ιστολόγια και οι ιστοχώροι μεμονωμένων ατόμων είχαν επίσης πολύ χαμηλά ποσοστά ιατρικής ακρίβειας (25,7% και 30,3%) (Chung et al, 2012).

Η μελέτη αυτή υπογραμμίζει τις ευκαιρίες και τις παγίδες της χρήσης του Διαδικτύου για την επικοινωνία ιατρικών πληροφοριών. Το Διαδίκτυο παρέχει μια ευκαιρία για τους ασθενείς και τα μέλη της οικογένειας τους να αποκτήσουν πρόσθετες ιατρικές πληροφορίες που δεν έλαβαν από τους γιατρούς τους, καθώς και για την αντιμετώπιση των ερωτήσεων που μπορεί να προκύψουν και δεν δικαιολογούν μια επίσκεψη σε ένα γιατρό. Από την άλλη πλευρά, η μελέτη δείχνει, επίσης, ότι η ποιότητα των ιατρικών πληροφοριών στο διαδίκτυο ποικίλλει σε μεγάλο βαθμό. Οι αναζητήσεις για ορισμένες φράσεις-κλειδιά μπορούν άθελά τους να οδηγήσουν έναν χρήστη σε ιστότοπους που προωθούν ορισμένα προϊόντα ή θεραπείες χωρίς να λαμβάνουν υπόψη τα ιατρικά στοιχεία και τις επαγγελματικές κατευθυντήριες γραμμές (Chung et al, 2012).

Ένας βασικός παράγοντας που μπορεί να βοηθήσει στην αντιμετώπιση αυτής της παγίδας είναι για τους γιατρούς και άλλους επαγγελματίες του τομέα της υγείας να καθοδηγούν ενεργά τους ασθενείς ή τα μέλη της οικογένειας τους στην ιστοσελίδα που είναι πιθανό να έχει πληροφορίες με υψηλά επίπεδα ιατρικής ακρίβειας. Αντί να θέσει το βάρος της διάκρισης μεταξύ πληροφοριών που είναι ακριβείς και ανακριβείς στους

ασθενείς, οι επαγγελματίες της υγειονομικής περίθαλψης θα μπορούσαν να συμβουλεύουν τους ασθενείς ή τους οικείους τους ως προς το τι ιστοσελίδες θα πρέπει να χρησιμοποιούνται για την αντιμετώπιση των ιατρικών ερωτήσεων που μπορεί να έχουν (Chung et al, 2012).

Επιπλέον, τα κυβερνητικά ιδρύματα, οι οργανισμοί και οι εκπαιδευτικοί δικτυακοί τόποι πρέπει να συνειδητοποιήσουν τη σημασία της διατήρησης ενημερωμένων και προσβάσιμων ιατρικών πληροφοριών στις ιστοσελίδες τους. Οι συντονισμένες προσπάθειες μεταξύ των κρατικών ή εκπαιδευτικών ιδρυμάτων, των επαγγελματικών οργανώσεων και των επαγγελματιών υγείας είναι απαραίτητες έτσι ώστε οι ασθενείς να μπορούν να ωφεληθούν τα μέγιστα από τις ευκαιρίες πληροφοριών που παρέχονται από το Διαδίκτυο (Chung et al, 2012).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3:

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΗΣ ΦΡΟΝΤΙΔΑΣ ΠΡΟΩΡΩΝ ΝΕΟΓΝΩΝ

3.1 Υποστήριξη της φροντίδας πρόωρων νεογνών

3.1.1 Πρόωρα νεογνά

Κατ' εκτίμηση 15.000.000 μωρά γεννιούνται πρόωρα, και το χάσμα επιβίωσης μεταξύ εκείνων που γεννιούνται στις υψηλές και χαμηλές εισοδηματικές χώρες διευρύνεται, με 1.000.000 θανάτους το χρόνο να συμβαίνουν λόγω των άμεσων επιπλοκών της πρόωρου γέννησης, και περίπου 1.000.000 περισσότερο όπου η πρόωρη γέννηση είναι ένας παράγοντας κινδύνου, ιδίως μεταξύ εκείνων των νεογνών που είναι επίσης περιορισμένης ανάπτυξης. Τα περισσότερα πρόωρα νεογνά (80%) είχαν περίοδο κύησης μεταξύ 32 και 37 εβδομάδων, και πολλά πεθαίνουν άσκοπα λόγω έλλειψης απλής φροντίδας (Lawn et al., 2013).

Όταν ένας άνθρωπος γίνεται γονέας, το γεγονός αυτό του φέρνει ενθουσιασμό και χαρά. Ωστόσο, η απόκτηση ενός πρόωρου βρέφους φέρνει αισθήματα αβεβαιότητας και άγχους στην οικογένεια. Η Αμερικανική Ακαδημία Παιδιατρικής και το Αμερικανικό Κολλέγιο των Μαιευτήρων και Γυναικολόγων ορίζουν πρόωρο ως κάθε νεογνό του οποίου η γέννηση εμφανίζεται μέχρι το τέλος της τελευταίας ημέρας της 37^{ης} εβδομάδας μετά την έναρξη της τελευταίας περιόδου. Οι πρόωρες γεννήσεις ταξινομούνται σε τρεις κατηγορίες: (1) πριν από 28 εβδομάδες – εξαιρετικά πρόωρη, (2) από 28 έως 32 εβδομάδες – πολύ πρόωρη, και (3) από 32 έως 37 εβδομάδες – μετρίως πρόωρη (Αμερικανική Ακαδημία Παιδιατρικής, 2007).

Σύμφωνα με τα Κέντρα Ελέγχου και Πρόληψης Ασθενειών (Centers for Disease Control and Prevention – CDC), η κύρια αιτία θανάτου μεταξύ των νεογέννητων είναι η πρόωρη γέννηση. Οι στατιστικές δείχνουν ότι το 10% όλων των κυήσεων λήγουν σε πρόωρο τοκετό. Τα μωρά που γεννήθηκαν νωρίτερα από 23 εβδομάδες έχουν ένα πολύ μικρό ποσοστό επιβίωσης για προφανείς λόγους. Σε 23 εβδομάδες το ποσοστό επιβίωσης είναι 15%. Τα μωρά που γεννήθηκαν σε 24 εβδομάδες έχουν 55% ποσοστό επιβίωσης, ενώ εκείνα που γεννήθηκαν σε 25 εβδομάδες ή αργότερα επιβιώνουν σε 80% των περιπτώσεων (Κέντρα Ελέγχου και Πρόληψης Ασθενειών, 2011). Ακόμη και

τα βρέφη που γεννήθηκαν σε 35 εβδομάδες κύησης είναι σε αυξημένο κίνδυνο για μια ποικιλία επιπλοκών, συμπεριλαμβανομένων του ίκτερου και των αναπνευστικών προβλημάτων, και παραμένουν για μεγαλύτερο διάστημα στο νοσοκομείο. Κατά τη διάρκεια αυτής της εποχής της νοσηλείας, οι γονείς βιώνουν υψηλά επίπεδα άγχους και συχνά κατακλύζονται από τα συναισθήματά τους. Αν και η μετάβαση στο σπίτι από το νοσοκομείο είναι ιδιαίτερα επιθυμητή, το γεγονός προκαλεί τρόμο, καθώς οι οικογένειες αναλαμβάνουν την ευθύνη του μικροσκοπικού βρέφους τους (Sneath, 2009).

Πολλές φορές μετά το εξιτήριο από τη μονάδα εντατικής θεραπείας νεογνών, οι γονείς πρέπει να συνεχίσουν τις θεραπείες που ξεκινούν στο νοσοκομείο, όπως η χορήγηση οξυγόνου, η διατροφή μέσω σωλήνων, η χορήγηση φαρμακευτικής αγωγής και η παρακολούθηση της άπνοιας στο σπίτι. Σύμφωνα με τον Discenza (2009:202), οι δύο κορυφαίες ανησυχίες που οι γονείς εκφράζουν συχνά περιλαμβάνουν το φόβο για την κατάσταση του μωρού και την έλλειψη αυτοπεποίθησης με τη δήλωση, όπως (1) «το μωρό μου είναι τόσο εύθραυστο! Θα πρέπει να πάει στο σπίτι με ιατρικό εξοπλισμό και με φάρμακα, και θα χρειαστούν ειδικές επισκέψεις και άλλα είδη φροντίδας. Είναι το μωρό μου πραγματικά έτοιμο να έρθει στο σπίτι;» και (2) «είμαι ικανή να φροντίζω το μωρό μου μόνη μου; Είμαι τρομοκρατημένη!» Για το λόγο αυτό, πρέπει να εφαρμοστούν προγράμματα που παρέχουν συνέχεια της φροντίδας στο σπίτι, καθιστώντας ασφαλή τη μετάβαση από το νοσοκομείο στη σπιτική ζωή (Αμερικανική Ακαδημία Παιδιατρικής, Επιτροπής για το Έμβρυο και τα Νεογέννητα, 2008). Οι τομείς όπου μπορούν να ληφθούν πρωτοβουλίες περιλαμβάνουν: (1) υποστήριξη για άμεσο και αποκλειστικό θηλασμό, (2) θερμική φροντίδα, και (3) σωστή διαχείριση του ομφαλού και φροντίδα του δέρματος (Lawn et al., 2013).

3.1.2 Ο ρόλος των γονέων στην υποστήριξη της φροντίδας των πρόωρων νεογνών

Οι γονείς των πρόωρων νεογνών έχουν σίγουρα πολλά να αντιμετωπίσουν από το ξεκίνημα. Και αν οι γονείς γίνονται για πρώτη φορά γονείς, τα πράγματα μπορούν εύκολα να γίνουν δύσκολα εντός των πρώτων ημερών του τοκετού. Με την πάροδο του χρόνου, εν τούτοις, οι γονείς περνούν σε μια ρουτίνα δεδομένου ότι μαθαίνουν πώς να φροντίσουν κατάλληλα τα παιδιά τους. Σε κάποιο σημείο, πολλοί γονείς

συνειδητοποιούν ότι είναι κάτι περισσότερο από γονείς – είναι επίσης υπέρμαχοι και υποστηρικτές των μωρών τους. Τα νοσοκομεία και το ιατρικό προσωπικό τους είναι πολύ καλοί σε αυτό που κάνουν από την άποψη της φροντίδας για τα πρόωρα νεογνά. Αλλά τα συστήματα υγειονομικής περίθαλψης σε όλο τον κόσμο είναι υπερφορτωμένα. Οι γιατροί, οι νοσηλευτές και οι ειδικοί απλά δεν έχουν το χρόνο ή τους πόρους για να αφιερώσουν για να ανταποκριθούν σε κάθε ανάγκη των πρόωρων νεογνών. Ως εκ τούτου, εξαρτάται από τους γονείς να αναλάβουν διάφορους ρόλους για να βεβαιωθούν ότι τα παιδιά τους παίρνουν τη φροντίδα και την υποστήριξη που χρειάζονται. Υπάρχουν τέσσερις κρίσιμες πτυχές της μέριμνας που οι γονείς των πρόωρων νεογνών μαθαίνουν με την πάροδο του χρόνου(Lawn et al., 2013):

1. **Επικοινωνία** – Η ικανοποίηση των αναγκών ενός πρόωρου νεογνού αρχίζει με την επικοινωνία. Οι γονείς πρέπει να επικοινωνούν συστηματικά με όλους τους φροντιστές και τους παρόχους υπηρεσιών για να βεβαιωθούν ότι τα συμφέροντα του παιδιού τους τίθενται πάντα πρώτα. Πάνω απ' όλα, οι γονείς πρέπει να είναι σταθεροί στην υπεράσπισή τους, αν και η καλοσύνη και η υπομονή εξακολουθούν να απαιτούνται επίσης.
2. **Πειθώ** –Οι φροντιστές και οι πάροχοι υπηρεσιών δεν έχουν κατ' ανάγκη από άμεση γνώση του τι είναι να ζει κανείς και να φροντίζει ένα πρόωρο νεογνό. Μερικές φορές οι γονείς πρέπει να εργαστούν επιπλέον σκληρά για να πείσουν εκείνους που βρίσκονται σε θέσεις λήψης αποφάσεων για να παρέχουν το είδος φροντίδας ή να υποστηρίξουν τις ανάγκες ενός παιδιού.
3. **Έρευνα** – Οι γονείς ξοδεύουν μεγάλο μέρος του χρόνου τους ερευνώντας πληροφορίες που εστιάζουν τόσο στις ιατρικές επιπλοκές όσο και στις υπηρεσίες φροντίδας που χρειάζονται και δικαιούνται τα πρόωρα νεογνά τους. Όσο περισσότερη έρευνα κάνουν οι γονείς, τόσο περισσότερο θα ξέρουν τι να κάνουν καθώς διανύουν το δρόμο της γονικής μέριμνας και φροντίδας του πρόωρου νεογνού τους.
4. **Αναζήτηση βοήθειας** – Τέλος, η υποστήριξη ενός πρόωρου νεογνού δεν σημαίνει ότι πρέπει κανείς να κάνει τα πάντα μόνος τους. Ένας καλός φροντιστής ξέρει πότε να ζητήσει βοήθεια. Και όταν προσφέρεται βοήθεια, αυτός ή αυτή ξέρει επίσης πώς να την αποδεχθεί με χάρη.

Κατά τρόπο ενδιαφέροντα, οι γονείς των πρόωρων νεογνών ανακαλύπτουν συχνά τις κρυμμένες ικανότητες και τα ταλέντα που δεν γνώριζαν ποτέ ότι είχαν. Μερικές από αυτές γεννιούνται από την ανάγκη να παρέχουν φροντίδα στα παιδιά τους, ενώ άλλες ήταν πάντα εκεί, απλά χρειαζόνταν μια διέξοδο. Με τον ένα ή τον άλλο τρόπο, οι γονείς των πρόωρων νεογνών τείνουν να ανακαλύψουν ότι η φροντίδα για τα παιδιά τους είναι μια μεταμορφωτική εμπειρία που αλλάζει και τους δύο και τη ζωή του μωρού τους για πάντα (Sneath, 2009).

Μέχρι τη στιγμή που ένα επιζών πρόωρο νεογνό είναι έτοιμο να πάει στο σπίτι, οι γονείς είναι ήδη πολύ έμπειροι στις βασικές παραμέτρους της ημέρας και τη φροντίδα που χρειάζεται το μωρό τους. Ακόμα, αντιμετωπίζουν μια νέα πρόκληση: κατά την έξοδο από το νοσοκομείο, καθώς το 100% της φροντίδας των παιδιών είναι τώρα στα χέρια τους. Ενώ είχαν τους γιατρούς και τις νοσοκόμες για να τους βοηθήσουν στο νοσοκομείο, τώρα παίρνουν πάνω τους την πλήρη ευθύνη για το παιδί όταν αυτό πάει στο νέο σπίτι του. Σε αυτό το σημείο η βοήθεια και η υποστήριξη των μελών της οικογένειας είναι κρίσιμη. Με μια πρακτική έννοια, το καλύτερο πράγμα που τα μέλη της οικογένειας μπορούν να κάνουν για τους γονείς των πρόωρων νεογνών είναι να επενδύουν χρόνο στην εκμάθηση πώς να παρέχουν βασική φροντίδα. Οι γονείς μπορούν να πάρουν το θέμα τόσο πατριωτικά, σε σημείο εξάντλησης, προσπαθώντας να κάνουν τα πάντα. Απλά πρέπει να έχουν την ευκαιρία να κάνουν ένα διάλειμμα και να ξεκουραστούν μία ή δύο νύχτες την εβδομάδα, κάτι που μπορεί να είναι ένα απροσδόκητο καλό (Lawn et al., 2013).

Φυσικά, υπάρχουν και άλλες πρακτικές πτυχές που οι γονείς πρέπει να αντιμετωπίσουν. Οι γονείς των πρόωρων νεογνών πρέπει να ανησυχούν για πράγματα που άλλοι γονείς παίρνουν ως δεδομένα. Ακόμη και τα ακόλουθα βασικά είναι απλά πιο δύσκολο όταν μιλάμε για ένα πρόωρο νεογνό (Sneath, 2009):

1. Σίτιση,
2. εύρεση ιματισμού,
3. χορήγηση φαρμάκων,
4. παρακολούθηση της ανάπτυξης και της εξέλιξης,
5. οι ατελείωτες επισκέψεις στους γιατρούς, και
6. η απαραίτητη ανάπαυση.

Οι γονείς ενός πρόωρου νεογνού διευκολύνονται όταν τα μέλη της οικογένειας παρέχουν βοήθεια. Ευτυχώς υπάρχουν μαθήματα που τα μέλη μιας οικογένειας μπορούν να παρακολουθήσουν για να τους βοηθήσουν να έχουν μια πραγματική συμβολή τόσο στους γονείς όσο και στα πρόωρα νεογνά τους. Όταν οι οικογένειες ενώνονται προς όφελος του μωρού, μπορούν να συμβούν μεγάλα πράγματα.

Ο ρόλος του γονέα ενός πρόωρου νεογνού δεν είναι βεβαίως εύκολος. Αλλά ο χρόνος, η προσπάθεια, και η αγάπη των γονέων προς τα παιδιά αξίζουν τον κόπο. Ένα μωρό είναι ένα πολύτιμο δώρο. Ένα πολύτιμο δώρο και μια νέα ζωή που απλά περιμένουν να γαλουχηθούν μέσα από ένα απίστευτο ταξίδι που όλοι οι άνθρωποι είναι επίσης τυχεροί όταν το βιώσουν (Lawn et al., 2013).

Οι γονείς θα πρέπει επίσης να γνωρίζουν ότι θα είναι κουρασμένοι. Δεν μπορεί κανείς να τονίσει αρκετά τη χαρά που έρχεται με τη φροντίδα για ένα μωρό, ανεξάρτητα από το αν το μωρό γεννιέται μετά από πλήρη κύηση ή πρόωρα. Με αυτή τη χαρά έρχεται επίσης η κούραση του να είναι κανείς ένας νέος γονέας. Οι γονείς πρέπει να γνωρίζουν ότι το να είσαι κουρασμένος είναι ένα φυσιολογικό μέρος της γονικής μέριμνας. Ο γονέας ενός πρόωρου μωρού είναι συνήθως ένας εξαιρετικά κουρασμένος άνθρωπος. Υπάρχουν νύχτες, όταν κανείς ξυπνάει αναρωτώμενος αν αυτός/αυτή κάνει αρκετά για το μωρό του/της. Οι γονείς θα ξοδέψουν άπλετο χρόνο μπροστά από τον υπολογιστή ερευνώντας κάθε τελευταία λεπτομέρεια που κάποιος μπορεί να σκεφτεί. Θα υπάρξουν ημέρες όπου το να βγει από το κρεβάτι το πρωί θα φαίνεται σαν ένα τιτάνιο έργο. Αλλά ένας γονέας θα αντιμετωπίσει την πρόκληση γιατί αγαπάει το παιδί του περισσότερο από οποιονδήποτε άλλον στον κόσμο. Ένας γονέας δεν πρέπει ποτέ να φοβάται να πει στους άλλους γύρω του ότι αυτός/αυτή είναι κουρασμένος και χρειάζεται κάποια βοήθεια. Λαμβάνοντας κάποιο χρόνο μακριά για να επαναφορτίσει τις μπαταρίες του και να ανανεώσει ψυχικά το μυαλό του δεν κάνει τον εαυτό του ένα κακό γονέα. Αυτό δεν σημαίνει ότι ένας γονέας δεν αγαπά το παιδί του. Αυτό σημαίνει ότι αυτός/αυτή είναι ένα πρόσωπο με τα δικά του/της όρια. Μερικές φορές ο καλύτερος τρόπος που μπορεί κανείς να βοηθήσει το μωρό του, είναι να πάρει κάποιο χρόνο μακριά και να αναπαυτεί. Το μωρό χρειάζεται την πλήρη προσοχή ενός γονέα, και αυτό δεν είναι δυνατό εάν κάποιος είναι πάρα πολύ κουρασμένος για να κάνει ακόμη και τα πιο βασικά πράγματα που εμπλέκονται στη φροντίδα ενός παιδιού. Όταν κάποιος

αισθάνεται ότι χρειάζεται ξεκούραση, πρέπει να πάει να ξεκουραστεί (Lawn et al., 2013).

Οι γονείς πρέπει επίσης να ενημερωθούν ότι οι προσπάθειές τους έχουν σημασία. Όλες οι άγρυπνες νύχτες και τα δάκρυα ενός γονέα που έφερε στον κόσμο ένα πρόωρο νεογνό θα αντισταθμιστούν από τις χαρές που αυτός θα πάρει όταν το παιδί του αρχίσει να εξελίσσεται, να μαθαίνει, και να αναπτύσσεται. Αυτό μοιάζει πολύ με τον τοκετό. Πολλές γυναίκες νοητικά γνωρίζουν ότι η κύηση και ο τοκετός είναι δύσκολα, αλλά αυτό που θυμούνται περισσότερο είναι η στιγμή που κράτησαν το μωρό τους στα χέρια τους. Όταν οι γονείς γίνονται παππούδες, τα πράγματα που θυμούνται για τα παιδιά τους είναι εκείνα τα πράγματα που φέρνουν χαμόγελα στα πρόσωπά τους και τη χαρά στην καρδιά τους. Η φροντίδα για το μωρό είναι αυτό που έχει σημασία. Ένας γονέας νοιάζεται για μια πολύτιμη ζωή, για κάποιον που τελικά θα αναπτυχθεί σε αυτό το μοναδικό πρόσωπο που αυτός ή αυτή είχε την πρόθεση να είναι. Και ό, τι κάνει κάποιος για το μωρό του/της θα είναι πολύτιμη βοήθεια στην πορεία της ζωής τους να γίνει το πρόσωπο που αυτός/αυτή θα ξέρει στο μέλλον. Ο γονέας πρέπει επίσης να γνωρίζει ότι οι προσπάθειές του για λογαριασμό του παιδιού του μπορεί να έχουν σημασία και στη ζωή κάποιου άλλου (Lawn et al., 2013).

Αυτό που μαθαίνει κάποιος θα μπορούσε να είναι χρήσιμο σε άλλους γονείς που έχουν πρόωρα νεογνά. Αυτό που θα μπορούσε κανείς να είναι σε θέση να διδάξει τους επαγγελματίες υγείας θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί για να βοηθήσει τους γονείς σε μελλοντικές περιπτώσεις. Πράγματι, οι δυνατότητες είναι σχεδόν απεριόριστες. Οι γονείς πρόωρων νεογνών πρέπει να γνωρίζουν ότι είναι ειδικοί γονείς που έχουν επιφορτιστεί με μια ιδιαίτερη ευθύνη για τη φροντίδα για μια πολύτιμη ζωή. Κάθε τι που κάνουν για λογαριασμό του παιδιού τους έχει τη σημασία του. Και στο τέλος, ό, τι κάνει κάποιος αξίζει τον κόπο (Lawn et al., 2013).

3.1.3 Η φροντίδα των πρόωρων νεογνών

Κατά τη στιγμή του εξιτηρίου από το νοσοκομείο, οι γονείς των πρόωρων βρεφών στη μονάδα εντατικής θεραπείας νεογνών συχνά αισθάνονται ανήσυχοι και μπορεί να αμφισβητούν την ικανότητά τους να φροντίζουν για το μωρό τους. Η καλά σχεδιασμένη και λεπτομερής έξοδος από το νοσοκομείο ενός ιατρικά σταθερού

βρέφους βοηθά να εξασφαλίσει μια θετική μετάβαση στο σπίτι και την ασφαλή, αποτελεσματική προσοχή μετά από την έξοδο. Αυτή η δήλωση παρέχει καθοδήγηση στο σχεδιασμό της έκδοσης εξιτηρίου για βρέφη που γεννήθηκαν πριν από την ηλικία κύησης 34 εβδομάδων. Η ετοιμότητα για εξιτήριο καθορίζεται συνήθως από την επίδειξη της λειτουργικής ωρίμανσης, συμπεριλαμβανομένων των φυσιολογικών ικανοτήτων όπως η θερμορύθμιση, ο έλεγχος της αναπνοής, η αναπνευστική σταθερότητα, και οι δεξιότητες σίτισης και η αύξηση βάρους. Η υποστήριξη της συμμετοχής της οικογένειας και η παροχή εκπαίδευσης βελτιώνει την γονική εμπιστοσύνη και μειώνει το άγχος. Η αξιολόγηση του φυσικού και ψυχοκοινωνικού περιβάλλοντος αποτελεί σημαντικό μέρος της διαδικασίας έκδοσης τους εξιτηρίου. Η κλινική ομάδα είναι υπεύθυνη για τη διασφάλιση ότι έχουν ολοκληρωθεί οι κατάλληλες έρευνες και δοκιμές ελέγχου, ότι οι ιατρικές ανησυχίες έχουν επιλυθεί και ότι ένα πρόγραμμα παρακολούθησης είναι σε ισχύ κατά τη στιγμή του εξιτηρίου (Jefferies, 2014).

Τα πρόωρα βρέφη και οι οικογένειές τους βιώνουν ένα άγνωστο, άκρως τεχνικό και συχνά συντριπτικό ταξίδι μέσω της μονάδας εντατικής θεραπείας νεογνών. Καθώς ο χρόνος για να πάει το πρόωρο νεογνό σπίτι πλησιάζει, οι γονείς μπορούν να αμφισβητούν την ικανότητά τους να φροντίζουν για το μωρό τους, χωρίς την υποστήριξη του προσωπικού και της τεχνολογίας που παρέχει το νοσοκομείο. Η περιεκτική, καλά σχεδιασμένη έκδοση του εξιτηρίου για ένα ιατρικά σταθερό βρέφος βοηθά να εξασφαλίσει μια θετική μετάβαση στο σπίτι και την ασφαλή, αποτελεσματική προσοχή μετά από την έξοδο. Η υποστήριξη και η συμμετοχή των γονέων στη διαδικασία έκδοσης του εξιτηρίου δείχνει την εμπιστοσύνη της ιατρικής ομάδας προς το πρόσωπο τους να φροντίσουν το πρόωρο νεογνό τους στο σπίτι. Η δήλωση αυτή παρέχει καθοδήγηση για τους επαγγελματίες του τομέα της υγείας στο σχεδιασμό έκδοσης τους εξιτηρίου ενός πρόωρου νεογνού που γεννήθηκε πριν από την ηλικία κύησης 34 εβδομάδων από την μονάδα βρεφικής ή ειδικής φροντίδας του νοσοκομείου (Whyte, 2010).

3.1.4 Η ετοιμότητα ενός νεογνού να πάρει εξιτήριο από το μαιευτήριο

3.1.4.1 Ικανότητες ενός πρόωρου νεογνού (φυσιολογική ωριμότητα)

Η ετοιμότητα εξόδου των πρόωρων νεογνών από την μονάδα εντατικής θεραπείας και το νοσοκομείο καθορίζεται συνήθως από την επίδειξη λειτουργικής ωρίμανσης παρά το βάρος ή άλλα κριτήρια. Πολλά βρέφη επιτυγχάνουν αυτά τα φυσιολογικά ορόσημα μεταξύ 34 και 36 εβδομάδων, αν και υπάρχει μεμονωμένη μεταβλητότητα και εξαιρετικά πρόωρα βρέφη απαιτούν συχνά περισσότερο χρόνο. (Bakewell-Sachs et al., 2009) Μόλις επιτύχουν τη φυσιολογική ωριμότητα, τα περισσότερα πρόωρα βρέφη παρακολουθούνται σε μονάδες του νοσοκομείου για να εξασφαλιστεί ένα περιθώριο ασφάλειας πριν πάρουν εξιτήριο. Οι τέσσερις σημαντικότερες φυσιολογικές ικανότητες είναι:

1. Θερμορύθμιση
2. Έλεγχος της αναπνοής
3. Αναπνευστική σταθερότητα
4. Δεξιότητες σίτισης και αύξηση βάρους

3.1.4.2 Ρύθμιση θερμοκρασίας σώματος

Τα πρόωρα νεογνά δεν μπορούν να ρυθμίσουν τη θερμοκρασία του σώματος τους, όπως άλλωστε και τα βρέφη που έχουν συμπληρώσει τον πλήρη χρόνο κύησης, και η θερμορυθμιστική ικανότητά τους βελτιώνεται με την ωρίμανση. Συχνά, η ικανότητα τους να αυξήσουν το μεταβολισμό τους και να παράγουν θερμότητα επιτυγχάνεται λίγο πριν από τις 40 εβδομάδες. Τα κριτήρια βάρους για τη μεταφορά από την θερμοκοιτίδα σε ανοιχτή κούνια ποικίλλουν μεταξύ κέντρων, (Schneider et al., 2009) με λίγα στοιχεία για την καθοδήγηση της ιατρικής πρακτικής. Μια ανασκόπηση τεσσάρων μελετών τους 2011 συνέκρινε τη μεταφορά σε βρεφικές κούνιες των ιατρικώς σταθερών βρεφών με χαμηλότερα βάρη (<1700 g) έναντι αυτών με υψηλότερο βάρος (>1700 g) και κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η μεταφορά σε κούνια στα 1600 g δεν είχε αρνητικές επιπτώσεις στη σταθερότητα της θερμοκρασίας ή την αύξηση του σωματικού βάρους, αλλά δεν οδήγησε αναγκαστικά σε συντομότερη έξοδο από το νοσοκομείο (New, Flenady&Davies, 2011). Η θερμοκρασία δωματίου σε αυτές τις τέσσερις μελέτες ήταν τουλάχιστον 22°C. Η υπερθέρμανση είναι ένας παράγοντας

κινδύνου για το ξαφνικό σύνδρομο θανάτου νηπίων και πρέπει να αποφευχθεί (Δημόσια Υπηρεσία Υγείας του Καναδά, 2011).

3.1.4.2 Έλεγχος αναπνοής

Η άπνοια της προωρότητας ορίζεται ως παύση της αναπνοής για ≥ 20 s ή 10 s έως 20 s, εάν συνοδεύεται από βραδυκαρδία (καρδιακός ρυθμός < 80 παλμοί/ λεπτό) ή κορεσμού οξυγόνου (Saturation O_2) $< 80\%$ σε βρέφη < 37 εβδομάδες (Finn et al., 2006). Αν και τα περισσότερα πρόωρα νεογνά είναι απαλλαγμένα από άπνοια και βραδυκαρδία μετά τις 36 εβδομάδες, (Bakewell-Sachs et al., 2009) πολύ πρόωρα νεογνά δείχνουν μεγαλύτερη μεταβλητότητα στην αναπνοή, και η άπνοια μπορεί να παραμείνει μέχρι και στις 44 εβδομάδες (Eichenwald et al., 1997). Όταν η καφεΐνη χρησιμοποιείται για τη θεραπεία της άπνοιας της προωρότητας, πολλοί γιατροί διακόπτουν τη χρήση της πριν από την έκδοση του εξιτηρίου. Ο χρόνος ημίσειας ζωής της καφεΐνης παρατείνεται σε νεογνά (περίπου 100 h) και τα βρέφη μπορεί να είναι σε κίνδυνο για επανάληψη της άπνοιας για αρκετές ημέρες μετά τη διακοπή της.

Πρακτικές σχετικά με μια «ασφαλή» περίοδο χωρίς άπνοια πριν από τη διακοπή της καρδιοαναπνευστικής παρακολούθησης και έκδοσης του εξιτηρίου ποικίλλουν μεταξύ των βρεφικών σταθμών, πιθανόν επειδή δεν υπάρχουν δεδομένα για την υποστήριξη ενός συγκεκριμένου χρονικού διαστήματος. Μια τέτοια παραλλαγή είναι ένας λόγος για τις διαφορές στο χρονοδιάγραμμα εξιτηρίου (Eichenwald et al., 2001, Eichenwald et al., 2011). Σε μια έρευνα που διενεργήθηκε, το 74% των ειδικών σε νεογνά απαιτήσαν μια περίοδο ελεύθερη από άπνοια πέντε έως επτά ημερών πριν από το εξιτήριο, και 9% απαιτήσαν τουλάχιστον 10 ημέρες (Darnall et al., 1997). Ο Darnall και οι συνεργάτες του (1997) επιχείρησαν να καθορίσουν μια ελάχιστη ασφαλή περίοδο χρησιμοποιώντας μια αναδρομική επισκόπηση μελετών και σημείωσαν ότι το 5% των κατά τα άλλα υγιών πρόωρων νεογνών συνέχισαν να βιώνουν άπνοια, που φτάνει έως και τις οκτώ ημέρες. Μια πιο πρόσφατη μελέτη παρατήρησης ανέφερε ότι το 96% των πρόωρων βρεφών δεν εμφανίζει άπνοια ή βραδυκαρδία μετά από επτά ημέρες (Lorch, Srinivasan&Escobar, 2011). Τα ποσοστά υποτροπής ήταν υψηλότερα σε νεογνά κάτω των 30 εβδομάδων και σε νεογνά κάτω των 36 εβδομάδων που είχαν τουλάχιστον ένα απνοϊκό επεισόδιο. Για βρέφη < 26 εβδομάδων, απαιτούνταν 13

ημέρες ώστε το 95% να παραμείνει χωρίς επεισόδιο άπνοιας. Ο αυστηρός ορισμός της κλινικά σημαντικής άπνοιας και βραδυκαρδία, και η ακριβής και συνεπής τεκμηρίωση τους είναι ζωτικής σημασίας (Eichenwald et al., 2011)

Η άπνοια της προωρότητας δεν θεωρείται ότι είναι παράγοντας κινδύνου για τον ξαφνικό θάνατο στα νεογνά (Ramanathan et al., 2001) ούτε υπάρχει απόδειξη για την υποστήριξη ρουτίνας παρακολούθησης στο σπίτι για την πρόληψη του ξαφνικού θανάτου (Strhe et al., 2012). Επεισόδια άπνοιας σημειώνονται κατά τη διάρκεια της καρδιοαναπνευστικής παρακολούθησης των κατά τα άλλα σταθερών πρόωρων νεογνών, που επιλύονται με την πάροδο του χρόνου και δεν έχουν σχέση με τον ξαφνικό θάνατο ή οξεία και απειλητικά για τη ζωή γεγονότα. Η καρδιοαναπνευστική παρακολούθηση στο σπίτι σπανίως αναφέρεται και περιστασιακά εφαρμόζεται σε βρέφη με ασυνήθιστα παρατεταμένες και επαναλαμβανόμενες άπνοιες, βραδυκαρδία και υποξαιμία, μετά από συζήτηση με τους γονείς για τους κινδύνους και τα οφέλη.

Τα καρδιοαναπνευστικά γεγονότα που σχετίζονται με τη διατροφή είναι κοινά σε πρόωρα νεογνά λόγω του συντονισμού του πιπιλίσματος, της κατάποσης και της αναπνοής. Η σοβαρότητα αυτών των γεγονότων (δηλ., βραδυκαρδία, αλλαγή χρώματος, παρέμβαση που απαιτείται) πρέπει να αξιολογηθεί χωριστά και τα γεγονότα που θεωρούνται σημαντικά πρέπει να επιλυθούν πριν από την έκδοση του εξιτηρίου. Αναγνωρισμένες στρατηγικές για τη μείωση του κινδύνου για το ξαφνικό θάνατο θα πρέπει να τονιστούν στους γονείς (Public Health Agency of Canada, 2011) και τα πρόωρα νεογνά πρέπει να τοποθετούνται ανάσκελα πριν από την έκδοση του εξιτηρίου. Ακόμη και τα βρέφη με βρόγχο-πνευμονικά προβλήματα διατηρούν καρδιοαναπνευστική σταθερότητα σε αυτή τη θέση (Elder et al., 2005). Τα πρόωρα βρέφη βρίσκονται σε αυξημένο κίνδυνο άπνοιας και αποκορεσμού του οξυγόνου όταν τοποθετούνται σε ημιπλάγια όρθια θέση σε ένα κάθισμα αυτοκινήτου για βρέφη (Willet et al., 1989). Η παρακολούθηση του SatO₂ στα πρόωρα νεογνά όσο αυτά είναι τοποθετημένα στο κάθισμα αυτοκινήτων τους μπορεί να ανιχνεύσει τέτοια γεγονότα πριν από την έκδοση του εξιτηρίου (MacMillan et al., 2000)

3.1.4.3 Αναπνευστική σταθερότητα

Μερικά πολύ πρόωρα νεογνά απαιτούν παρατεταμένη αναπνευστική υποστήριξη. Η παρακολούθηση των νεογνών αυτών είναι σημαντική γιατί μπορεί να εξασφαλίσει την καρδιοαναπνευστική σταθερότητα χωρίς αναπνευστική υποστήριξη. Περίπου 25% των επιζώντων πρόωρων νεογνών με βάρος γέννησης < 1500 g λαμβάνουν οξυγόνο πέραν των 36 εβδομάδων (Canadian Neonatal Network Annual Report, 2011) και υπάρχουν λίγα στοιχεία για να καθοδηγήσουν τους κλινικούς ιατρούς στον καθορισμό των κατάλληλων στόχων SatO₂ για τα βρέφη με παρατεταμένη εξάρτηση οξυγόνου. Δύο δοκιμές συνέκριναν το χαμηλό στόχο SatO₂ (89% με 94%) σε σχέση με τον υψηλό στόχο (95% με 99%) σε πρόωρα νεογνά (STOP-ROP, 2000, Askie et al., 2003). Οι μελέτες δεν έδειξαν διαφορές στην ανάπτυξη ή την νευρική λειτουργία. Η αναπνευστική νοσηρότητα (π.χ., πνευμονία, οξείες εξάρσεις της χρόνιας πνευμονικής νόσου, επανανοσηλεία για πνευμονικά αίτια και η ανάγκη για διουρητικά, μεθυλξανθίνες και/ή οξυγόνο) καθώς και η διάρκεια της θεραπείας οξυγόνου ήταν μεγαλύτερες στις υψηλότερες SatO₂ ομάδες. Τα μόνα οφέλη που προήλθαν από τους υψηλότερους SatO₂ στόχους ήταν μια μη σημαντική μείωση στην εξέλιξη στο ΠΕΠ κατωφλίου (STOP-ROP, 2000) και μια μέτρια μείωση της αφαιρετικής θεραπείας του αμφιβληστροειδούς για σοβαρή ΠΕΠ (Askie et al., 2003). Καμία από τις μελέτες δεν έχουν εξετάσει τον αντίκτυπο των επιπλοκών που σχετίζονται με την βρόγχο-πνευμονική δυσπλασία και την πνευμονική υπέρταση. Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι η αξία SatO₂ του 88%, που χρησιμοποιείται ως το χαμηλότερο αποδεκτό SatO₂ όριο για πρόωρα βρέφη, δεν προτείνεται ακόμη ως κατευθυντήρια γραμμή για τη χορήγηση οξυγόνου σε αυτά τα βρέφη (Walsh et al., 2003)

Οι περισσότεροι συγγραφείς προτείνουν ένα στόχο SatO₂ περίπου 90% σε 95% για βρέφη με βρόγχο-πνευμονική δυσπλασία (Trzaski et al., 2012, Fitzgerald et al., 2008, Harigopal et al., 2011) Αυτό επιτρέπει ένα περιθώριο ασφάλειας για βρέφη που μπορεί να εμφανίσουν αποκορεσμό οξυγόνου, όπως κατά τον ύπνο και τη σίτιση. Το οξυγόνο διακόπτεται όταν τα βρέφη διατηρούν σταθερά αυτόν τον στόχο SatO₂ στον αέρα του δωματίου. Πολλά κέντρα παρακολουθούν το SatO₂ στον αέρα του δωματίου για περίπου μία εβδομάδα πριν εκδώσουν εξιτήριο από το νοσοκομείο (Bancalari et al., 2005, Askie et al., 2005)

Μερικά βρέφη με παρατεταμένη εξάρτηση οξυγόνου μπορεί να είναι υποψήφια για θεραπεία οξυγόνου στο σπίτι. Κατά τη λήψη αποφάσεων σχετικά με το οικιακό οξυγόνο, οι ανάγκες κάθε οικογένειας θα πρέπει να εξετάζονται χωριστά, ισορροπώντας το βάρος της παρατεταμένης νοσηλείας με τον αντίκτυπο της φροντίδας για ένα βρέφος με οικιακό οξυγόνο (Askie et al., 2005).

3.1.4.4 Ικανότητες σίτισης και πρόσληψη βάρους

Η ασφαλής διατροφή από το στόμα απαιτεί την ωριμότητα των νεογνών και ετοιμότητα για το συντονισμό της απορρόφησης, της κατάποσης και της αναπνοής για την αποφυγή αναρρόφησης και αναπνευστικών προβλημάτων. Τα πρόωρα νεογνά, ειδικά εκείνα με βρόγχο-πνευμονικά προβλήματα, συχνά αντιμετωπίζουν δυσκολίες μετάβασης στη σίτιση από το στόμα, που μπορεί να καθυστερήσει την έκδοση εξιτηρίου (Gewolb & Vice, 2006). Η έγκαιρη εισαγωγή και προώθηση των τροφών από το στόμα με βάση τις εξατομικευμένες ανάγκες του νεογνού, η κατάσταση και η συμπεριφορά του, και όχι ένα προκαθορισμένο πρόγραμμα σίτισης, έχουν αποδειχθεί ότι οδηγούν σε προγενέστερη επίτευξη πλήρους στοματικής σίτισης και μειωμένης διάρκειας παραμονής στο νοσοκομείο (Breton&Steinwender, 2008, McCormick, Tosh&McGuire, 2012).

Βρέφη με παρατεταμένα αναπνευστικά προβλήματα μπορεί να εμφανίσουν διαταραχές της κινητικής ικανότητας του στόματος λόγω της ανώμαλης διέγερσης των περιστοματικών και ενδοστοματικών ιστών που προκύπτουν από τις μακροχρόνιες ανάγκες τους για ενδοτραχειακούς και ρινογαστρικούς σωλήνες, και/ή ρινική διάνοιξη (Barlow, 2009). Έχει προταθεί ότι υπάρχει μια κρίσιμη περίοδος κατά τη διάρκεια της καθυστερημένης κύησης και της πρόωρης μεταγεννητικής ζωής, όταν ο χειρισμός της περιοχής του προσώπου μπορεί να οδηγήσει σε προφορική αποστροφή και να καθυστερήσει την επίτευξη των δεξιοτήτων από το στόμα, που αποτελεί τη βάση για τη μετάβαση σε διατροφή από αυτό. Προσφέροντας μη θρεπτικό πιπίλισμα κατά τη διάρκεια της σίτισης με σωλήνα μειώνει σημαντικά τη διάρκεια της παραμονής στο νοσοκομείο και διευκολύνει επίσης τη μετάβαση από τη σίτιση με σωλήνα στη σίτιση από το στόμα (Pinelli&Symington, 2005)

Αν και το μητρικό γάλα παρέχει πολλά οφέλη για πρόωρα νεογνά, τα ποσοστά θηλασμού είναι χαμηλότερα για πρόωρα νεογνά από αυτά που ολοκλήρωσαν την

κύηση. Πολλοί γιατροί προσπαθούν να αποφύγουν τις τροφές με μπουκάλια κατά τη διάρκεια της καθιέρωσης του θηλασμού, αλλά υπάρχει ανεπαρκής απόδειξη ότι η χρησιμοποίηση σωλήνων στη διατροφή μόνο για να συμπληρώσει τις τροφές από το στήθος αυξάνει την επιτυχία θηλασμού για τα πρόωρα βρέφη (Collins et al., 2008). Η συμπλήρωση των τροφών με μητρικό γάλα μπορεί να αυξήσει τον αριθμό των μωρών που παίρνουν πλήρες εξιτήριο, αλλά μπορεί να καθυστερήσει το εξιτήριο για περίπου 10 ημέρες (Collins et al., 2008)

Τα πρόωρα νεογνά έχουν συχνά διατροφικά ελλείμματα κατά την έξοδο τους από το νοσοκομείο και μπορεί να απαιτηθεί υπερθερμιδική τροφή και συμπληρώματα διατροφής για την αύξηση της ανάπτυξης τους (Fewtrell, 2003). Η ανεπάρκεια σιδήρου είναι ένας κίνδυνος, και τα συμπληρώματα σιδήρου κατά τη διάρκεια του πρώτου έτους βελτιώνουν τα επίπεδα της αιμοσφαιρίνης και τα αποθέματα σιδήρου (Mills & Davies, 2012). Η βιταμίνη D είναι σημαντική για την επαρκή ανάπτυξη των οστών. Ωστόσο, η βέλτιστη συμπλήρωση κατά το πρώτο έτος της ζωής δεν έχει ακόμη καθιερωθεί. Η Αμερικανική Ακαδημία Παιδιατρικής συνιστά την εξασφάλιση ημερήσιας πρόσληψης 400 IU/ημέρα, μέχρι το πολύ 1000 IU/ημέρα (Abrams, 2013). Αν και τα πορίσματα της μελέτης είναι πολλά υποσχόμενα, απαιτούνται περαιτέρω δοκιμές για να στηρίξουν τη συνήθη χρήση των πολυθρεπτικών ενισχύσεων του μητρικού γάλακτος μετά την έξοδο από το νοσοκομείο (Aimone et al., 2009, McCormick et al., 2010).

Η γαστροοισοφαγική παλινδρόμηση είναι πιθανόν φυσιολογική στα πιο πρόωρα νεογνά, με ελάχιστες κλινικές συνέπειες (Birch&Newell, 2009, Poets&Brockmann, 2011). Τα στοιχεία που υποδηλώνουν μια συσχέτιση μεταξύ της γαστροοισοφαγικής παλινδρόμησης και της άπνοιας είναι μεταβλητά, με μελέτες που υποστηρίζουν όσο και αντικρούουν μια αιτιώδη σχέση (Malloy et al., 2005). Ένας μικρός αριθμός πρόωρων νεογνών επιδεικνύει σημαντικά προβλήματα που συνδέονται με την γαστροοισοφαγική παλινδρόμηση, συμπεριλαμβανομένων των εμετών. Η θεραπεία μπορεί να δικαιολογείται για τα βρέφη αυτά, αν και η αποτελεσματικότητα των στρατηγικών για την αντιμετώπιση της γαστροοισοφαγικής παλινδρόμησης δεν έχει μελετηθεί εκτενώς σε μεγάλες κλινικές δοκιμές..

3.1.4.5 Οικογένεια και σπίτι

Αν και οι γονείς αναλαμβάνουν την πλήρη ευθύνη για τη φροντίδα του μωρού τους μετά από το εξιτήριο, πολλοί δεν αισθάνονται πλήρως προετοιμασμένοι για αυτόν τον ρόλο όταν παίρνουν το νεογνό στο σπίτι τους (Sneath, 2009). Κα την παροχή της βασικής βρεφικής φροντίδας, όπως η σίτιση, το μπάνιο και η ρύθμιση της θερμοκρασίας, οι γονείς των πρόωρων νεογνών μπορεί να χρειαστεί να διαχειρίζονται τα φάρμακα και τα συμπληρώματα διατροφής, και να πληρούν συγκεκριμένες ιατρικές ανάγκες. Θα πρέπει να είναι σε θέση να αναγνωρίζουν τα πρώιμα σημεία και τα συμπτώματα μιας ασθένειας και ξέρουν πώς να ανταποκριθούν. Η συναισθηματική ετοιμότητα για το εξιτήριο είναι εξίσου σημαντική. Οι γονείς πρέπει να αισθάνονται σίγουροι για την ικανότητά τους ως γονείς.

Ο πρόωρος τοκετός και παρατεταμένη νοσηλεία είναι οικογενειακοί στρεσογόνοι παράγοντες που μπορούν να τοποθετήσουν ευάλωτα βρέφη σε κίνδυνο παραμέλησης, αποτυχίας να αναπτυχθούν και να έχουν δυσμενή αναπτυξιακά αποτελέσματα. Δημογραφικοί παράγοντες, όπως το χαμηλό μορφωτικό επίπεδο, οι φτωχές κοινωνικοοικονομικές συνθήκες, η νεανική ηλικία, τα γλωσσικά εμπόδια και η ανεπαρκής στέγαση, καθώς και η ανεπαρκής προγεννητική φροντίδα, η χρήση παράνομων ουσιών ή οίνοπνεύματος, η κατάθλιψη, η απομόνωση, η έλλειψη της οικογενειακής υποστήριξης, ασταθείς γονικές σχέσεις και σπάνιες οικογενειακές επισκέψεις κατά τη διάρκεια της παραμονής των νεογνών μπορεί να αυξήσουν αυτόν τον κίνδυνο (2007). Η αξιολόγηση του φυσικού και ψυχοκοινωνικού περιβάλλοντος στο σπίτι είναι ένα σημαντικό συστατικό της διαδικασίας πριν το εξιτήριο. Η συμμετοχή όλων των μελών της ομάδας υγειονομικής περίθαλψης – ιδιαίτερα των νοσηλευτών και των κοινωνικών λειτουργών – στις αρχές του μαθήματος των νεογνών για την παροχή συναισθηματικής υποστήριξης, η αξιολόγηση του κινδύνου και η υπεράσπιση των οικονομικών και κοινοτικών πόρων είναι κρίσιμης σημασίας για την εξασφάλιση της ασφαλούς μετανοσοκομειακής πορείας των υψηλού κινδύνου νεογνών.

3.1.5 Η φροντίδα των πρόωρων νεογνών στο σπίτι

3.1.5.1 Διατροφή

Ακόμη και μετά την έκδοση του εξιτηρίου τα πρόωρα νεογνά μπορούν να έχουν πρόβλημα στην πρόσληψη αρκετών θερμίδων για την καλή αύξηση του βάρους. Τα πρόωρα νεογνά πρέπει να έχουν καλή αύξηση του σωματικού τους βάρους, αλλά ταυτόχρονα να μην μπορούν να είναι αρκετά ισχυρά ώστε να θηλάσουν ή να λάβουν τροφή από μπιμπερό. Οι γονείς μπορούν επίσης να αναρωτιούνται πόσο πολύ και πόσο συχνά το πρόωρο νεογνό τους θα πρέπει να τρώει ή πώς να ενθαρρύνουν τα μωρά με υπνηλία να τρέφονται καλύτερα (Callen&Pinelli, 2005).

Τα οφέλη του θηλασμού είναι πολυάριθμα, και κυμαίνονται από χαμηλότερη επίπτωση των λοιμώξεων του αυτιού σε βρέφη που θηλάζουν και μια μικρή βοήθεια με την απώλεια βάρους για τις μαμάδες. Δεν είναι μόνο ο θηλασμός που σε ένα πρόωρο νεογνό προσφέρει τα ίδια οφέλη του θηλασμού όπως σε ένα κανονικό μωρό, αλλά ένα πρόωρο νεογνό λαμβάνει επίσης πολλά πρόωρα ειδικά οφέλη του μητρικού γάλακτος (Callen&Pinelli, 2005).

Υπάρχουν 4 γενικά οφέλη του θηλασμού σε ένα πρόωρο νεογνό (Callen&Pinelli, 2005): διατροφικά, ανοσολογικά, και γνωστικά, και οφέλη για τη μαμά.

1. Διατροφικά οφέλη του θηλασμού στα πρόωρα νεογνά

- Τα πρόωρα νεογνά έχουν ανώριμα πεπτικά συστήματα, και το μητρικό γάλα είναι το τέλειο φαγητό για τις μικροσκοπικές κοιλιές τους. Οι μελέτες δείχνουν ότι τα πρόωρα νεογνά χωνεύουν το μητρικό γάλα καλύτερα από το ορό του γάλακτος.
- **Πρωτεΐνες:** Οι πρωτεΐνες μπορεί να είναι δύσκολο να χωνευτούν από τις μικροσκοπικές κοιλιές των νεογνών. Όταν τα παιδιά έχουν αλλεργίες στο γάλα, αυτές συνήθως οφείλονται στις πρωτεΐνες του γάλακτος. Ένα όφελος του θηλασμού σε ένα πρόωρο νεογνό είναι ότι οι πρωτεΐνες στο μητρικό γάλα είναι πολύ πιο εύκολες στη χώνεψη. Το μητρικό γάλα περιέχει πιο εύκολο στην πέψη ορό γάλακτος από το τυποποιημένο, και το σώμα χωνεύει τον ορό γάλακτος πιο εύκολα, και έτσι αφομοιώνει το μητρικό γάλα πιο γρήγορα.

- **Λίπη:** Επειδή τα πρόωρα νεογνά ζυγίζουν συνήθως πολύ λίγα στη γέννηση, η καλή αύξηση του βάρους είναι σημαντική για την ανάπτυξή τους. Το μητρικό γάλα περιέχει λιπαρά, τα οποία βοηθούν τα πρόωρα νεογνά να αφομοιώσουν τα λίπη στο μητρικό γάλα με μεγαλύτερη πληρότητα. Η καλύτερη απορρόφηση λίπους είναι ένα σημαντικό πλεονέκτημα του θηλασμού σε ένα πρόωρο μωρό.
- **Υδατάνθρακες:** Το μητρικό γάλα περιέχει τόσο λακτόζη (μια ζάχαρη) και ολιγοσακχαρίτες (ένα είδος υδατανθράκων). Τα πρόωρα μωρά απορροφούν μέχρι 90% της λακτόζης στο μητρικό γάλα, το οποίο τους βοηθά να απορροφήσουν τα μέταλλα εύκολα. Η ολιγοσακχαρίτες αναστέλλουν την κατάσχεση των βλαβερών βακτηρίων στο εντερικό βλεννογόνο, το οποίο θεωρείται ότι συμβάλλει στη μείωση του κινδύνου της νεκρωτικής εντεροκολίτιδα που παρατηρείται σε πρόωρα νεογνά που θηλάζουν.

2. Ανοσολογικά οφέλη του θηλασμού στα πρόωρα νεογνά

Τα περισσότερα πρόωρα νεογνά έχουν κίνδυνο λοιμώξεων που μπορεί μερικές φορές να είναι πολύ σοβαρές, ώστε υπάρχουν σημαντικά οφέλη του μητρικού θηλασμού για το ανοσοποιητικό σύστημα σε μερικά από αυτά (Callen&Pinelli, 2005):

- **Μειωμένες περιπτώσεις λοιμώξεων:** Οι υδατάνθρακες στο μητρικό γάλα βοηθούν στην πρόληψη των βακτηρίων από το «κολλήσουν» στους βλεννογόνους του μωρού. Αυτό το όφελος του θηλασμού σε ένα πρόωρο νεογνά το κάνει αρρωσταίνει λιγότερο συχνά.
- **Προστατεύει από συγκεκριμένες ασθένειες:** Όχι μόνο ο θηλασμός προστατεύει τα πρόωρα μωρά από γενικές ασθένειες, αλλά η έρευνα δείχνει ότι το μητρικό γάλα μειώνει πολλούς κινδύνους. Τα πρόωρα νεογνά που θηλάζουν έχουν χαμηλότερο κίνδυνο νεκρωτικής εντεροκολίτιδας, μια σοβαρή επιπλοκή της πρόωρης κύησης. Ο θηλασμός μειώνει επίσης τον κίνδυνο πρόωρης σήψης, μηνιγγίτιδας, και λοιμώξεις του αναπνευστικού, όπως η πνευμονία και η βρογχιολίτιδα.
- **Περαιτέρω οφέλη:** Αν και η σχέση μεταξύ του ανοσοποιητικού συστήματος της μητέρας και του ανοσοποιητικού συστήματος του μωρού δεν είναι σαφώς κατανοητή, οι μητέρες περνούν τα τρέχοντα αντισώματα τους στα θηλάζοντα μωρά τους. Εάν η μαμά και το μωρό είναι εκτεθειμένα στο κρύο, το ανοσοποιητικό σύστημα της μαμάς θα αρχίσει να στέλνει ψυχρής

καταπολέμησης αντισώματα στο μωρό μέσω του μητρικού γάλακτος. Δεδομένου ότι τα πρόωρα μωρά μπορούν να αρρωστήσουν πολύ από λοιμώξεις του αναπνευστικού και άλλες κοινές ασθένειες, αυτό είναι ένα σημαντικό όφελος.

3. Γνωστικά οφέλη του θηλασμού

Εκτός από τα θρεπτικά και ανοσολογικά οφέλη του μητρικού γάλακτος, ο θηλασμός μπορεί να βοηθήσει τα πρόωρα νεογνά να εξελιχθούν νοητικά. Επειδή τα πρόωρα νεογνά βρίσκονται σε κίνδυνο για αναπτυξιακές καθυστερήσεις και κακή λειτουργία στο σχολικό περιβάλλον, τα γνωστικά οφέλη του μητρικού γάλακτος είναι εξαιρετικά σημαντικά για τα πρόωρα νεογνά.

- **Πρώιμα γνωστικά οφέλη:** Τα νεογνά που λαμβάνουν μητρικό γάλα χωρίς στη ζωή τους είναι πιθανότερο να έχουν καλύτερη γνωστική λειτουργία ως νήπια. Μια μελέτη, ειδικότερα, έδειξε ότι τα χαμηλά βάρους κατά τη γέννηση βρέφη που έλαβαν μητρικό γάλα (ακόμη και όταν συνδυάζεται με φόρμουλα) σκόραραν υψηλότερα σε δοκιμές που μετρούν τη γνωστική ανάπτυξη σε ηλικία 30 μηνών.
- **Διαρκή γνωστικά οφέλη:** Τα πνευματικά οφέλη του μητρικού γάλακτος δεν σταματούν όταν ένα μωρό αρχίζει να μεγαλώνει. Ακόμη και στην ηλικία 7 1/2 έως 8, τα παιδιά που έλαβαν το μητρικό γάλα ως πρόωρα νεογνά εξακολουθούν να έχουν υψηλότερες βαθμολογίες IQ από τα παιδιά που γεννήθηκαν χωρίς τα οποία δεν έλαβαν μητρικό γάλα.

4. Οφέλη για τη μαμά

Τα πρόωρα νεογνά δεν είναι τα μόνα που ωφελούνται από το θηλασμό. Οι μητέρες επίσης ωφελούνται από το θηλασμό των πρόωρων νεογνών τους.

- **Αίσθηση της ολοκλήρωσης:** Στην μονάδα νεογνών, είναι εύκολο για τους γονείς να αισθάνονται ανίσχυροι. Τα μωρά μπορεί να είναι πολύ άρρωστα για αγκαλιές, και ο εξοπλισμός των νεογνών συχνά φοβίζει τους γονείς. Οι μητέρες που παρέχουν μητρικό γάλα για τα πρόωρα νεογνά τους κάνουν κάτι σημαντικό, κάτι που κανείς άλλος δεν μπορεί να κάνει για τα μικρά αυτά πλάσματα .

- **Οφέλη για την υγεία:** Εάν ένα μωρό γεννιέται νωρίς ή εγκαίρως, ο θηλασμός παρέχει στις μητέρες πολλά οφέλη για την υγεία. Οι επιπλέον θερμίδες που θηλάζουν μπορεί να βοηθήσουν τις μητέρες να επιστρέψουν στο προ-εγκυμοσύνης τους βάρος νωρίτερα, και οι ορμόνες που θηλάζουν βοηθούν την επιστροφή της μήτρας στο προηγούμενο μέγεθος της πιο γρήγορα. Ο θηλασμός μπορεί επίσης να μειώσει τον κίνδυνο μιας μητέρας για καρκίνο του μαστού και των ωοθηκών, καθώς και διαβήτη τύπου 2.

5. Σίτιση των πρόωρων νεογνών με ορό γάλακτος

Τα πρόωρα νεογνά και τα χαμηλά βάρους νεογνά χρειάζονται συχνά πρόσθετη διατροφή για να καλύψουν τις ανάγκες τους. Σύμφωνα με την Αμερικανική Ακαδημία Παιδιατρικής, ο γιατρός θα θελήσει να εξασφαλίσει ότι το μωρό παίρνει ένα επαρκές ποσό θερμίδων και ότι όλες οι διατροφικές ανάγκες του πληρούνται. Στην αρχή, αυτό μπορεί να σημαίνει ενδοφλέβια τροφοδότηση και, καθώς δυναμώνει, να προχωρήσει κανείς σε συμπληρώματα στην βρεφική μονάδα νεογνών και αφού φτάσουν στο σπίτι. Αν οι μητέρες σκοπεύουν να θηλάσουν, αλλά το μωρό τους δεν μπορεί να το κάνει άμεσα, είναι καλό να κρατήσουν την επιθυμία τους αυτή. Ο γιατρός μπορεί να συστήσει ότι το νεογνό θα πρέπει να τροφοδοτείται από το μητρικό γάλα, διότι, σύμφωνα με τις έρευνες, προσφέρει τις καλύτερες θρεπτικές ουσίες για τα εύθραυστα μωρά. Είναι επίσης πιθανό ότι ένα συμπλήρωμα, όπως το ενισχυμένο γάλα, θα συνιστάται ως συμπλήρωμα για το μητρικό γάλα της μητέρας. Οι μητέρες μπορούν επίσης να παγώσουν το μητρικό γάλα τους και να το αποθηκεύουν για αργότερα και η συνεχής άντληση θα εξασφαλίσει ότι η προμήθεια γάλακτος δεν θα (Callen&Pinelli, 2005)

3.1.5.2 Πρόληψη ασθενειών

Επειδή γεννήθηκαν νωρίς, κάποια πρόωρα νεογνά αρρωσταίνουν πιο εύκολα από τα μωρά πλήρους κύησης. Τα πρόωρα νεογνά είναι πιο πιθανό να έχουν μια ποικιλία από κακές συνθήκες υγείας, συμπεριλαμβανομένων των χρόνιων ασθενειών των πνευμόνων που τους θέτει σε κίνδυνο για λοιμώξεις του αναπνευστικού, ανώριμο ανοσοποιητικό σύστημα που καθιστά δύσκολο για αυτά να καταπολεμήσουν τη λοίμωξη ή παρατεταμένα θέματα στο έντερο από περιόδους εντεροκολίτιδας. Ευτυχώς, μετά από την εφαρμογή μερικών απλών κανόνων μπορεί κανείς να βοηθήσει στην

αποτροπή πολλών ασθενειών σε πρόωρα νεογνά (Αμερικανική Ένωση Εγκυμοσύνης, 2017).

Αναγνωρίζοντας τα γενικά σημάδια μιας ασθένειας

Τα σημάδια της ασθένειας στα μωρά είναι συχνά ανεξάρτητα από το είδος της ασθένειας που έχει το νεογνό. Μερικά συμπτώματα μπορεί να είναι ασαφή και δύσκολο να αναγνωριστούν, άλλα μπορεί να είναι προφανή ή επίμονα. Όποιο κι αν είναι το σημάδι, ο πρώτος κανόνας είναι να εμπιστεύεται κανείς το ένστικτο του. Στο τέλος, κάποιος δεν πρέπει ποτέ να διστάσει να καλέσει το γιατρό εάν κάποιος βρίσκεται αντιμέτωπος με τα συμπτώματα που δεν φαίνονται συνήθη. Αυτά τα συμπτώματα περιλαμβάνουν γενικά σημάδια της ασθένειας. Μεταξύ των πιθανών ανησυχιών (Αμερικανική Ένωση Εγκυμοσύνης, 2017) είναι:

- Η ακραία υπνηλία, που είναι κάτι που οι ξένοι συχνά απορρίπτουν στα μωρά, αλλά οι γονείς ξέρουν καλύτερα. Ενώ τα νεογνά κοιμούνται πολύ (ειδικά τα πρόωρα), η μητέρα ξέρει αν το μωρό της έχει υπνηλία πέραν του συνηθισμένου ή αν έχει δυσκολία να ξυπνήσει σε χρόνους σίτισης. Οι γονείς δεν πρέπει να αφήσουν τους άλλους να τους λένε πως «είναι αυτό που κάνουν τα μωρά» αν δεν αισθάνονται ότι κάτι δεν πάει καλά.
- Τα χαλαρά κόπρανα είναι πάντα μια ανησυχία δεδομένου ότι μπορούν να σηματοδοτήσουν την αφυδάτωση σε ένα νεογνό. Υπό κανονικές συνθήκες, τα μωρά που θηλάζουν έχουν πολλά κίτρινα, κακής μυρωδιάς κόπρανα, ενώ τα νεογνά που σιτίζονται με φόρμουλα έχουν ένα ή περισσότερα μαλακά, μαύρα ή χρωματιστά κόπρανα. Κάποιος πρέπει να πάει το μωρό στον παιδίατρο εάν τα κόπρανα είναι χαλαρά ή είναι κυρίως αποτελούμενα από υγρά. Αυτά δεν θεωρούνται ποτέ φυσιολογικά.
- Λιγότερες υγρές πάνες μπορεί να μην φαίνεται σαν ένα πρόβλημα, αλλά μπορεί να είναι ένα άλλο σημάδι της αφυδάτωσης. Εάν το μωρό έχει λιγότερες από έξι υγρές πάνες ανά ημέρα και σιτίζεται κανονικά, ο γονέας πρέπει καλέσει τον παιδίατρο.
- Ο εμετός δεν είναι το ίδιο πράγμα με το φτύσιμο. Όταν τα μωρά μηρυκάζουν, τις τροφές αυτό δεν πρέπει ποτέ να είναι δυνατό ή επώδυνο. Εάν το μωρό ξερνάει ή φαίνεται να έχει πόνους μετά τον εμετό, οι γονείς πρέπει πάλι να καλέσουν το γιατρό για να μάθουν το συντομότερο δυνατόν τι συμβαίνει.

Αναγνωρίζοντας τα σημάδια μιας σοβαρής ασθένειας

Αν και τα συμπτώματα των ασθενειών στα νεογνά μπορούν συχνά να είναι ασαφή (όπως το κλάμα ή ο λήθαργος), τα σημάδια της σοβαρής ασθένειας είναι συνήθως εύκολο να εντοπιστούν. Εάν ένα μωρό παρουσιάζει σημάδια οποιαδήποτε από αυτά, κάποιος πρέπει να καλέσει το γιατρό αμέσως ή να πάει στην πλησιέστερη μονάδα έκτακτης ανάγκης (Αμερικανική Ένωση εγκυμοσύνης, 2017):

- Η δυσκολία στην αναπνοή θα πρέπει να σηματοδοτήσει συναγερμούς για την αναζήτηση βοήθειας. Εάν το μωρό κάνει κόπο να αναπνεύσει, ή καίγονται τα ρουθούνια του, ή εισπνέει τόσο σκληρά που μπορεί κανείς να δει τα πλευρά του, οι γονείς πρέπει να καλέσουν άμεσα την έκτακτη βοήθεια. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα εάν υπάρχει μια μπλε απόχρωση στα χείλη ή το στόμα (κυάνωση) ή η αναπνοή είναι ταχύτερη από 60 αναπνοές ανά λεπτό.
- Ο πυρετός που θεωρείται φυσιολογικός σε μεγαλύτερα παιδιά αποτελεί μια σοβαρή απειλή για τα νεογνά κάτω των τριών μηνών. Ιδανικά, η θερμοκρασία του μωρού πρέπει να είναι μεταξύ 36.6 και 38°C. Μια θερμοκρασία υψηλότερη από αυτή θα μπορούσε να είναι ένα σημάδι μόλυνσης. Η θεραπεία δεν πρέπει ποτέ να καθυστερήσει.
- Οι δυσκολίες σίτισης ή οι αλλαγές των συνήθειων κατανάλωσης δεν πρέπει γενικά να αντιμετωπίζεται ως «σχολαστικότητα» στα νεογνά. Εάν το μωρό δεν ξυπνήσει για να φάει, δεν θέλει να φάει, ή σιτίζεται πολύ λιγότερο από το κανονικό, κάποιος πρέπει να καλέσει το γιατρό αμέσως.
- Ερυθρότητα, ραβδώσεις, και φλεγμονή γύρω από οποιοδήποτε άνοιγμα του σώματος είναι μια σοβαρή ιατρική κατάσταση που απαιτεί άμεση φροντίδα. Αυτό περιλαμβάνει φλεγμονή των ριζών του ομφάλιου λώρου, πληγές στην περιτομή, τις γαστρο-οισοφαγικές περιοχές εισαγωγής του σωλήνα σίτισης, και τις τραχειοτομίες. Εάν η περιοχή είναι θερμή, κόκκινη, αυξομειούμενη, ή με ράβδωση, κάποιος πρέπει να καλέσει το γιατρό αμέσως.

3.1.5.3 Λουτρό

Αν και το λουτρό των νεογνών μπορεί να φαίνεται σαν ένα από τα απλούστερα καθήκοντα των γονέων, το να δώσει κανείς σε ένα νεογνό ένα μπάνιο για πρώτη φορά μπορεί να είναι τρομακτικό! Υπάρχουν μερικά πράγματα που πρέπει να εξετάζονται

όταν αποφασίζει κανείς εάν θα λούσει κανείς το νεογνό με βρεμένες πάνες ή θα το λούσει στη μπανιέρα. Πρώτον, πρέπει κανείς να κοιτάξει τον ομφάλιο λώρο. Είναι ακόμα κολλημένος, ή υπάρχει κάποια διαρροή ή αιμορραγία από το σημείο και αν ναι, πρέπει να λούσει το μωρό με βρεμένες πάνες. Το επόμενο πράγμα που εξετάζει είναι αν το μωρό έχει κάνει περιτομή. Αν έχει κάνει περιτομή που είναι ακόμα σε διαδικασία επουλώσης, τότε και πάλι πρέπει να το λούσει κανείς με βρεμένες πετσέτες. Εάν ο λώρος ενός μωρού και η περιτομή επουλωθούν γρήγορα, κατόπιν η επιλογή των γονέων μπορεί να είναι το λούσιμο σε μπανιέρα. Τα μωρά γλιστρούν όταν είναι βρεμένα, έτσι ώστε μερικοί γονείς προτιμούν να τα λούζουν με βρεμένες πάνες μέχρι να αισθάνονται πιο σίγουροι. Εντούτοις, τα περισσότερα μωρά φαίνεται να προτιμούν ένα λουτρό σε μπανιέρα, και θα κλάψουν λιγότερο και θα απολαύσουν το χρόνο των λουτρών περισσότερο σε μια μπανιέρα (Αμερικανική Ένωση Εγκυμοσύνης, 2017).

Τα νεογνά, ειδικά τα πρόωρα, έχουν ευαίσθητο δέρμα που ξηραίνεται πολύ γρήγορα. Αν το μωρό κάνει μπάνιο κάθε μέρα, αυτό μπορεί να προκαλέσει ξηρότητα στο δέρμα, έτσι το μπάνιο πρέπει να γίνεται κάθε δύο έως τέσσερις ημέρες. Τα μωρά που ιδρώνουν πολύ ή φτύνουν επάνω τους συχνά θα πρέπει να πλένονται συχνότερα, ενώ τα μωρά που μένουν συνήθως καθαρά μπορούν να κάνουν μπάνιο με μικρότερη συχνότητα (Αμερικανική Ένωση Εγκυμοσύνης, 2017).

Το πρώτο βήμα για το λούσιμο ενός μωρού είναι να συγκεντρώσει κανείς όλες τις προμήθειες. Κάποιος δεν μπορεί να απομακρυνθεί μόλις τοποθετηθεί το μωρό στην μπανιέρα, έτσι οι γονείς πρέπει να σιγουρευτούν ότι έχουν όλα όσα απαιτούνται. Αφότου συγκεντρώνονται οι προμήθειες, λαμβάνεται η θερμοκρασία του μωρού. Μια κανονική θερμοκρασία μασχάλης (κάτω από το βραχίονα) είναι μεταξύ 36.6 και 37.4°C. Τα πρόωρα νεογνά κρυώνουν ποιο εύκολα, έτσι κάποιος πρέπει να σιγουρευτεί ότι η θερμοκρασία του μωρού είναι στα κανονικά επίπεδα πριν από το χρόνο του μπάνιου και να δώσει στο μωρό ένα λουτρό σε ένα θερμό δωμάτιο. Η μπανιέρα ή το μπολ πρέπει να είναι γεμάτο με χλιαρό νερό (δοκιμή με τον καρπό ή τον αγκώνα). Μια πετσέτα ή ένα σφουγγάρι μπορεί να χρησιμοποιηθούν για να δώσουν σε ένα μωρό ένα λουτρό με πετσέτες. Εάν κάποιος κάνει μπάνιο στη μπανιέρα, το μωρό πρέπει να είναι σε θέση στην μπανιέρα, που στηρίζει το λαιμό και τους ώμους του. Το μωρό πλένεται με την ακόλουθη σειρά (Αμερικανική Ένωση Εγκυμοσύνης, 2017):

- **Πλένετε το πρόσωπο:** Πρέπει να χρησιμοποιήσει κανείς μια πετσέτα για να πλύνει από την εσωτερική γωνία του ματιού στην εξωτερική γωνία, στη συνέχεια, χρησιμοποιώντας ένα διαφορετικό μέρος της πετσέτας να πλύνει το άλλο μάτι. Τη συνέχεια πρέπει να πλύνει το υπόλοιπο πρόσωπο. Δεν πρέπει να χρησιμοποιηθεί σαπούνι στο πρόσωπο.
- **Πλένετε ο λαιμός και τα αυτιά:** Το γάλα και οι βρωμιές τείνουν να παγιδεύονται σε πτυχώσεις του λαιμού του μωρού και πίσω από τα αυτιά, έτσι ώστε κανείς πρέπει να χρησιμοποιήσει σαπούνι και πλύνει αυτά τα μέρη στη συνέχεια.
- **Πλένετε το σώμα:** Πρέπει κανείς να πλύνει τα χέρια, τον κορμό, την πλάτη και τα πόδια του μωρού.
- **Πλένετε το κατώτατο σημείο:** Πρέπει κανείς στην συνέχεια να πλύνει το κατώτατο σημείο του μωρού, και κατόπιν να θέσει την πετσέτα στην άκρη. Εάν κάνει στο νεογνό μπάνιο με ένα σφουγγάρι, πρέπει να τυλίξει ή καλύψει το μωρό με μια στεγνή πετσέτα προτού του πλύνει τα μαλλιά.
- **Πλύνετε τα μαλλιά:** Επειδή η θερμότητα δραπετεύει τόσο γρήγορα από το κεφάλι ενός μωρού, πρέπει κανείς να πλένει τα μαλλιά του μωρού τελευταία. Πρέπει να γίνεται χρήση ειδικού σαμπουάν που σχεδιάζεται για τα μωρά.
- **Στεγνώνετε και ντύνετε το μωρό:** Μετά την ώρα του μπάνιου, πρέπει κανείς να στεγνώσει καλά το μωρό και να το ντύσει με καθαρά, στεγνά ρούχα. Πρέπει να του βάλει καπέλο στο κεφάλι για να ελαχιστοποιήσει την απώλεια θερμότητας.

3.5.1.4 Απαραίτητος εξοπλισμός για την φροντίδα πρόωρων νεογνών

Αυτός είναι ο εξοπλισμός που κάθε μωρό θα πρέπει να έχει στο σπίτι, και το πρόωρο δεν είναι διαφορετικό. Οι γονείς πρέπει να σιγουρευτούν ότι όπου υφίσταται κάτι πρέπει να στο κατάλληλο μέγεθος. Αυτά περιλαμβάνουν (Αμερικανική Ένωση Εγκυμοσύνης, 2017):

- **Πάνες και μαντηλάκια**
- **Μπιμπερό:** Αν το μωρό δεν είναι σε σίτιση αποκλειστικά με θηλασμό οι γονείς θα πρέπει να έχουν αρκετά μπιμπερό για να περάσουν μια μέρα στο σπίτι. Οι

περισσότερες θηλάζουσες μητέρες απολαμβάνουν να έχουν έναν σύντροφο ή έναν που ταΐσει το μωρό τους τουλάχιστον στην αρχή.

- **Κατάλληλα σε μέγεθος ρούχα:** Οι γονείς πρέπει να έχουν κατά νου, ότι τα περισσότερα πρόωρα νεογνά μεγαλώνουν γρήγορα, έτσι δεν πρέπει να αγοράζουν μεγάλες ποσότητες ρούχων για αυτά. Καλό είναι να έχουν μία σειρά από μεγέθη από την αρχή.
- **Καλύμματα ή/και σάκοι ύπνου:** Οι γονείς θα θελήσουν να εξασκηθούν στη χρήση του υπνόσακου πριν από την πρώτη ημέρα σπίτι, έτσι πρέπει να ρωτήσουν εάν μπορούν να τους τον φέρουν στην εντατική νεογνών πριν από το εξιτήριο. Ο σάκος βοηθά λόγω της άνετης χρήσης του, και βοηθά το μωρό να συνηθίσει με την πάροδο του χρόνου.
- **Κούνια ή κρεβάτι:** Επικές μάχες θα μπορούσαν να διεξαχθούν για το ποιος έχει την καλύτερη απάντηση στο σημείο που τα μωρά θα πρέπει να κοιμούνται, αλλά οι κατευθυντήριες γραμμές από την Αμερικανική Ακαδημία Παιδιατρικής είναι ένα καλό μέρος για να ξεκινήσει κανείς.
- **Φόρμουλα:** Οι γονείς πρέπει να σιτίζουν τα νεογνά τους με ορό γάλακτος αν οι γιατροί το συστήσουν. Οι γονείς πρέπει να περιμένουν έως ότου το νεογνό θα πάει στο σπίτι για να αγοράσουν το κατάλληλο, και προκειμένου να ξέρουν ακριβώς ποιος ορός γάλακτος πρέπει να καταναλωθεί από το νεογνό τους.
- **Θερμόμετρο μωρών:** Οι γονείς πρέπει να σιγουρευτούν ότι είναι κατάλληλο για χρήση σε νεογνά. Πολλά από τα νεότερα ψηφιακά θερμόμετρα σχεδιάζονται για τα μεγαλύτερα μωρά και τα παιδιά.
- **Μπανιέρα:** Οι γονείς πρέπει να είναι απολύτως σίγουρη ότι το μπάνιο σε μπανιέρα είναι κατάλληλο για τα νεογνά τους. Η μπανιέρα πρέπει να είναι ασφαλής, και οι γονείς τείνουν να προτιμούν μια μπανιέρα που έχει σχεδιαστεί ειδικά για μωρά. Εάν ένα από αυτά χρησιμοποιείται, τότε πρέπει κανείς να προχωρήσει και να επιλέξει ένα πριν από την επιστροφή στο σπίτι από το μαιευτήριο.
- **Ρινική αναρρόφηση:** Οι γονείς πρέπει να είναι προετοιμασμένοι για την πρώτη καταρροή από τη μύτη, η οποία σίγουρα θα συμβεί.
- **Απολυμαντικό χεριών:** Με την διαθεσιμότητα του κάθε επισκέπτης θα έχει ένα γρήγορο και εύκολο τρόπο για να κρατήσει τα μικρόβια μακριά από το μικρό. Θα μπορούσε κανείς επίσης να εξετάσει τη χρήση μασκών προσώπου, σε περίπτωση που κάποιος εμφανίζει αλλεργίες και καταρροές.

- **Σύριγγα φαρμάκων:** Εάν ένα πρόωρο νεογνό παίρνει οποιαδήποτε φάρμακα, απαιτείται εξοπλισμός που χρησιμοποιείται για να του χορηγηθεί, όπως και μια πιπίλα ή μια σύριγγα φαρμάκων.

Αυτά είναι τα βασικά. Όταν ένα μωρό είναι νεογνό, εντούτοις, κάποιος μπορεί να βρει ότι τα ακόλουθα στοιχεία είναι επίσης σημαντικά (Αμερικανική Ένωση Εγκυμοσύνης, 2017):

- **Όργανο ελέγχου μωρών:** Αυτά κυμαίνονται από απλά έως σύνθετα, αλλά οι περισσότεροι γονείς αγαπούν τρόπους που τους δίνουν την ευκαιρία να δουν και να ακούσουν τα μωρά τους όταν είναι σε χωριστά δωμάτια. Αυτοί είναι διαφορετικοί από τους εγχώριους ελέγχους ιατρικού βαθμού, οι οποίοι έρχονται μόνο με τις διαταγές του γιατρού. Αυτά τα εγχώρια όργανα ελέγχου επιτρέπουν σε ένα για να ακούσουν και να δουν το μικρό, και προσφέρουν στους γονείς τη μεγάλη ανακούφιση.
- **Rock-n-play:** Οι γονείς πρόωρων νεογνών το προτείνουν ανεπιφύλακτα. Αυτό καθιστά εύκολη την τοποθέτηση του μωρού έτσι ώστε να κρατιέται το κεφάλι του ελαφρώς ανυψωμένο, και το οποίο μπορεί να βοηθήσει με την παλινδρόμηση, ενώ τους επιτρέπει να κάνουν ήπιες κινήσεις.
- **Κούνια μωρού:** Μακράν η πιο βολική είναι η mamaGo. Μερικά μωρά έχουν συνηθίσει σε συγκεκριμένες κούνιες νεογνών, οπότε μπορεί κάποιος θα θέλει να αγοράσει κάτι παρόμοιο.

3.5.1.5 Προετοιμασία των γονέων για την φροντίδα των πρόωρων νεογνών

Ο καλύτερος τρόπος για να είναι έτοιμος κανείς για το μωρό στο σπίτι είναι να αφιερώσει κάποιο χρόνο για τη φροντίδα του στην μονάδα θεραπείας νεογνών. Είναι σημαντικό ο γονιός να κρατά το μωρό του αγκαλιά ή να αλλάζει τις πάνες, αλλά υπάρχει μια δέσμη από πράξεις που μπορεί κανείς να κάνει για να γνωρίσει το μωρό του ακόμα καλύτερα. Οι γονείς πρέπει να μάθουν τα ακόλουθα (Αμερικανική Ένωση Εγκυμοσύνης, 2017):

- **Αλλαγή της πάνας του μωρού.** Εάν οι γονείς εκφράσουν στις νοσοκόμες την επιθυμία τους να κάνουν τις αλλαγές της πάνας οι ίδιοι όταν είναι εκεί, θα

βελτιώσουν τον τρόπο με τον οποίο το κάνουν. Έτσι θα έχουν ένα λιγότερο πράγμα για να αγχώνονται όταν παίρνουν το μωρό στο σπίτι.

- **Το τάισμα του μωρού.** Για ορισμένα πρόωρα νεογνά, αυτό δεν είναι μεγάλη υπόθεση, ενώ για άλλα είναι σχεδόν αδύνατο να καταφέρει κανείς να τους ταΐσει με ασφαλή και αποτελεσματικό τρόπο όλο το γάλα που χρειάζονται για να συνεχίσουν να αναπτύσσονται. Σε οποιαδήποτε περίπτωση, θα πρέπει κανείς να εξασκηθεί στους διάφορους τρόπους σίτισης – στήθος, μπουκάλι, σύριγγα, κ.α. Θα πρέπει οι γονείς να εκφράσουν την επιθυμία τους να συμμετέχουν στην σίτιση του μωρού, όσο αυτό βρίσκεται στη μονάδα εντατικής θεραπείας νεογνών, για να λάβουν την εκπαίδευση και τη βοήθεια που χρειάζονται από τους ειδικούς. Στη συνέχεια πρέπει να κάνουν όλο και περισσότερο πρακτική σε αυτά που έμαθαν.
- **Η μέτρηση της θερμοκρασίας του μωρού.** Θα πρέπει ο γονιός να ξέρει πώς να το κάνει σωστά και να γνωρίζει ποια είναι η φυσιολογική θερμοκρασία του μωρού.
- **Το μπάνιο του μωρού.** Οι γονείς πρέπει να εκφράσουν την επιθυμία τους στις νοσοκόμες ότι θέλουν να εξασκηθούν στο πώς να κάνουν μπάνιο στο μωρό τους, έτσι ώστε μπορούν να το κάνουν με ασφάλεια στη συνέχεια στο σπίτι. Οι νοσοκόμες έχουν διάφορες απόψεις για τον ιδανικό τρόπο να κάνουν μπάνιο στο μωρό, έτσι είναι πρόθυμες να δοκιμάσουν τους διαφορετικούς τρόπους για να δουν ακριβώς ποιος είναι ο καλύτερος για ένα συγκεκριμένο νεογνό.
- **Η ένδυση του μωρού.** Και πάλι, οι νοσοκόμες έχουν διαφορετικούς τρόπους για να το κάνουν, έτσι να μαθαίνει κανείς από πολλούς και διαφορετικούς ανθρώπους βοηθά στο να βρεθεί ο βέλτιστος τρόπος. Και πάλι, ο μόνος τρόπος για να το κάνει κανείς σωστά είναι να εξασκηθεί εντατικά σε αυτό.
- **Η προετοιμασία του μπιμπερό ή συμπληρώματος.** Πολλά πρόωρα νεογνά χρειάζονται πρόσθετες θερμίδες στη διατροφή τους, και αυτό σημαίνει ότι οι γονείς πρέπει να ξέρουν πώς να προετοιμάσουν το μπιμπερό για να ταΐσουν το μωρό τους. Οι γονείς δεν πρέπει να περιμένουν μέχρι την τελευταία ημέρα για να μάθουν πώς να το κάνουν σωστά. Θα πρέπει να ζητήσουν τη βοήθεια των νοσοκόμων από την αρχή, έτσι ώστε σύντομα θα είναι άνετοι να το κάνουν μόνοι τους.
- **Η χορήγηση των φαρμάκων.** Εάν το μωρό χρειάζεται τη χορήγηση φαρμάκων, όπως πολύ-βιταμίνες ή χάπια για την παλινδρόμηση, πρέπει ο

γονιός να ξέρει πώς να το κάνει σωστά. Πρέπει να ζητήσει από τις νοσοκόμες να του δείξουν τον τρόπο για κάθε τρόπο χορήγησης ενός φαρμάκου.

- **Το καλμάρισμα του μωρού.** Μερικές φορές είναι δύσκολο να πει κανείς στους γονείς πώς να ηρεμήσουν το μωρό τους καθώς είναι πιο αποτελεσματικό να μάθει κανείς να το κάνει στην άνεση του σπιτιού του. Αλλά οι νοσηλευτές νεογνών έχουν μεγάλη εμπειρία στο να βοηθήσουν αναστατωμένα μωρά, και μερικοί από αυτούς είναι βέβαιο ότι θα έχουν μάθει τρόπους με τους οποίους αυτό θα μπορούσε να γίνει πιο αποτελεσματικά. Οι γονείς θα πρέπει να λάβουν υπόψη τους τις συστάσεις των νοσοκόμων.
- **Το μασάζ του μωρού.** Μερικές φορές οι γονείς είναι τυχεροί και βρίσκουν κάποιον που μπορεί να τους διδάξει τρόπους για να κάνουν μασάζ το πρόωρο νεογνό τους. Οι γονείς πληρώνουν πολλά χρήματα μερικές φορές για να πάρουν μαθήματα από ειδικούς, αλλά μπορεί κανείς να έχει πρόσβαση σε μεγάλους δασκάλους στη μονάδα νεογνών.
- **Καρδιακή ανάνηψη σε πρόωρα νεογνά.** Οι περισσότεροι γονείς, ευτυχώς, δεν θα χρειαστεί ποτέ να χρησιμοποιήσουν τις δεξιότητες καρδιακής ανάνηψης, αλλά είναι καλό να γνωρίζουν πώς να το κάνουν σε περίπτωση έκτακτης ανάγκης. Εάν ένα νοσοκομείο δεν παρέχει καμία εκπαίδευση στην καρδιακή ανάνηψη, οι γονείς θα πρέπει να ρωτήσουν που θα μπορούσαν να λάβουν εκπαίδευση για αυτό.
- **Διανυκτέρευση των γονιών στην μονάδα φροντίδας νεογνών.** Μερικά νοσοκομεία επιτρέπουν στους γονείς μένουν στο νοσοκομείο κατά την διάρκεια της νύκτας ή για αρκετές ημέρες, εξασκώντας την πλήρη ανεξάρτητη φροντίδα του μωρού τους ενώ ακόμα είναι υπό την ασφάλεια του νοσοκομείου. Είναι πολύ σημαντικό να το κάνει κανείς όταν είναι διαθέσιμο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4:

ΙΣΤΟΛΟΓΙΑ ΜΕ ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΗΣ ΦΡΟΝΤΙΔΑΣ ΠΡΟΩΡΩΝ ΝΕΟΓΝΩΝ

4.1 Ελληνικά και διεθνή blog για την υποστήριξη της φροντίδας των πρόωρων νεογνών

4.1.1 Ελληνικά blog για την υποστήριξη της φροντίδας των πρόωρων νεογνών

To blog 31Ebdomades²



Εικόνα 2 – Το λογότυπο του 31 Ebdomades

Το blog δημιουργήθηκε από την Κέλλυ Σώκου, που έβαλε ως σκοπό της να βοηθήσει τους γονείς που έζησαν την εμπειρία της προωρότητας. Σύμφωνα με τα λεγόμενα της, το site δεν αφορά μόνο τα πρόωρα μωρά, αλλά απευθύνεται στους πρόωρους γονείς, αλλά όχι μόνο. Ξεκίνησε το 2013 ως προσωπικό blog με βασικό θέμα τα συναισθήματα μιας μαμάς που έχει γεννήσει πρόωρα, αλλά γρήγορα μεταλλάχθηκε σε κάτι άλλο. Με τις ιστορίες που έστειλαν άλλες μαμάδες και μπαμπάδες και με οδηγό την ανάγκη μας για περισσότερη πληροφόρηση, το blog αυτό φιλοδοξεί να γίνει μια πύλη ενημέρωσης για την προωρότητα. Γι' αυτό λοιπόν από το 2016 συγκροτήθηκε μια ομάδα από πρόωρα μαμάδες (τα βιογραφικά των οποίων βρίσκονται αναρτημένα στην ιστοσελίδα) που έχουν πολλά να πουν κι ακόμη περισσότερα να μοιραστούν. Στόχος τους πλέον είναι η συσπείρωση των γονέων που έζησαν ή ζουν την προωρότητα και τα προβλήματά της, η στήριξη και η προσφορά, η διεκδίκηση καλύτερων συνθηκών και η αλληλοβοήθεια. Το blog έχει πλέον εκατοντάδες αναρτήσεις με προσωπικές ιστορίες,

²<https://31ebdomades.gr/>

ιστορίες θηλασμού, ψυχολογία (π.χ., μαμά προς μαμά, γνώμες ειδικών, κλπ.) νέα και ειδήσεις, ιατρικές πληροφορίες και γνώμες ειδικών όσον αφορά την κύηση και τον τοκετό, τον πρώτο χρόνο του νεογνού στο σπίτι, την υγεία του παιδιού, ερωτήσεις και απαντήσεις, γλωσσάρι, και δράσεις. Το blog επιτρέπει στους αναγνώστες του να σχολιάσουν τα άρθρα. Παρέχει επίσης πληροφορίες για επικοινωνία με την συντακτική ομάδα και συνδέσμους σε άλλα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook, το Twitter, κ.α. Μπορεί κανείς επίσης να εντοπίσει άρθρα μέσω επιλεγμένων tags.

Το blog Ηλιτόμνηνον – Για την φροντίδα των πρόωρων νεογνών³



Εικόνα 3 – Το λογότυπο του blog Ηλιτόμνηνον

Το Ηλιτόμνηνον αποτελεί ένα ανεξάρτητο ιστολόγιο με συντακτική ομάδα και εξωτερικούς συνεργάτες (τα βιογραφικά των οποίων βρίσκονται αναρτημένα στην ιστοσελίδα). Σύμφωνα με την συντακτική του ομάδα «ενώνει τη φωνή των γονέων πρόωρων και των επιστημόνων, με σκοπό την φροντίδα των πρόωρων νεογνών». Για επιτύχει τους στόχους του, το blog διοργανώνει και υποστηρίζει κοινωνικές, επιστημονικές και εκπαιδευτικές δραστηριότητες που συμβάλλουν στην πρόωση και επίλυση των ιατρικών και κοινωνικοοικονομικών προβλημάτων των οικογενειών με πρόωρα νεογνά. Το Ηλιτόμνηνον ανήκει στο δίκτυο οργανώσεων γονέων από όλη την Ευρώπη που δρουν συντονισμένα με το EFCNI, το Ευρωπαϊκό Ίδρυμα για τη Φροντίδα των Νεογνών, και διεκδικούν από την Ε.Ε. τη θέσπιση ενιαίων εθνικών κατευθυντήριων οδηγιών με τις οποίες να διασφαλίζεται η παροχή κατάλληλης φροντίδας σε όλες τις εγκύους, τα νεογνά και τα πρόωρα βρέφη. Όπως αναφέρουν οι συντάκτες, με κάθε παιδί γεννιέται και μια ελπίδα, κι αυτή την ελπίδα το Ηλιτόμνηνον θέλει να την κρατήσει ζωντανή και δυνατή.

³<http://www.ilitominon.gr/>

Το blog παρέχει πληροφορίες στους γονείς και τους επαγγελματίες υγείας, δελτία τύπου και νέα και ειδήσεις (π.χ., συνέδρια, δράσεις, κλπ.). Παρέχει επίσης πληροφορίες για επικοινωνία με την συντακτική ομάδα και συνδέσμούς σε άλλα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook, το Twitter, κ.α., καθώς και σε άλλα σχετικά ιστολόγια.

Το blog Imommy – Το παιδί μου και εγώ⁴



Εικόνα 4 – Το λογότυπο του blog Imommy

Το blog Imommy ανήκει στην εταιρεία Alter Ego ΑΕ. Παρέχει αναρτήσεις που είναι γραμμένες από την συντακτική ομάδα ή εξωτερικούς συνεργάτες. Το blog παρέχει πληροφορίες για τη γονιμότητα (π.χ., προετοιμασία, υποβοηθούμενη αναπαραγωγή, κλπ.), την εγκυμοσύνη (π.χ., πληροφορίες ανά εβδομάδα κύησης, την υγεία, την ψυχολογία, την διατροφή και την εξάσκηση της εγκύου, τον τοκετό, τη μόδα και την ομορφιά), το βρέφος (π.χ., υγεία, ανάπτυξη, διατροφή, φροντίδα και θηλασμό), το νήπιο (π.χ., υγεία, ανάπτυξη, ψυχολογία, διατροφή, και εκπαίδευση), τον πατέρα (π.χ., θα γίνω μπαμπάς, και είμαι μπαμπάς). Παρέχει απαντήσεις σε διάφορα ερωτήματα από γυναικολόγους, παιδίατρους και ψυχολόγους. Παρέχει επίσης συνταγές μαγειρικής, οδηγό υγείας (π.χ., με αλφαβητική σειρά), μετρητές υγείας (π.χ., δείκτη μάζας σώματος, πρόβλεψη ύψους παιδιού, θερμοδομετρίτη), ημερολόγιο εγκυμοσύνης, ημερολόγιο παιδιού, νέα, ατζέντα γεγονότων και εκδηλώσεων, πληροφορίες για νέες εκδόσεις, διαγωνισμούς, διακόσμηση, αγορές, κοινωνικά σχόλια και ιδέες για ονόματα παιδιών. Η αναρτήσεις διαχωρίζονται σε χρονικές κατηγορίες σύμφωνα με την ηλικία του παιδιού (π.χ., νεογέννητα στο 1^ο, 2^ο και 3^ο τρίμηνο, 1^ο έτος, 2^ο έτος και 3^ο έτος). Το blog επιτρέπει στους αναγνώστες του να σχολιάσουν τα άρθρα. Παρέχει επίσης

⁴<http://www.imommy.gr/>

πληροφορίες για επικοινωνία με την συντακτική ομάδα και συνδέσμους σε άλλα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook, το Twitter, κ.α.

To Mother's Blog⁵



Εικόνα 5 – Το λογότυπο του Mother's Blog

Το Mother's Blog αποτελεί ένα ανεξάρτητο ιστολόγιο με συντακτική ομάδα και εξωτερικούς συνεργάτες (τα βιογραφικά των οποίων βρίσκονται αναρτημένα στην ιστοσελίδα). Το blog παρέχει πληροφορίες για τη γονιμότητα, την εγκυμοσύνη, τη μητέρα, τον πατέρα, και το παιδί. Παρέχει επίσης συνταγές μαγειρικής, νέα και ειδήσεις, γνώμες ειδικών, προτάσεις για ασχολίες κατά τον ελεύθερο χρόνο, βίντεο και ιδέες για αγορές. Το blog επιτρέπει στους αναγνώστες του να σχολιάσουν τα άρθρα. Παρέχει επίσης πληροφορίες για επικοινωνία με την συντακτική ομάδα και συνδέσμους σε άλλα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook, το Twitter, κ.α.

To blog All 4 Mama⁶



Εικόνα 6 – Το λογότυπο του blog All 4 Mama

Το All 4 Mama αποτελεί ένα ανεξάρτητο ιστολόγιο με συντακτική ομάδα και εξωτερικούς συνεργάτες (με αναρτήσεις των φωτογραφιών και των βιογραφικών

⁵<https://www.mothersblog.gr/>

⁶<http://www.all4mama.gr>

τους). Παρέχει αναρτήσεις που είναι γραμμένες από την συντακτική ομάδα ή εξωτερικούς συνεργάτες. Το blog παρέχει πληροφορίες για την εγκυμοσύνη (π.χ., πριν την εγκυμοσύνη και ανά εβδομάδα, την υγεία, την ψυχολογία, την διατροφή της εγκύου, αγορές πριν την γέννα, τη βαλίτσα που πρέπει να πάρει έγκυος μαζί στο μαιευτήριο, τον τοκετό είτε αυτός είναι φυσιολογικός, είτε με καισαρική τομή), το μωρό (π.χ., την ανάπτυξη του μωρού μέχρι τους 12 μήνες, την υγεία του, τον θηλασμό, τη διατροφή, τον ύπνο, τις δραστηριότητες και τι πρέπει να αναμένουν οι γονείς), το παιδί (π.χ., ανάπτυξη μετά την παρέλευση του 1^{ου} έτους, την υγεία, τη διατροφή, την ψυχολογία, την εκπαίδευση, τις δραστηριότητες και τι πρέπει να αναμένουν οι γονείς), τους γονείς (π.χ., μητέρα, πατέρας, σχέσεις, και ευ ζην), τα blogs(π.χ., απόψεις ζωής, dearmama, pasta αλα Βικτώρια, η σελίδα της Μαρίας, οι ιστορίες της Έλλης, Mom 4 all, παιδική αστρολογία, αριθμολογία και ονόματα), συμβουλές, αγορές (π.χ., παιδικό δωμάτιο, χειροτεχνίες, παιδικό πάρτι, γάμος, βάφτιση, και εποχιακά), ερωτήσεις και απαντήσεις από ειδικούς, και άλλα. Το blog επιτρέπει στους αναγνώστες του να σχολιάσουν τα άρθρα. Παρέχει επίσης πληροφορίες για επικοινωνία με την συντακτική ομάδα και συνδέσμους σε άλλα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook, το Twitter, κ.α.

4.1.2 Διεθνή blog για την υποστήριξη της φροντίδας πρόωρων νεογνών

To blog Hand to Hold (πρώην Premiebabies101)⁷



Εικόνα 7 – Το λογότυπο του blog Hand to Hold

⁷<http://www.premiebabies101.com/>και <https://handtohold.org/>

Το blog *Preemie babies 101* ήταν το πιο περιεκτικό blog για τα πρόωρα νεογνά. Το blog είχε ως στόχο να δείξει στους γονείς των πρόωρων νεογνών ότι δεν είναι μόνοι τους και τους παρότρυνε να ενταχθούν στην υποστηρικτική κοινότητα τους και να συνδεθούν με τους γονείς που μοιράζονται παρόμοιες εμπειρίες με τις δικές τους, και να έχουν πρόσβαση σε πληροφορίες για την κατάλληλη φροντίδα για τα παιδιά τους και την οικογένειά τους, και να βρουν έμπνευση και ελπίδα όταν κάποιος τη χρειάζεται περισσότερο. Από την έναρξη λειτουργίας του το 2009, το *Preemie babies 101* έχει διανύσει μεγάλη απόσταση. Ο μετασχηματισμός του από ένα πληροφοριακό blog που το διαχειρίζονταν μία αφοσιωμένη μητέρα μετεξελίχθηκε σε ένα blog που το διαχειρίζεται μια ομάδα συνεργατών με πάνω από 30 συνεισφέροντες, με ένα Διοικητικό Συμβούλιο και ένα μόνιμο προσωπικό. Τώρα λέγεται πλέον *Hand to Hold: NICU Family Voices*.

Το blog έχει πολλά άρθρα γραμμένα από το προσωπικό του, αλλά και από εξωτερικούς συνεισφέροντες που μοιράζονται τις εμπειρίες τους για τη φροντίδα των πρόωρων νεογνών. Έχει επίσης τμήματα για ειδήσεις που σχετίζονται με θέματα που αφορούν πρόωρα νεογνά (π.χ., ειδησεογραφική κάλυψη, δελτία τύπου, δημόσιες ομιλίες και βραβεία), εκδηλώσεις (π.χ., baby shower, team to hold, κλπ.), συχνές ερωτήσεις, θέσεις εργασίας, κλπ. Επιτρέπει στους αναγνώστες του να σχολιάσουν τις καταχωρήσεις, καθώς και να κάνουν νέες δικές τους καταχωρήσεις μετά την έγκριση της συντακτικής ομάδας και του Διοικητικού Συμβουλίου. Παρέχει επίσης στοιχεία επικοινωνίας και συνδέσμους σε άλλες πλατφόρμες και εφαρμογές κοινωνικής δικτύωσης, podcast και άλλα συνδεδεμένα blog. Παρέχει πληροφορίες για:

1. οικογένειες με νεογνά για να βρουν χρήσιμους πόρους για την οικογένειά τους, στη μονάδα νεογνών και πέρα,
2. Εθελοντές, ώστε να μπορούν να μάθουν με την καθοδήγησή τους από ομοτίμους τους για τις ευκαιρίες εθελοντισμού της Κοινότητας,
3. Οικογένειες με πένθος, έτσι ώστε να μπορούν να βρουν υποστήριξη για να καθοδηγήσουν την οικογένειά τους μέσα από αυτό το δύσκολο ταξίδι, και
4. Ιατρικούς επαγγελματίες, οι οποίοι μπορούν να βρουν υποστήριξη για να καθοδηγήσουν τις οικογένειες μέσα από αυτό το δύσκολο ταξίδι.

Παρέχει επίσης τρόπους μέσω των οποίων οι μεμονωμένοι αναγνώστες μπορούν να κάνουν δωρεές (π.χ. ιδιωτικές ή εταιρικές) ή να γίνουν εθελοντές.

*To blog The Smallest Things*⁸



Εικόνα8 – Το λογότυπο του blog The Smallest Things

Το blog The Smallest Things, ιδρύθηκε το 2014, και αποτελεί ένα φιλανθρωπικό ίδρυμα για την προώθηση της καλής υγείας των πρόωρων νεογνών και των οικογενειών τους. Ιδρύθηκε το 2014 από τον Κατρίνα Ogilvy μετά την πρόωρη γέννηση και των δύο γιων της. Ως επαγγελματίας θεραπευτής στο NHS, έχοντας ξοδέψει χρόνο δουλεύοντας σε μια μεγάλη μονάδα νεογνών, η Κατρίνα πίστευε ότι ήξερε τα πάντα για την πρόωρη γέννηση. Αυτό ήταν πριν ζήσει την πραγματικότητα της μονάδας εντατικής θεραπείας νεογνών ως μητέρα και τη ζωή πέρα από αυτή. Το blog της έχει ως στόχο:

1. Την προώθηση της καλής υγείας των πρόωρων νεογνών και των οικογενειών τους
2. Την ευαισθητοποίηση για την πρόωρη γέννηση και τις ανάγκες των οικογενειών μετά από την μονάδα εντατικής θεραπείας.
3. Την έμφαση στην ποιοτική της φροντίδας για τις μητέρες που επηρεάζονται από τη μεταγεννητική κατάθλιψη, το άγχος και τα συμπτώματα της μετατραυματικής διαταραχής άγχους που συνδέεται με τον πρόωρο τοκετό.

Το blog έχει πολλά άρθρα που σχετίζονται με την εμπειρία της blogger για την φροντίδα των πρόωρων νεογνών. Έχει επίσης τμήματα για τις ειδήσεις που σχετίζονται με θέματα που αφορούν πρόωρα νεογνά, εκστρατείες για τους γονείς και την προάσπιση των δικαιωμάτων των παιδιών, το γεγονός και τα στοιχεία. Χρησιμοποιεί

⁸<https://thesmallestthings.org/>

απλή γλώσσα και ένα προσωπικό ύφος. Επιτρέπει στους αναγνώστες να σχολιάσουν τις καταχωρήσεις, καθώς και να κάνουν νέες δικές τους καταχωρήσεις μετά την έγκριση της συντακτικής ομάδας. Παρέχει επίσης στοιχεία επικοινωνίας και συνδέσμους σε άλλες πλατφόρμες και εφαρμογές κοινωνικής δικτύωσης και άλλα συνδεδεμένα ιστολόγια.

To blog Early Birds⁹



Εικόνα 9 – Το λογότυπο του blog Early Birds

Το blog Early Birds είναι ένα εμπορικό site που πουλάει προϊόντα για πρόωρα νεογνά (π.χ., ρούχα, πάνες, κλπ.). Η εταιρεία δημοσιεύει ένα ενημερωτικό δελτίο και οι πελάτες ενθαρρύνονται να εγγραφούν σε αυτό. Η εταιρεία παρέχει επίσης στους πελάτες της την ευκαιρία να γράψουν σχόλια σχετικά με την ποιότητα των προϊόντων της, την πρακτικότητα τους, την πλύση των ρούχων και τα περιθώρια φθοράς, την on-line παραγγελία τους, την υποστήριξη πελατών και τη συνολική εξυπηρέτηση των πελατών.

To blog Baby Center¹⁰



Εικόνα 10 – Το λογότυπο του blog Baby Center

⁹<http://www.earlybirds.com.au/#/home>

¹⁰<https://www.babycenter.com/>

Το BabyCenter είναι ένα ευρύτερο blog για την εγκυμοσύνη και τη φροντίδα των μωρών, το οποίο αναπτύσσεται και φιλοξενείται από την εταιρεία Baby Center LLC. Το blog αποτελεί μέρος μιας ιστοσελίδας που περιλαμβάνει επίσης τμήματα σχετικά με τις συμβουλές των εμπειρογνομόνων, της κοινότητας και της μητρότητας ως αποστολή. Με βάση τις πληροφορίες που παρέχει το Baby Center, είναι εταίρος του κόσμου στη γονική μέριμνα. Το blog δηλώνει ότι είναι το #1 στην ενημέρωση για την εγκυμοσύνη και ο ψηφιακός προορισμός για τους γονείς που αγγίζει περισσότερες από 51.000.000 μαμάδες και μπαμπάδες σε κάθε γωνιά του κόσμου, μέσω των 11 ιδιόκτητων ιστοσελίδων που λειτουργεί σε εννέα διαφορετικές γλώσσες. Στις Ηνωμένες Πολιτείες, 8 στις 10 νέες και μέλλουσες μητέρες συνδέονται απευθείας με το Baby Center κάθε μήνα. Το Baby Center παρέχει στους γονείς αξιόπιστες πληροφορίες, συμβουλές από ομότιμους και υποστήριξη που είναι αξιοσημείωτα σωστή σε κάθε στάδιο της ανάπτυξης του παιδιού τους. Τα προϊόντα περιλαμβάνουν ιστοσελίδες, εφαρμογές για κινητά, online κοινότητες, email, κοινωνικά προγράμματα, έντυπες δημοσιεύσεις και πρωτοβουλίες δημόσιας υγείας. Η Baby Center εκμεταλλεύεται την ηγετική της συμμετοχή στο κοινό για να παρέχει απaráμιλλες γνώσεις και καινοτόμες λύσεις μάρκετινγκ στις κορυφαίες μάρκες, τους λιανοπωλητές και τα ιδρύματα του κόσμου. Η Baby Center έχει επίσης δεσμευτεί για τη βελτίωση της μητρικής υγείας σε παγκόσμιο επίπεδο και, μέσω της αποστολής της για την εκστρατεία για τη μητρότητα, συνεργάζεται στενά με μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς, ΜΚΟ, και τις κυβερνήσεις για να βοηθήσει να γίνει η μητρότητα ασφαλέστερη για όλες τις γυναίκες.

Το blog έχει πολλά άρθρα γραμμένα από τους αναγνώστες, αλλά και από εξωτερικούς συνεισφέροντες που μοιράζονται τις εμπειρίες τους που σχετίζονται με την εγκυμοσύνη και την φροντίδα του μωρού. Έχει τμήματα που σχετίζονται με: την εγκυμοσύνη, τους γονείς, τη ζωή του νεογνού, τα προϊόντα, τις ιστορίες της μαμάς, το όνομα του μωρού, και τα βιογραφικά σημειώματα των bloggers. Επιτρέπει στους αναγνώστες να σχολιάσουν τις καταχωρήσεις. Παρέχει επίσης στοιχεία επικοινωνίας και συνδέσμους σε άλλες πλατφόρμες και εφαρμογές κοινωνικής δικτύωσης, podcast και άλλα συνδεδεμένα ιστολόγια.

4.2 Το blog My Sunny Babies

4.2.1 Εμφάνιση και δομή



Εικόνα 11 – Το λογότυπο του My Sunny Babies

Το blog έχει μία απλή εμφάνιση και δομή, φιλική στον αναγνώστη. Έχει γίνει χρήση παστέλ αποχρώσεων στην εμφάνιση του και φιλική ως προς την ανάγνωση γραμματοσειρά.

Τα κείμενα είναι γραμμένα σε απλή και όχι τεχνική γλώσσα, με την αποφυγή δύσκολων και δυσνόητων ιατρικών όρων και προσπαθεί να παρουσιάσει όσο το δυνατόν πιο αυθεντική, αξιόπιστη και πρόσφατη πληροφόρηση στους αναγνώστες του.

Το blog δίνει την ευκαιρία στους αναγνώστες του να αναζητήσουν πράγματα εντός του περιεχομένου εγγράφοντας λέξεις σε μία γραμμή αναζήτησης.

Το blog δίνει την ευκαιρία στους αναγνώστες του να εγγραφούν στο ιστολόγιο και να λαμβάνουν καθημερινές ενημερώσεις για την ανάρτηση νέου περιεχομένου. Επιτρέπει επίσης στους αναγνώστες να αναρτούν σχόλια στις καταχωρήσεις που υπάρχουν και την ευκαιρία να επικοινωνούν με την συντάκτρια και άλλους αναγνώστες.

Όταν οι αναρτήσεις δεν αφορούν πρωτότυπα άρθρα της συντάκτριας του blog, αναφέρεται επίσης η πηγή από την οποία αυτά προήλθαν και καταγράφονται επίσης οι σύνδεσμοι της ιστοσελίδας από την οποία προήλθαν.

4.2.2 Σκοπός

Το blog «My Sunny Babies» στοχεύει στο να προωθήσει την καλή υγεία των πρόωρων βρεφών μέσω της ενημέρωσης, κυρίως μητέρων, για θέματα υγείας, φροντίδας και ανάπτυξης τους καθώς και την αύξηση της ευαισθητοποίησης για την πρόωρη γέννηση και τις ανάγκες των οικογενειών τους μετά από την εντατική φροντίδα τους. Στο blog μπορεί κανείς να βρει χρήσιμα άρθρα, παράθεση οδηγιών, επεξηγηματικά βίντεο, κ.α.

4.2.3 Βασικές κατηγορίες άρθρων

Το blog ξεκινάει με την «Αρχική Σελίδα» στην οποία παρουσιάζονται όλες οι αναρτήσεις άρθρων με το πιο πρόσφατο να εμφανίζεται πρώτο, ενώ τα υπόλοιπα ακολουθούν με αντίστροφη χρονολογική σειρά.

Στη δεύτερη σελίδα η συντάκτρια ενημερώνει τους αναγνώστες για το προφίλ της και τις εμπειρίες της και δίνει μια εικόνα των προσδοκιών και των αντιλήψεων της, με το ακόλουθο κείμενο γραμμένο σε προσωπικό τόνο:

«Κάπως έτσι ξεκίνησα...

Από μικρή ήξερα ότι ήθελα να ασχοληθώ με τον συνάνθρωπο μου, όχι από πλευράς κοινωνικού σχολιασμού αλλά σε κάτι πιο ουσιαστικό. Έτσι οι επαγγελματικές μου επιλογές είχαν μια μόνο κατεύθυνση, τις ανθρωπιστικές επιστήμες. Και όταν τελείωσα με επιτυχία τις σπουδές μου στην Νοσηλευτική το 2005 έβαλα τα δυνατά μου να υπηρετήσω την επιστήμη που σπούδασα.

Μετά η ζωή με οδήγησε στο να δουλέψω με τους καλύτερους μαχητές της ζωής...Αυτοί οι μαχητές που ο χρόνος τους έδωσε λίγα όπλα και πολλές ελπίδες. Μαχητές που μετράνε 25, 27, 30,34 εβδομάδες ενδομήτριας ζωής. Μαζί τους εδώ και 10 χρόνια μαθαίνω πως να παλεύω στο πλευρό τους μέχρι και σήμερα.

Αυτή η δύναμη που μου δίνουν με έκαναν να ονειρεύομαι και να θέλω να γίνομαι καλύτερη. Έτσι αποφάσισα να προσθέσω στις σπουδές μου και ένα

μεταπτυχιακό δίπλωμα το οποίο θα με βοηθήσει να παρέχω μια ολοκληρωμένη φροντίδα που πηγάζει από τις γνώσεις και τις εμπειρίες μου.

Μέσα από αυτή μου την επαγγελματική σταδιοδρομία και τις ολοκληρωμένες σπουδές μου θα προσπαθήσω να δώσω και εγώ το δικό μου χρώμα σε αυτό το ουράνιο τόξο ζωής των μικρών σε διαστάσεις αλλά μεγάλων σε καρδιά ανθρώπων.»

Στη συνέχεια το blog χωρίζεται 5 θεματικές ενότητες:

1. Υγεία
2. Φροντίδα
3. Μητρικός θηλασμός
4. Οδηγοί
5. Βίντεο

Στη θεματική ενότητα «Υγείας» η συντάκτρια του blog περιλαμβάνει κείμενα που ενημερώνουν τους αναγνώστες για θέματα υγείας, και αφορά τα νεογέννητα μωρά καθώς και διάφορες έρευνες στον χώρο της υγείας που είναι σχετικές με την ανάπτυξη των μωρών. Στην κατηγορία αυτή μέχρι σήμερα έχουν συμπεριληφθεί τα ακόλουθα 12 άρθρα:

1. Η επίδραση της προωρότητας στα μάτια
2. Κίνδυνος που απειλεί τη μελλοντική υγεία των πρόωρων βρεφών
3. Οι αγκαλιές τροποποιούν τα γονίδια
4. Οι ευεργετικές επιδράσεις της αγκαλιάς
5. 10+1 συμβουλές για τα IUGR παιδιά
6. Πρωτεΐνη του μητρικού γάλακτος προστατεύει τα μωρά
7. Τα πρόωρα μωρά κινδυνεύουν από αυτισμό;
8. Πώς να αναπτύξετε την ενσυναίσθηση του παιδιού σας
9. Ποιοι είναι οι βασικοί τύποι γονέων;
10. Το κληρονομικό γονίδιο της γιαγιάς
11. Η ψυχική υγεία του μωρού
12. Πώς να βοηθήσουμε τα παιδιά μας να αναπτύξουν αυτοεκτίμηση

Στη θεματική ενότητα «Φροντίδα» η συντάκτρια του blog περιλαμβάνει κείμενα που ενημερώνουν τους αναγνώστες για θέματα «φροντίδας», καθώς η καθημερινή φροντίδα του μωρού είναι σοβαρή και ουσιαστική διαδικασία που συμβάλλει στην υγιεινή και στη σωστή ανάπτυξή του. Ταυτόχρονα όμως είναι και μια ευχάριστη διαδικασία που τροφοδοτεί το στενό δεσμό μεταξύ γονιών και παιδιού. Στην κατηγορία αυτή μέχρι σήμερα έχουν συμπεριληφθεί τα ακόλουθα 13 άρθρα:

1. «Τι πρέπει να περιμένω όταν πάω σπίτι με το πρόωρο μωρό μου;»
2. Όταν το μωρό μας κλαίει
3. Το «σαράντισμα»
4. Η πρώτη βόλτα με το μωρό!
5. 5 κανόνες για να ντύσετε εύκολα το νεογέννητο!
6. Πως να φροντίσουμε το δέρμα του μωρού μας
7. Φροντίδα των νυχιών των μωρών
8. Βάλτε την μουσική στην ζωή του μωρού σας!
9. Γιατί το μωρό μου έχει πεταχτό αφαλό;
10. 3 Μυστικά για Ευτυχισμένα Μωρά
11. Πώς να βοηθήσετε το μωρό σας με τη δυσκοιλιότητα
12. Μεγαλώνοντας με ένα κατοικίδιο
13. Έξυπνα μωρά από κούνια!

Στη θεματική ενότητα «Μητρικός θηλασμός» η συντάκτρια του blog περιλαμβάνει κείμενα που ενημερώνουν τους αναγνώστες για θέματα που σχετίζονται με τον μητρικό θηλασμό. Ο μητρικός θηλασμός είναι η φυσική διατροφή του βρέφους, και η κάθε μητέρα είναι προικισμένη με ένα σπουδαίο χάρισμα που κανείς δεν μπορεί ν' αντιγράψει. Αποτελεί την πηγή για το μητρικό γάλα, το οποίο είναι το πολυτιμότερο δώρο για το μωρό! Στην κατηγορία αυτή μέχρι σήμερα έχουν συμπεριληφθεί τα ακόλουθα 4 άρθρα:

1. Πρόωρα μωρά και μητρικός θηλασμός
2. Πώς διαφέρει το μητρικό γάλα των πρόωρων μωρών
3. Οδηγίες θηλασμού για τις 40 πρώτες μέρες
4. Πώς να φυλάξετε το μητρικό σας γάλα

Στη θεματική ενότητα «Οδηγοί» η συντάκτρια του blog περιλαμβάνει κείμενα που ενημερώνουν τους αναγνώστες για τα πάντα που σχετίζονται με το νεογέννητο, την υγεία και τις συνήθειες του μέσα από αναλυτικούς οδηγούς για νέους και συνήθως αγχωμένους γονείς. Στην κατηγορία αυτή μέχρι σήμερα έχουν συμπεριληφθεί τα ακόλουθα 4 άρθρα:

1. Οδηγίες θηλασμού για τις 40 πρώτες μέρες
2. Πως να αποστειρώνετε τα βρεφικά σκεύη
3. Πρακτικός οδηγός για τις πρώτες αγορές.
4. Οδηγός μασάζ για μωρά: Έξι εβδομάδων και άνω

Στη θεματική ενότητα «Βίντεο» η συντάκτρια του blog περιλαμβάνει βίντεο που στο στοχεύουν να διευκολύνουν τις ζωές των αναγνωστών. Στην κατηγορία αυτή μέχρι σήμερα έχουν συμπεριληφθεί τα ακόλουθα 6 αναρτήσεις:

1. 7 λόγοι γιατί κλαίει τα μωρά
2. Ένα αστείο βίντεο γεμάτο αγκαλιές από τους μικρούς μας φίλους
3. Πως ντύνουμε το μωράκι μας
4. Η απόλαυση του μπάνιου!
5. Το τύλιγμα του μωρού βοηθά!
6. Οι 5 ήχοι που κάνουν τα μωρά

4.2.4 Τρόπος προώθησης και διαφήμισης

Ως προς τους τρόπους προώθησης και διαφήμισης του blog η συντάκτρια εφάρμοσε τις ακόλουθες προσεγγίσεις:

1. Η συντάκτρια φρόντισε ότι όλες οι συνδέσεις της γνώριζαν για νέο της blog. Φρόντισε ότι ο καθένας που έρχονταν σε επαφή μαζί της ήξερε ότι είχε ένα blog. Πρόσθεσε το blog URL:
 - στην υπογραφή του ηλεκτρονικού της ταχυδρομείου, έτσι ώστε οι επαφές ηλεκτρονικού ταχυδρομείου της να μπορούν να το δουν,
 - στο κοινωνικό προφίλ που χρησιμοποιεί, συμπεριλαμβανομένων των Twitter, Facebook, LinkedIn, Google+ και Pinterest, έτσι ώστε κάθε

φορά που οι άνθρωποι την έβρισκαν στα κοινωνικά δίκτυα, να μπορούν να ανακαλύψουν το blog της,

- στα προφίλ φόρουμ και στις υπογραφές τους, όπου συμμετείχε σε συζητήσεις, που κατά προτίμηση σχετίζονται με τις εξειδικευμένες πληροφορίες σχετικά με τη φροντίδα πρόωρων νεογνών του blog της, και
 - στα συγγραφικά της βιογραφικά σε κάθε site που είχε ήδη συμβάλει, συμπεριλαμβανομένων και άλλων blogs από το δικό της.
2. Εκμεταλλεύτηκε κάθε ευκαιρία δικτύωσης με άλλους.
 3. Υπέβαλε το σύνδεσμο του blog της σε μηχανές αναζήτησης και καταλόγους.
 4. Σχολίασε καταχωρήσεις σε άλλα blogs για την οικοδόμηση σχέσεων με τους κορυφαίους bloggers στο χώρο της φροντίδας πρόωρων νεογνών. Ερεύνησε το διαδίκτυο για να βρει τα κορυφαία blogs για την φροντίδα πρόωρων νεογνών και άρχισε να σχολιάζει τις νεότερες καταχωρήσεις τους. Αυτό θα μπορούσε να βοηθήσει έτσι ώστε οι αναγνώστες τους να έχουν επίγνωση της ύπαρξής του blog της, καθώς και την ανάπτυξη της δικής της παρουσίας εντός της εξειδικευμένης αυτής αγοράς.
 5. Συνέβαλε σε άλλα blogs καταχωρώντας τις απόψεις της. Στόχευσε στο να πάρει θέση με την υποβολή ποιοτικού περιεχομένου σε ποιοτικά blogs. Βρήκε τα δημοφιλή και αξιόπιστα blogs κρίνοντας από τον αριθμό των σχολίων ανά καταχώρηση και τους κοινωνικούς οπαδούς τους. Φρόντισε ώστε οι ιδιοκτήτες των blog και/ή συντάκτες να γνωρίζουν για αυτήν, και καθιέρωσε μια σχέση μαζί τους, και στη συνέχεια τους πλησίασε για να δει αν δέχονται νέους συνεισφέροντες στην ιστοσελίδα τους.

4.3 Μέθοδος αξιολόγησης του blog My Sunny Babies

Με τη ραγδαία διάδοση του Διαδικτύου σε όλους τους φορείς τίθεται πλέον το θέμα της δημιουργίας ενός δικτυακού τόπου προκειμένου να εξυπηρετεί ανάγκες προβολής, επικοινωνίας, αλλά και διάδρασης με τους χρήστες. Στο πλαίσιο αυτό, το πρόβλημα της αξιολόγησης ενός δικτυακού τόπου καθίσταται ιδιαίτερα σημαντικό. Λόγω της πολυμορφίας και της πολυπλοκότητας των δικτυακών τόπων, η αξιολόγηση τους δεν μπορεί να γίνεται εμπειρικά και με υποκειμενικά κριτήρια.

4.3.1 Ερευνητικό σκεπτικό – Ποσοτική έρευνα

Η μελέτη αξιολόγησης βασίζεται στο παράδειγμα της ποσοτικής έρευνας και στο συσχετισμό πληροφοριών που συλλέχθηκαν από ερωτηματολόγιο. Σκοπός της ποσοτικής έρευνας είναι η εύρεση σχέσεων μεταξύ διαφόρων παραγόντων. Η ποσοτική έρευνα αναφέρεται στη συστηματική διερεύνηση φαινομένων με στατιστικές μεθόδους, μαθηματικά μοντέλα και αριθμητικά δεδομένα. Χρησιμοποιείται συνήθως αντιπροσωπευτικό δείγμα παρατηρήσεων και επιδιώκεται γενίκευση σε έναν ευρύτερο πληθυσμό. Η συλλογή δεδομένων γίνεται με δομημένα πρωτόκολλα (π.χ., ερωτηματολόγια, κλίμακες, κ.α.) (Creswell, 1994). Η αξιολόγηση του blog έγινε μέσω του ερωτηματολογίου WebQual.

4.3.2 Μεθοδολογία

Σύμφωνα με τους McDaniel και Gates (1998), για να καταλήξει ο ερευνητής σε έγκυρα και επιστημονικά αποτελέσματα, θα πρέπει να εστιάσει στη συλλογή ενός αντιπροσωπευτικού δείγματος και στη διαμόρφωση του κατάλληλου για την έρευνα ερωτηματολογίου. Στην παρούσα εργασία, η μεθοδολογική προσέγγιση στηρίχθηκε σε πρωτογενή ποσοτική έρευνα (primary data) με τη χρήση δομημένου ερωτηματολογίου προκειμένου να διευκολυνθεί η προσέγγιση του δείγματος και να εξυπηρετηθεί η στατιστική επεξεργασία των στοιχείων (Σταθακόπουλος, 2005).

4.3.3 Δείγμα

Στην παρούσα έρευνα αξιολόγησης έλαβαν συνολικά 25 άτομα, που αποτελούσαν ειδικοί εμπειρογνώμονες και αναγνώστες του blog. Η σύνθεση της ομάδας έχει ως εξής:

Σύνθεση της ομάδας ελέγχου	
Ιατρικό Προσωπικό	3
Νοσηλευτικό Προσωπικό	7
Μητέρες νεογνών	8
Πατέρες νεογνών	1
Μέλλουσες μητέρες	6

Πίνακας 2 – Δείγμα

4.3.4 Ερευνητικό εργαλείο και τρόπος συμπλήρωσης

Το WebQual αποτελεί μια προσπάθεια συστηματικής και αντικειμενικής αξιολόγησης της ποιότητας ενός δικτυακού τόπου που έχει εφαρμοσθεί σε πολλές περιπτώσεις. Η μέθοδος αναπτύχθηκε μετά από συνεργασία των πανεπιστημίων Bath και East Anglia το 2005, Η μέθοδος αναπτύχθηκε το 2005, από του επιστήμονες Stuart Barnes και Richard Vidgren (<http://www.webequal.co.uk>).

Η αξιολόγηση του blog My Sunny Babies έγινε μέσω του ερωτηματολογίου WebQual και βασίζεται σε τέσσερεις παραμέτρους:

1. Ευκολία χρήσης και λειτουργίας (7 στοιχεία)
 1. Ευκολία χρήσης
 2. Ευκολία πλοήγησης
 3. Ευκολία εκμάθησης
 4. Ελκυστική εμφάνιση
 5. Ευκολία αλληλεπίδρασης
 6. Καταλληλότητα και ελκυστικότητα σχεδιασμού
 7. Αίσθηση επάρκειας
2. Ποιότητα πληροφόρησης (7 στοιχεία)
 1. Σωστή παρουσίαση πληροφόρησης
 2. Κατανοητή πληροφόρηση
 3. Ακριβής πληροφόρηση
 4. Αξιόπιστη πληροφόρηση
 5. Επίκαιρη πληροφόρηση

6. Σχετικό και συναφές περιεχόμενο
7. Επαρκής πληροφόρηση
3. Ποιότητα αλληλεπίδρασης (7 στοιχεία)
 1. Ασφάλεια ατομικών πληροφοριών
 2. Ασφάλεια συναλλαγών
 3. Εκπλήρωση υποσχέσεων και στόχων
 4. Διευκόλυνση επικοινωνίας
 5. Βαθμός εξατομίκευσης
 6. Καλή φήμη
 7. Αίσθηση συμμετοχής σε κοινότητα
4. Συνολική εκτίμηση (1 στοιχείο)

Τα παραπάνω χαρακτηριστικά βαθμολογήθηκαν σε ποιοτική κλίμακα Likert από το 1 έως το 7, με το 1 να σημαίνει «Δεν συμφωνώ καθόλου/ Καθόλου Ικανοποιητικό» και το 7 να σημαίνει «Συμφωνώ απολύτως/ Εξαιρετικά Ικανοποιητικό».

Το ερωτηματολόγιο κατέγραψε επίσης την ιδιότητα του συμμετέχοντα στην έρευνα, όπως το αν είναι ιατρικό προσωπικό, νοσηλευτικό προσωπικό, μητέρες νεογνών, μέλλουσες μητέρες, και άλλες κατηγορίες.

Η διάθεση του ερωτηματολογίου έγινε μέσω του blog, αλλά και μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου καθώς προωθήθηκε το link στους αναγνώστες, έτσι ώστε να μπορούν να το συμπληρώσουν διαδικτυακά.

4.3.5 Στατιστική ανάλυση

Η ανάλυση των δεδομένων έγινε από ίδιο το πρόγραμμα που υποστηρίζει την εφαρμογή WebQual και η ανάλυση, η παρουσίαση και σχολιασμός των ευρημάτων γίνεται στις ακόλουθες υποενότητες.

4.4 Αποτελέσματα αξιολόγησης του blog My Sunny Babies

Στους πίνακες που ακολουθούν οι 25 συμμετέχοντες αξιολόγησαν κάθε παράμετρο του blog με βάση την ποιοτική κλίμακα Likert από το 1 έως το 7, με το 1 να σημαίνει «Δεν συμφωνώ καθόλου/ Καθόλου Ικανοποιητικό» και το 7 να σημαίνει «Συμφωνώ απολύτως/ Εξαιρετικά Ικανοποιητικό». Στη συνέχεια μετρήθηκαν τα ποσοστά των ατόμων που απάντησαν με τη συγκεκριμένη βαθμολογία και παρουσιάζονται στους πίνακες.

4.4.1 Ευκολία χρήσης και λειτουργίας

Ως προς την ευκολία χρήσης και λειτουργίας το blog My Sunny Babies αξιολόγησαν θετικά όλοι οι συμμετέχοντες στην έρευνα εμπειρογνώμονες και γονείς νεογνών. Πάνω από το μέσο όρο έλαβαν όλες οι παράμετροι αξιολόγησης, και ειδικότερα το 80% αξιολόγησε θετικά την ευκολία χρήσης, το 80% αξιολόγησε θετικά την ευκολία πλοήγησης, το 74% αξιολόγησε θετικά την ευκολία εκμάθησης, το 74% αξιολόγησε θετικά την ελκυστική εμφάνιση, το 88% αξιολόγησε θετικά την ευκολία αλληλεπίδρασης, το 92% αξιολόγησε θετικά την καταλληλότητα και ελκυστικότητα σχεδιασμού, το 88% αξιολόγησε θετικά την αίσθηση επάρκειας.

Α. Ευκολία χρήσης και λειτουργίας (%)								
1	Ευκολία χρήσης	-	-	-	20	28	28	24
2	Ευκολία πλοήγησης	-	-	-	20	28	28	24
3	Ευκολία εκμάθησης	-	-	-	16	40	32	12
4	Ελκυστική εμφάνιση	-	-	-	16	28	32	20
5	Ευκολία αλληλεπίδρασης	-	-	-	12	32	36	16
6	Καταλληλότητα και ελκυστικότητα σχεδιασμού	-	-	-	8	32	40	16
7	Αίσθηση επάρκειας	-	-	-	12	44	32	12

Πίνακας 3 – Αξιολόγηση της ευκολίας χρήσης και λειτουργίας

4.4.2 Ποιότητα πληροφοριών

Ως προς την ποιότητα των πληροφοριών το blog My Sunny Babies αξιολόγησαν θετικά όλοι οι συμμετέχοντες στην έρευνα εμπειρογνώμονες και γονείς νεογνών. Πάνω από το μέσο όρο έλαβαν όλες οι παράμετροι αξιολόγησης, και ειδικότερα το 100% αξιολόγησε σημαντική τη σωστή παρουσίαση της πληροφόρησης, το 92% αξιολόγησε ως σημαντική την κατανοητή πληροφόρηση, το 92% αξιολόγησε ως σημαντική την ακριβή πληροφόρηση, το 96% αξιολόγησε ως σημαντική την αξιόπιστη πληροφόρηση, το 92% ως σημαντική θετικά την επίκαιρη πληροφόρηση, το 96% αξιολόγησε ως σημαντική το περιεχόμενο ως σημαντικό σχετικό και συναφές, το 92% αξιολόγησε ως σημαντική την επαρκή πληροφόρηση.

B. Ποιότητα πληροφοριών (%)								
8	Σωστή παρουσίαση πληροφόρησης	-	-	-	-	32	48	20
9	Κατανοητή πληροφόρηση	-	-	-	8	16	56	20
10	Ακριβής πληροφόρηση	-	-	-	8	28	56	8
11	Αξιόπιστη πληροφόρηση	-	-	-	4	32	52	12
12	Επίκαιρη πληροφόρηση	-	-	-	8	16	36	40
13	Σχετικό και συναφές περιεχόμενο	-	-	-	4	20	36	40
14	Επαρκής πληροφόρηση	-	-		8	13	42	37

Πίνακας 4 – Αξιολόγηση της ποιότητας των πληροφοριών

4.4.3 Ποιότητα αλληλεπίδρασης

Ως προς την ποιότητα αλληλεπίδρασης το blog My Sunny Babies αξιολόγησαν θετικά όλοι οι συμμετέχοντες στην έρευνα εμπειρογνώμονες και γονείς νεογνών. Πάνω από το μέσο όρο έλαβαν όλες οι παράμετροι αξιολόγησης, και ειδικότερα το 88% αξιολόγησε ως σημαντική την ασφάλεια ατομικών πληροφοριών, το 80% αξιολόγησε ως σημαντική την ασφάλεια συναλλαγών, το 92% αξιολόγησε ως σημαντική την εκπλήρωση υποσχέσεων και στόχων, το 84% αξιολόγησε ως σημαντική τη

διευκόλυνση επικοινωνίας, το 80% αξιολόγησε ως σημαντικό τον βαθμό εξατομίκευσης, το 74% αξιολόγησε ως σημαντική την καλή φήμη, το 65% αξιολόγησε ως σημαντική την αίσθηση συμμετοχής σε κοινότητα. Ωστόσο στην κατηγορία αυτή υπήρχαν και αξιολογήσεις κάτω του μέσου όρου και ειδικότερα το 8% αξιολόγησε αρνητικά την ασφάλεια των συναλλαγών, το 4% αξιολόγησε αρνητικά τον βαθμό εξατομίκευσης και το 3% αξιολόγησε αρνητικά την αίσθηση συμμετοχής σε κοινότητα.

Γ. Ποιότητα αλληλοεπίδρασης (%)								
15	Ασφάλεια ατομικών πληροφοριών	-	-	-	12	40	28	20
16	Ασφάλεια συναλλαγών	-	-	8	12	36	32	8
17	Εκπλήρωση υποσχέσεων και στόχων	-	-	-	16	32	32	20
18	Διευκόλυνση επικοινωνίας	-	-	-	20	36	20	20
19	Βαθμός εξατομίκευσης	-	-	4	16	28	28	24
20	Καλή φήμη	-	-	-	26	20	28	16
21	Αίσθηση συμμετοχής σε κοινότητα	-	-	3	32	16	32	16

Πίνακας 5 – Αξιολόγηση της ποιότητας αλληλοεπίδρασης

4.4.4 Συνολική εκτίμηση

Ως προς την συνολική εκτίμηση το blog My Sunny Babies αξιολόγησαν θετικά το 92% των συμμετεχόντων στην έρευνα εμπειρογνομόνων και γονέων νεογνών.

Δ. Συνολική εκτίμηση (%)								
22	Συνολική εκτίμηση για τον δικτυακό τόπο	-	-	-	8	44	40	8

Πίνακας 6– Αξιολόγηση της συνολικής εκτίμησης

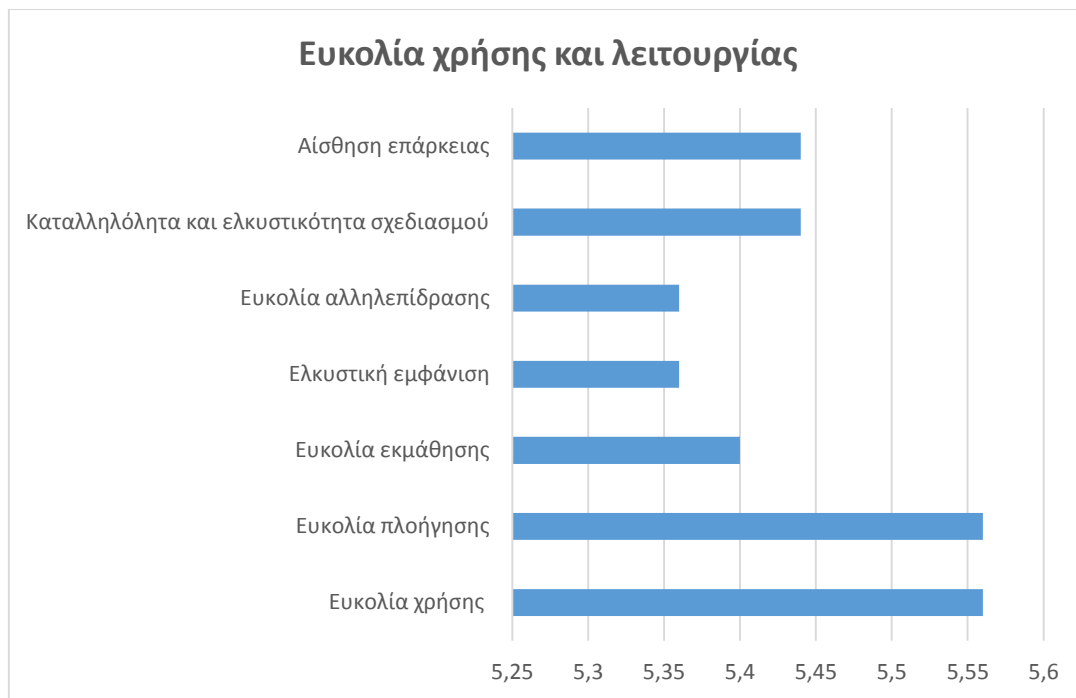
4.4.5 Βαθμολόγηση

Οι συνολικά 22 ερωτήσεις αποδίδουν ποσοτικά την εκτίμηση για το blog My Sunny Babies, εάν έχει ευκολία χρήση και λειτουργίας, ποιότητα πληροφοριών, και ποιότητα αλληλεπίδρασης. Επίσης βαθμολόγησαν την συνολική εικόνα του blog. Από τα στοιχεία που συλλέχθηκαν ως προς την ευκολία χρήσης και λειτουργίας του blog My Sunny Babies την καλύτερη βαθμολογία συγκέντρωσαν η ευκολία χρήσης και η ευκολία πλοήγησης, ακολουθούμενες από την καταλληλότητα και ελκυστικότητα σχεδιασμού και την αίσθηση επάρκειας, ενώ η ευκολία εκμάθησης, η ελκυστική εμφάνιση και η ευκολία αλληλεπίδρασης συγκέντρωσαν την χαμηλότερη βαθμολογία στην κατηγορία αυτή.

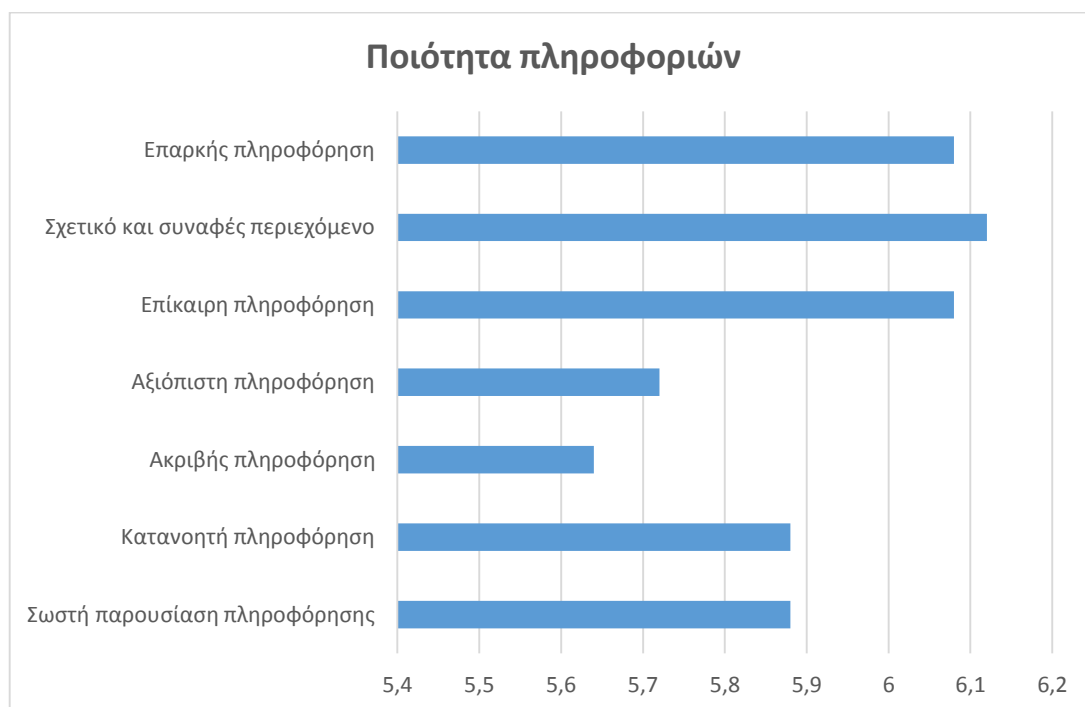
Από τα στοιχεία που συλλέχθηκαν ως προς την ποιότητα πληροφοριών του blog My Sunny Babies την καλύτερη βαθμολογία συγκέντρωσε το σχετικό και συναφές περιεχόμενο, ακολουθούμενη από την επίκαιρη πληροφόρηση και την επαρκή πληροφόρηση, ενώ χαμηλότερη βαθμολογία συγκέντρωσαν κατά σειρά η σωστή παρουσίαση πληροφόρησης, η κατανοητή πληροφόρηση, η αξιόπιστη πληροφόρηση και η ακριβής πληροφόρηση.

Από τα στοιχεία που συλλέχθηκαν ως προς την ποιότητα αλληλεπίδρασης του blog My Sunny Babies την καλύτερη βαθμολογία συγκέντρωσαν η ασφάλεια των ατομικών πληροφοριών και η εκπλήρωση υποσχέσεων και στόχων, ακολουθούμενες από το βαθμό εξατομίκευσης, την αίσθηση συμμετοχής σε κοινότητα, την διευκόλυνση επικοινωνίας και την ασφάλεια των συναλλαγών, ενώ η καλή φήμη συγκέντρωσε την κατώτερη βαθμολογία επί το σύνολο των παραμέτρων. Η παράμετρος που αναφέρεται στο σχετικό και συναφές περιεχόμενο, από την άλλη, συγκέντρωσε την υψηλότερη βαθμολογία.

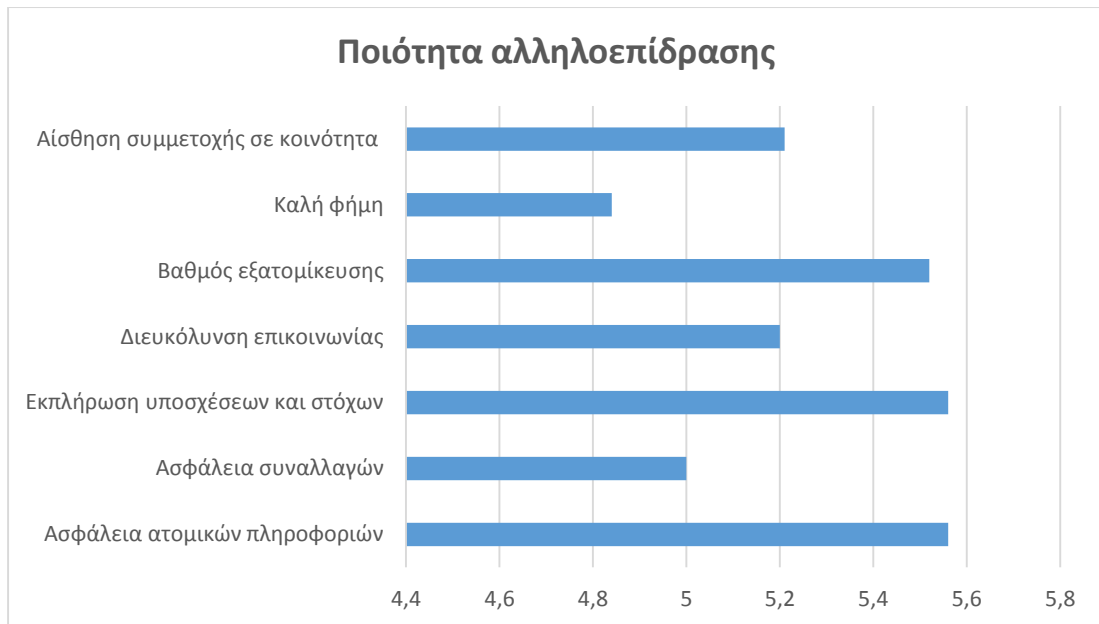
Τέλος, ως προς την συνολική αποτίμηση το blog My Sunny Babies έλαβε μία αρκετά καλή βαθμολογία (5.48) και οι συμμετέχοντες ειδικοί εμπειρογνώμονες και αναγνώστες το αξιολόγησαν ως πολύ ικανοποιητικό.



Γράφημα 1 – Βαθμολόγηση ευκολίας χρήσης και λειτουργίας



Γράφημα 2 – Βαθμολόγηση ποιότητας πληροφοριών



Ως προς τις τρεις κλίμακες αξιολόγησης το blog έλαβε μέσο όρο βαθμολογίας 5.45 ως προς της ευκολία χρήσης και λειτουργίας, 5.91 ως προς της ποιότητα πληροφόρησης και 5.27 ως προς την ποιότητα αλληλεπίδρασης.

Γράφημα 3 – Βαθμολόγηση ποιότητας αλληλεπίδρασης

		M.O
A. Ευκολία χρήσης και λειτουργίας		5.45
1	Ευκολία χρήσης	5.56
2	Ευκολία πλοήγησης	5.56
3	Καταλληλότητα και ελκυστικότητα σχεδιασμού	5.44
4	Αίσθηση επάρκειας	5.44
5	Ευκολία εκμάθησης	5.40
6	Ελκυστική εμφάνιση	5.36
7	Ευκολία αλληλεπίδρασης	5.36
B. Ποιότητα πληροφοριών		5.91
8	Σχετικό και συναφές περιεχόμενο	6.12
9	Επίκαιρη πληροφόρηση	6.08
10	Επαρκής πληροφόρηση	6.08
11	Σωστή παρουσίαση πληροφόρησης	5.88
12	Κατανοητή πληροφόρηση	5.88
13	Αξιόπιστη πληροφόρηση	5.72
14	Ακριβής πληροφόρηση	5.64
Γ. Ποιότητα αλληλεπίδρασης		5.27
15	Ασφάλεια ατομικών πληροφοριών	5.56
16	Εκπλήρωση υποσχέσεων και στόχων	5.56
17	Βαθμός εξατομίκευσης	5.52
18	Αίσθηση συμμετοχής σε κοινότητα	5.21
19	Διευκόλυνση επικοινωνίας	5.20
20	Ασφάλεια συναλλαγών	5.00
21	Καλή φήμη	4.84
Δ. Συνολική εκτίμηση		
22	Συνολική εκτίμηση για τον δικτυακό τόπο	5.48

Πίνακας 7– Βαθμολόγηση

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 :

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ–ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Το Διαδίκτυο είναι το πιο διδεδωμένο μέσο επικοινωνίας στην ιστορία της ανθρωπότητας, και τα κοινωνικά μέσα και τα blogs σίγουρα δεν αποτελούν εξαίρεση. Αυτά έχουν μεταμορφώσει τον τρόπο που οι άνθρωποι δημιουργούν, ανακαλύπτουν και ανταλλάσσουν πληροφορίες. Οι άνθρωποι έχουν μεταπηδήσει από το να είναι απλοί καταναλωτές των πληροφοριών στο να είναι δημιουργοί του περιεχομένου και της πληροφόρησης. Τα δημόσια online ημερολόγια προσφέρουν στους απλούς ανθρώπους ένα φόρουμ για να μεταδίδουν τις σκέψεις τους και την ίδια στιγμή, συχνά παρέχουν στους επισκέπτες του Διαδικτύου συναρπαστικές απόψεις που πηγάζουν από το μυαλό των στοχαστών, το οποίο σε διαφορετικές περιπτώσεις θα είχε περάσει απαρατήρητο.

Η blogosphere είναι ένα από τα ταχύτερα αναπτυσσόμενα, κοινωνικά μέσα δικτύωσης και ενημέρωσης. Τα blogs έχουν διευκολύνει τους ανθρώπους να εκφράσουν τις σκέψεις τους, έχουν δώσει φωνή στις απόψεις τους, και τους επιτρέπουν να μοιραστούν τις εμπειρίες και τις ιδέες τους. Τα άτομα βιώνουν μια αίσθηση κοινότητας, ένα αίσθημα του ανήκειν, μια συνεκτική σχέση όπου το ένα μέλος φροντίζει για το άλλο και ανταποκρίνεται στις εξειδικευμένες ανάγκες του μέσω των online αλληλεπιδράσεων. Τα ανοικτά πρότυπα και το χαμηλό φράγμα στη δημοσίευση έχουν μεταμορφώσει τους καταναλωτές πληροφοριών σε παραγωγούς πληροφοριών. Αυτό έχει δημιουργήσει μια πληθώρα ανοικτού κώδικα επικοινωνίας, ή συλλογική σοφία που λειτουργεί ως αποθήκη πληθώρας γνώσεων σχετικά με τα μέλη, το περιβάλλον τους και τη συμβίωση μεταξύ τους. Παρ' όλα αυτά, τεράστια ποσά αυτής της γνώσης εξακολουθούν να παραμένουν αναποκάλυπτα και αναμένουν να αξιοποιηθούν εν ευθέτω χρόνο και με τον κατάλληλο τρόπο.

Υπήρξε μια τεράστια αύξηση του περιεχομένου που δημιουργείται από τους χρήστες κατά τα τελευταία δύο χρόνια μέσω του φαινομένου του blogging. Αναγνωρίζοντας αυτό το γεγονός, οι Times έχουν ονομάσει το «Εσύ» ως το πρόσωπο του έτους 2006. Αυτό έχει δημιουργήσει μια σημαντική μετατόπιση στον τρόπο με τον οποίο οι πληροφορίες αφομοιώνονται από τα άτομα. Αυτή η μετατόπιση παραδείγματος μπορεί να αποδοθεί στο χαμηλό εμπόδιο στη δημοσίευση και τα ανοικτά πρότυπα των

υπηρεσιών παραγωγής περιεχομένου όπως τα blogs, wikis, συνεργατικός σχολιασμός, κλπ. Οι υπηρεσίες αυτές επέτρεψαν στη μάζα να συμβάλει και να επεξεργαστεί άρθρα δημοσίως. Δίνοντας τη δυνατότητα και την πρόσβαση στη μάζα να συμβάλει ή να επεξεργαστεί πληροφορίες έχει επίσης αυξηθεί η συνεργασία μεταξύ των ανθρώπων σε αντίθεση με προηγουμένως, όπου δεν υπήρχε συνεργασία, όπου η πρόσβαση στο περιεχόμενο περιοριζόνταν στους λίγους και εκλεκτούς. Η αυξημένη συνεργασία έχει αναπτύξει συλλογική σοφία στο διαδίκτυο. «Εμείς τα μέσα ενημέρωσης», είναι ένα φαινόμενο που ονομάστηκε από Dan Gillmor: ένας κόσμος στον οποίο «το πρώην ακροατήριο» που δεν ήταν λίγοι άνθρωποι στα όπισθεν, τώρα αποφασίζει τι είναι σημαντικό. Ο «προηγούμενος» καταναλωτής των πληροφοριών γίνεται ο νέος παραγωγός τους, μετατρέποντας το ύφος συνδιάλεξης της κατανάλωσης πληροφοριών σε μια αφομοίωση της πληροφόρησης με βάση τη συνομιλία.

Τα blogs έχουν επίσης καταστήσει εύκολο για τους συγγραφείς να δημιουργήσουν περιεχόμενο ανεξάρτητα από τις τεχνικές προκλήσεις του Διαδικτύου όσον αφορά τις γλώσσες μηχανής και τις τεχνολογικές εξελίξεις. Οι bloggers δεν χρειάζεται να ανησυχούν για το χαμηλό επίπεδο γνώσεων που μπορεί να έχουν στο προγραμματισμό, και μπορούν να επικεντρωθούν μόνο στο περιεχόμενο. Αυτό απλοποιεί τη διαδικασία παραγωγής περιεχομένου σε μεγάλο βαθμό και προσελκύει αρχάριους ή ακόμα και άσχετους με τους υπολογιστές να συμμετάσχουν σε δραστηριότητες blogging. Τα blogs παρέχουν μια πλατφόρμα όπου ο καθένας μπορεί να εκφράσει τις απόψεις του ελεύθερα χωρίς να είναι συγκρατημένος από την περιορισμένη γνώση υπολογιστών που μπορεί να έχει, ακόμη και να είναι σε θέση να δημοσιεύσει περιεχόμενο στο διαδίκτυο. Η δημοσίευση στο διαδίκτυο διευκολύνει επίσης τους αναγνώστες να σχολιάσουν άμεσα, δίνοντας στους bloggers ένα αίσθημα ικανοποίησης.

Για πολλά χρόνια, οι ψυχολόγοι, οι ανθρωπολόγοι και οι συμπεριφοριστικοί επιστήμονες έχουν μελετήσει τις κοινωνικές δυνατότητες των ανθρώπων. Παρουσιάζουν μελέτες και αποτελέσματα που τεκμηριώνουν το γεγονός ότι οι άνθρωποι αρέσκονται στο να συμμετέχουν σε σύνθετες κοινωνικές σχέσεις και λαχταρούν να είναι μέρος κοινωνικών ομάδων. Οι άνθρωποι σχηματίζουν κοινότητες και ομάδες για τους ίδιους λόγους, για να σβήσουν τη δίψα τους για κοινωνικές αλληλεπιδράσεις. Συχνά αυτές οι ομάδες έχουν ομοϊδεάτες, μέλη με παρόμοια ενδιαφέροντα που συζητούν διάφορα θέματα, συμπεριλαμβανομένης της πολιτικής,

της οικονομίας, της τεχνολογίας, του τρόπου ζωής, της ψυχαγωγίας, κ.α. Οι συζητήσεις αυτές θα μπορούσαν να είναι μεταξύ δύο μελών της ομάδας ή να συμμετέχουν αρκετά μέλη.

Το Διαδίκτυο έχει μειώσει ουσιαστικά την απόσταση μεταξύ οποιωνδήποτε δύο σημείων στη γη στο μηδέν. Κατέστησε δυνατό για τους ανθρώπους να συνδεθούν μεταξύ τους πέρα από όλα τα γεωγραφικά εμπόδια. Οι εικονικές κοινότητες στη blogosphere δεν περιορίζονται από τη φυσική εγγύτητα και επιτρέπουν οποτεδήποτε, και οπουδήποτε, τις στιγμιαίες επικοινωνίες. Τα blogs, ειδικά, έχουν επηρεάσει εξαιρετικά τις κοινωνικές αλληλεπιδράσεις μεταξύ των ανθρώπων και των κοινοτήτων. Οι άνθρωποι όχι μόνο συμμετέχουν σε περιφερειακά θέματα αλλά και σε διεθνή θέματα. Μπορούν να συνδεθούν με τους ανθρώπους που κάθονται ακριβώς στην άλλη πλευρά του πλανήτη και να συζητήσουν ό,τι τους αρέσει, δηλαδή, υφίσταται πλέον ένας επίπεδος κόσμος. Οι κοινότητες μπορούν να εξαπλωθούν σε διάφορες ζώνες ώρας. Η blogosphere είναι ένα καταφύγιο για όλα τα είδη των ιδεών, και ως εκ τούτου επεκτείνει το εύρος των πληροφοριών που είναι προσιτές στον κόσμο, πληροφόρηση η οποία προηγουμένως ελέγχονταν από τη διακριτική ευχέρεια των παραδοσιακών μέσων.

Στις μέρες μας, υπάρχει μια αφθονία των ιατρικών πληροφοριών στο διαδίκτυο. Τα πιο κοινά είναι τα blogs για την υγεία και ιατρικά blogs, τα οποία έρχονται σε ποικίλες μορφές. Η γενική ιδέα πίσω από αυτά τα blogs είναι να εξοικειωθούν οι διαφορετικοί τύποι των ακροατηρίων σχετικά με διάφορα θέματα υγείας και ιατρικής (τόσο επαγγελματικά όσο και προσωπικά). Η κύρια πρόκληση στο γράψιμο blog για την υγεία ή ιατρικό blog είναι να προσαρμοστεί η τεχνική γλώσσα με έναν κατανοητό τρόπο για όλα τα ακροατήρια. Οι άνθρωποι που αποφασίζουν να χρησιμοποιήσουν το διαδίκτυο προκειμένου να βρουν πληροφορίες σχετικές με την υγεία περιμένουν ότι θα βρουν τις ιατρικές πληροφορίες σε απλή γλώσσα. Δεδομένου ότι αυτό το είδος των πληροφοριών έχει μεγάλη σημασία για τους αναγνώστες είναι ύψιστης σημασίας οι πηγές αυτές να είναι αξιόπιστες και αυθεντικές, τόσο στη μορφή όσο και το περιεχόμενο. Τα blogs και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν ένα νέο τρόπο για την μετάδοση των παρεμβάσεων την προώθηση της υγείας λόγω της δυνατότητάς τους να φθάσουν σε έναν μεγάλο πληθυσμό και τη δυνατότητα αμφίδρομης εμπλοκής των συμμετεχόντων στις συζητήσεις.

Με γνώμονα τα παραπάνω, η έρευνα αξιολόγησης έδειξε ότι το My Sunny Babies, που δημιουργήθηκε στα πλαίσια της παρούσας έρευνας, είναι ένα αποτελεσματικό blog ως προς την ευκολία χρήσης και λειτουργίας, την ποιότητα των πληροφοριών και την ποιότητα της αλληλεπίδρασης. Επιπλέον, η συνολική αποτίμηση του blog από τους συμμετέχοντες ειδικούς εμπειρογνώμονες και αναγνώστες ήταν στα επίπεδα του πολύ ικανοποιητικού. Το βασικό πλεονέκτημα του blog θεωρήθηκε το σχετικό και συναφές περιεχόμενο, ενώ οι συμμετέχοντες θεωρούν ότι το blog δεν είναι ακόμη ευρύτερα γνωστό, κάτι που ωστόσο αντικατοπτρίζει τη μικρή διάρκεια ζωής του.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

Κυριαζόπουλος, Π., Σιαμαντά, Ε. (2009). Εισαγωγή στην έρευνα αγοράς. Αθήνα: Σύγχρονη Εκδοτική.

Σταθακόπουλος, Β. (1997). Μέθοδοι Έρευνας Αγοράς. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.

Ξένη

Abrams SA, (2013). American Academy of Pediatrics, Committee on Nutrition Calcium and vitamin D requirements of enterally fed preterm infants. *Pediatrics*. 131(5):e1676–83.

Agarwal, N., Liu, H. (2008). Blogsosphere: research issues, tools, and applications. *SIGKDD Explor. Newsl.* 10 (1), 18-31.

Aimone A, Vaughan J, Ward W, et al. (2009). Growth and body composition of human milk-fed premature infants provided with extra energy and nutrients early after hospital discharge: 1-year follow-up. *J Pediatr Gastroenterol Nutr.* 49(4):456–66.

American Academy of Pediatrics Committee on Fetus and Newborn. Hospital discharge of the high-risk neonate. *Pediatrics*. 122(5):1119–1126.

American Academy of Pediatrics, American College of Obstetricians and Gynecologists. (2007). *Guidelines for Perinatal Care*. 6. Elk Grove Village, IL: American Academy of Pediatrics, American College of Obstetricians and Gynecologists.

American Pregnancy Association. (2017). "Caring for the Premature Baby." Irving, Texas: American Pregnancy Association.

Askie LM, Henderson-Smart DJ, Irwig L, Simpson JM. (2003). Oxygen-saturation targets and outcomes in extremely preterm infants. *N Engl J Med.* 349(10):959–67.

Askie LM, Henderson-Smart DJ, Jones RA. (2005). Management infants with chronic lung of prematurity in Australia. *Early Hum Dev.* 81(2):135–42

Aslam, N., Bowyer, D., Wainwright, A, et al. (2005). Evaluation of internet use by paediatric orthopaedic outpatients and the quality of information available. *J Pediatr Orthop B*, 14:129–33.

Athique,A.(2013).DigitalMediaandSociety:Anintroduction.Cambridge:PolityPress.

Bakewell-Sachs S, Medoff-Cooper B, Escobar GJ, Silber JH, Lorch SA. (2009). Infant functional status: The timing of physiologic maturation of premature infants. *Pediatrics*. 123(5):e878–86.

Bancalari E, Wilson-Costello D, Iben SC. (2005). Management of infants with bronchopulmonary dysplasia in North America. *Early Hum Dev*. 81(2):171–9.

Barlow SM. (2009). Oral and respiratory control for preterm feeding. *Curr Opin Otolaryngol Head Neck Surg*. 17(3):179–86.

Barrington KJ, Finer N, Li D. (1996). PredischARGE respiratory recordings in very low birth weight newborn infants. *J Pediatr*. 129(6):934–40.

Baumer,E.,Sueyoshi,M.,

Tomlinson,B.(2008).ExploringtheRoleoftheReaderIntheActivity of Blogging.ConferenceOnHumanFactorsInComputingSystems(CHI)2008.Florence,Italy, April5-10,2008.

Birch JL, Newell SJ. (2009). Gastroesophageal reflux disease in preterm infants: Current management and diagnostic dilemmas. *Arch Dis Child Fetal Neonatal Ed*. 94(5):F379–83.

Blood, R. (2002). Weblogs: A history and perspective. In Rodzvilla J. (Ed.), *We've Got Blog: How Weblogs are Changing Our Culture* (pp. 7-16). Cambridge MA: Perseus Publishing.

Bouhleb, O., Mzoughi, N., Skander Ghachem, M., Negra, S. (2010). Online Purchase Intention: Understanding the blogosphere effect. *International Journal of e-Business Management*, 4(2): 37-51.

Boulos, M.N.K., Maramba, I., Wheeler, S. (2006). Wikis, blogs and podcasts: a new generation of Web-based tools for virtual collaborative clinical practice and education. *BMC Med Educ*, 6 (1): 41.

Breton S, Steinwender S. (2008). Timing introduction and transition to oral feeding in preterm infants: Current trends and practices. *Newborn Infant Nurs Rev*. 8(3):153–9.

Buck, F. (2005). The basics of blogging. *Principal*, 85(2), 54-55.

Burt, R.S. (1999). The Social Capital of Opinion Leaders. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 566: 37-54.

Callen, J. Pinelli, J. (2005). A Review of the Literature Examining the Benefits and Challenges, Incidence, and Duration, and Barriers to Breastfeeding in Preterm Infants. *Advances in Neonatal Care* April 2005; 5, 72-88.

Canadian Neonatal Network (2011). Annual Report 2011: [Διαθέσιμο από: www.canadianneonatalnetwork.org/Portal/LinkClick.aspx?fileticket=rCVwkKIA4pc%3dcollabtabid=39- Πρόσβαση: 01.04.2018]

Cantoni, L., Tardini, S. (2008) Communicating in the Information Society: New Tools for New Practices. In Rivoltella, P.C. (2008) Digital Literacy: Tools and Methodologies for Information Society. IGI Global USA.

Carr, N. (2006). To blog or not to blog. *American School Board Journal*, 193(11), 46-47.

Cayzer, S. (2004). Semantic blogging and decentralized knowledge management. *Communications of the ACM*, 47(12), 47-52.

Centers for Disease Control and Prevention. [August 11, 2011];Premature birth.[Διαθέσιμο από: <http://www.cdc.gov/features/prematurebirth-> Πρόσβαση: 01.04.2018]

Chapman, C. (2011). A brief history of Blogging. [Διαθέσιμο από: <https://www.webdesignerdepot.com/2011/03/a-brief-history-of-blogging/>- Πρόσβαση: 01.04.2018]

Chatterjee, P, Biswas, T. (2001). Blogs and Twitter in medical publications: too unreliable to quote, or a change waiting to happen?. *Afr Med J*, 101(10):712, 714.

- Chau, M., Xu, J. (2012). Business Intelligence in Blogs: Understanding consumer interactions and communities. *MIS Quarterly*, 36(4): 1189-1216.
- Chesney, T., Su, D.K.S. (2010). The impact of anonymity on weblog credibility. *Int. J. Human-Computer Studies* 68:710–718.
- Chiang, I-P. & Hsieh, C: H. (2011), Exploring the Impacts of Blog Marketing on Consumers. *Social Behavior and Personality*, 39(9): 1245-1250.
- Chung,M., Oden,R.P., Joyner,B.L., SimsA., MoonRY. (2012). Safe infant sleep recommendations on the Internet: let's Google it. *Journal of Pediatrics*, 161(6):1080-4.
- Collins CT, Makrides M, Gillis J, McPhee AJ. (2008). Avoidance of bottles during the establishment of breast feeds in preterm infants. *Cochrane Database Syst Rev.* (4):CD005252.
- Creswell, J.W. (1994). *Research Design – Qualitative, Quantitative, and Mixed methods approaches*. 2nd Edition, Thousand Oaks.
- Cui, N., Wang, T., Xu, S. (2010). The Influence of Social Presence on Consumers' Perceptions of the Interactivity of Web Sites. *Journal of Interactive Advertising*. 11 (1): 36–49.
- Darnall RA, Kattwinkel J, Nattie C, Robinson M. (1997). Margin of safety for discharge after apnea in preterm infants. *Pediatrics*. 100(5):795–801.
- DeFelice, A. (2006a). A new marketing medium. *Customer Relationship Management*,10(1):32—35.
- Denecke, K., Nejdil, W. (2009). How valuable is medical social media data? Content analysis of the medical web.*Information Sciences*,179(12):1870–80.
- Descy, D. E. (2004). Let's put it in writing for everyone to see: The blog. *TechTrends: Linking Research & Practice to Improve Learning*, 48(3), 4-5.
- Disenza D. (2009). Family-centered care: NICU parents' top ten worries at discharge. *Neonatal Netw*. 28(3):202–203. [PubMed]
- Dizon, N. Z. (2005). Corporations entering brave new world of blogs.

Dorfman, L., Wallack, L. (1993). "Advertising health: the case for counter-ads". *Public Health Rep.* 108 (6): 716–26.

Edelmann & Intelliseek (2005). Trust "MEdia": How real people are finally being heard. The 1.0 guide to the blogosphere for marketers & company stakeholders. Edelman's series on New Communications & Word-of-Mouth Marketing, Spring 2005.

Eichenwald EC, Aina A, Stark AR. (1997). Apnea frequently persists beyond term gestation in infants delivered at 24 to 28 weeks. *Pediatrics.*;100(3 Pt 1):354–9.

Eichenwald EC, Blackwell M, Lloyd JS, Tran T, Wilker RE, Richardson DK. (2001). Inter-neonatal intensive care unit variation in discharge timing: Influence of apnea and feeding management. *Pediatrics.* 108(4):928–33.

Eichenwald EC, Zupancic JA, Mao WY, Richardson DK, McCormick MC, Escobar GJ. (2011). Variation in diagnosis of apnea in moderately preterm infants predicts length of stay. *Pediatrics.* 127(1):e53–8.

Eisingerich, A.B., Kretschmer, T. (2008). In E-Commerce, More is More. *Harvard Business Review* 86 (March): 20–21.

Elder DE, Campbell AJ, Doherty DA. (2005). Prone or supine for infants with chronic lung disease at neonatal discharge? *J Paediatr Child Health.* 41(4):180–5.

Faré, M. (2006). Blog e giornalismo, l'era della complementarità. Lugano, Switzerland: University of Lugano, European Journalism Observatory[Διαθέσιμο από: <http://www.ejo.ch/analysis/newmedia/blog.pdf>- Πρόσβαση: 01.04.2018]

Fewtrell MS. (2003). Growth and nutrition after discharge. *Semin Neonatol.* 8(2):169–76.

Fill, C. (2009) *Marketing communications: interactivity, communities and content.* NY: Prentice Hall/Financial Times.

Finer NN, Higgins R, Kattwinkel J, Martin RJ. (2006). Summary proceedings from the apnea-of-prematurity group. *Pediatrics.* 117(3 Pt 2):S47–51.

Forsythe PL, Maher R, Kirchick C, Bieda A. (2007). SAFE discharge for infants with high-risk home environments. *Adv Neonatal Care*. 7(2):69–75.

Gagliardi, A, Jadad, AR. (2002). Examination of instruments used to rate quality of health information on the internet: chronicle of a voyage with an unclear destination. *BMJ*, 324:569–73.

Gewolb IH, Vice FL. (2006). Abnormalities in the coordination of respiration and swallow in preterm infants with bronchopulmonary dysplasia. *Dev Med Child Neurol*. 48(7):595–9.

Grewal , R., Merhab, R. & Kardes, F.R. (2000). The Role of the Social-identity Function of Attitudes in Consumer Innovativeness and Opinion Leadership. *Journal of Economic Psychology*, 21: 233-252.

Haddow, G, Watts, R. (2003). Caring for a febrile child: the quality of internet information. *Collegian*, 10:7–12.

Harigopal S, Satish HP, Taktak AF, Southern KW, Shaw NJ. (2011). Oxygen saturation profile in healthy preterm infants. *Arch Dis Child Fetal Neonatal Ed*. 96(5):F339–42.

Herring, S. C., Scheidt, L. A., Bonus, S., Wright, E. (2004). Bridging the Gap: A Genre Analysis of Weblogs. In *Proceedings of the Thirty-seventh Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS-37)* (Ed.), Los Alamitos: IEEE Press.

Herring, S., Scheidt, L., Bonus, S. & Wright, E. (2004). Bridging the Gap: A genre analysis of weblogs. *Information, Technology, & People*, 18(22): 142-171.

Holding J, Holmes MV. (2006). Googling your treatment for analgesia in labour. *BMJ*, 332:795.

Impicciatore, P., Pandolfini, C., Casella, N., et al. (1997). Reliability of health information for the public on the World Wide Web: systematic survey of advice on managing fever in children at home. *BMJ*, 314:1875–9.

Internet World Stats (2013). World Internet Usage and Population Statistics. [Διαθέσιμο από: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>- Πρόσβαση: 01.04.2018]

Jefferies A. L. (2014). Going home: Facilitating discharge of the preterm infant. *Paediatric Child Health*, 19(1): 31–36.

Johnson, T.J., Kaye, B.K. (2004). Wag the blog: how reliance on traditional media and the internet influence credibility perceptions of weblogs among blog users, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, SI(3):622-642.

Johnson, T.J., Kaye, B.K., Bichard, S.L., Wong, W.J. (2008). Every Blog Has Its Day: Politically-interested Internet Users' Perceptions of Blog Credibility, *Journal of Computer-Mediated Communication* 13, 100–122, International Communication Association.

Kalichman, S. C., Weinhardt, L., Benotsch, E., DiFonzo, K., Luke, W., Austin, J., (2002). Internet Access and Internet Use for Health Information Among People Living with HIV/AIDS. *Patient Education and Counseling*. 46 (2): 109–16.

Kamel B., Maged N., Wheeler, S. (2007). The Emerging Web 2.0 Social Software: An Enabling Suite of Sociable Technologies in Health and Health Care Education. *Health Information & Libraries Journal*. 24 (1): 2–23.

Kaplan, A.M., Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons* 53 :59-68.

Katz, E. & Lazarsfeld, P.F. (1955). *Personal Influence*. New York: Free Press of Glencoe.

Katz, E., Blumer, J., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J.Blumer & Katz (Eds.) *The uses of mass communication: Current perspectives on gratifications research* (pg. 19-34). Beverly Hills, CA: Sage.

Kaye, B.K. & Johnson, T.J. (2011). Hot Diggity Blog: A cluster analysis examining motivations and other factors for why people judge different types of blogs as credible. *Mass Communication and Society*, 14: 236-263.

Kaye, B.K. (2005) It's a Blog, Blog, Blog, Blog World, *Atlantic Journal of Communication*,13(2):73-95.

Kaye, B.K. (2005): Its a Blog, Blog, Blog World: Users and uses of weblogs. *Atlantic Journal of Communication*, 13(2): 73-95

Kaye, B.K. (2007) Blog Use Motivations: An Exploratory Study. In Tremayne M., (2007) Blogging, citizenship, and the future of media. Routledge Taylor & Francis Group, LLC, New York.

Kaye, B.K. (2010) Going to the Blogs: Toward the Development of a Uses and Gratifications Measurement Scale for Blogs. *Atlantic Journal of Communication*. 18(4):194-210.

Kayes, I., Qian, X., Skvoretz, J. & Iamnitchi, A. (2012). How Influential Are You: Detecting influential bloggers in a blogging community. *SocInfo* 2012, 29-42.

Kent, M.L. (2008) Critical analysis of blogging in public relations, *Public Relations Review* 34: 32–40.

Kent, M.L. (2008). Critical analysis of blogging in public relations. *Public Relations Review*, 34: 32-40.

Khoo, K., Bolt, P., Babl, F.E., et al. (2008). Health information seeking by parents in the internet age. *J Paediatr Child Health*, 44:419–23.

Kirby, J. & Marsden, P. (2006). Connected marketing: The viral, buzz and word of mouth revolution. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Kovic, I., Lulic, I., Brumini, G. (2008). Examining the medical blogosphere: an online survey of medical bloggers. *Med Internet Res.*, 10(3):1-10

Kumar, R., Novak, J., Raghaven, P., Tomkins, A. (2004). Structure and evolution of blogspace. *Communications of the ACM*, 47(12), 35-39.

Lawn J.E., Davidge P., Paul V. K., von Xylander S., de Graft Johnson J., Costello A., Kinney M. V., Segre J., Molyneux L. (2013). Born Too Soon: Care for the preterm baby. *Reproductive Health*, 10 (Suppl 1):S5

Lenhart, A. (2006) Bloggers: A portrait of the Internet's new storytellers. Pew Internet and American Life Project <www.pewinternet.org/PPF/r/186/report_display.asp>. In Kent, M.L. (2008) Critical analysis of blogging in public relations, *Public Relations Review*, 34:32–40.

Liu, S.H., Liao, H.L., Zeng, Y.T. (2007). Why people blog: an Expectancy Theory analysis". *Issues in Information Systems*, 8: 232–237.

Lomborg, S. (2012). Negotiating Privacy Through Phatic Communication: A case study of the blogging self. *Philosophy & Technoogy*, 25: 415-434.

Lorch SA, Srinivasan L, Escobar GJ. (2011). Epidemiology of apnea and bradycardia resolution in premature infants. *Pediatrics*. 128(2):e366–73. [PMC free article]

MacMillan D, (2000). Canadian Paediatric Society, Fetus and Newborn Committee Assessment of babies for car seat safety before hospital discharge. *Paediatr Child Health*. 2000;5(1):53–63. \STOP-ROP (2000). Multicenter Study Group Supplemental therapeutic oxygen for prethreshold retinopathy of prematurity (STOP-ROP), a randomized controlled trial. I: Primary outcomes. *Pediatrics*. 105(2):295–310.

Malloy EJ, DiFiore JM, Martin RJ. (2005). Does gastroesophageal reflux cause apnea in preterm infants? *Biol Neonate*. 87(4):254–61.

Mangold, W.G., Faulds, D.J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business horizons*. 52:357-365.

Maratea, R. (2008). The E-Rise and Fall of Social Problems: The blogosphere as a public arena. *Social Problems*, 55(1): 139-160.

McCormick FM, Henderson G, Fahey T, McGuire W. (2010). Multinutrient fortification of human breast milk for preterm infants following hospital discharge. *Cochrane Database Syst Rev*. (7):CD004866.

McCormick FM, Tosh K, McGuire W. (2010). Ad libitum or demand/semidemand feeding versus scheduled interval feeding for preterm infants. *Cochrane Database Syst Rev*. (2):CD005255.

McKenzie, H.M. (2008). Why Bother Blogging? Motivations for Adults in the United States to Maintain a Personal Journal Blog [master's thesis]. Raleigh, NC: North Carolina State University, 65.

McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage.

- Mijatovic, M.(2018). 8 Types of Blogs and Bloggers. What Type is Yours? First Site Guide. [Διαθέσιμο από: <https://firstsiteguide.com/blogging-types-revealed/>- Πρόσβαση: 01.04.2018]
- Mijomanovic, S., Kandijas, S. M. (2015). A stroll through the medicalblogosphere. *Medical Writing*,24(4):225-229.
- Miller, E.A., Pole, A. (2010). Diagnosis blog: checking up onhealth blogs in the blogosphere. *American Journal of Public Health*, 100(8):1514–19.
- Mills RJ, Davies MW. (2012). Enteral iron supplementation in preterm and low birth weight infants. *Cochrane Database Syst Rev*. (3):CD005095.
- Nahas, R., Evans M.F. (2001). Good-quality medical advice on the internet. *Can Fam Physician*, 47:56–7.
- Nardi, B. A., Schiano, D. J., Gumbrecht, M., & Swartz, L. (2004). Why we blog. *Communications of the ACM*, 47(12), 41-46.
- Nardini, J. (2005). Blogging 101. *Frozen Food Age*, 53(12):32—33.
- New K, Flenady V, Davies MW. (2011). Transfer of preterm infants from incubator to open cot at lower versus higher body weight. *Cochrane Database Syst Rev*. 9):CD004214.
- Ojala, M. (2005). Blogging: For knowledge sharing, management and dissemination. *Business Information Review*, 22(4): 269-276.
- O'Reilly, T. (2005). What Is Web 2.0? Design patterns and business models for the next generation of software. [Διαθέσιμο από: <http://www.oreillv.de/artikel/web20.html>- Πρόσβαση: 01.04.2018]
- Park, B., Ahn, S. & Kim, H. (2010). Blogging: Mediating impacts of flow on motivational behavior. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 4(1): 6-29.
- Pinelli J, Symington A. (2005). Non-nutritive sucking for physiologic stability and nutrition in preterm infants. *Cochrane Database Syst Rev*.(4):CD001071.
- Plutchak, T.S. (2005). I see blog people. *J Med Libr Assoc.*, 93(3):305–7.

Poets CF, Brockmann PE. (2011). Myth: Gastroesophageal reflux is a pathological entity in the preterm infant. *Semin Fetal Neonatal Med.* 16(5):259–63.

Public Health Agency of Canada 2011. (2011). Joint statement on safe sleep: Preventing sudden infant deaths in Canada. [Διαθέσιμο από: www.publichealth.gc.ca/safesleep- Πρόσβαση: 01.04.2018]

Pullizi, J., RitzieA. (2012). *The Ultimate Guide to Blogging*. Content Marketing Institute. [Διαθέσιμο από: <http://contentmarketinginstitute.com/wp-content/uploads/2012/04/CMI-Ultimate-Blogging-final.pdf> - Πρόσβαση: 01.04.2018]

Qualman, E. (2009) *Socialnomics: How Social Media Transforms the Way We Live and DoBusiness*. Hoboken: Wiley & Sons.

Rains, S. A. (2007). "Perceptions of Traditional Information Sources and Use of the World Wide Web to Seek Health Information: Findings from the Health Information National Trend Survey". *Journal of Health Communication.* 12 (7): 667–80.

Ramanathan R, Corwin MJ, Hunt CE, et al. (2001). Cardiorespiratory events recorded on home monitors: Comparison of healthy infants with those at increased risk for SIDS. *JAMA.* 285(17):2199–207.

Rettberg, J.W. (2008) *Blogging: digital media and society series*. Polity Press

Rickman, TA. & Cosenza, R. (2007).The changing digital dynamics of multichannel marketing. *Journal of Fashion Marketing & Management*, 11(4):. 604-21.

Rodrigues, R. (2000). Ethical and Legal Issues in Interactive Health Communications: A Call for International Cooperation. *J Med Internet Res*, 2 (1): E8.

Ruggiero, T.E. (2000). Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. *MassCommunication & Society*, 2000, 3(1):3–37

Safko, L., Brake, D. (2009) *The Social Media Bible: Tactics, Tools and Strategies forBusiness Success*. Hoboken: Wiley & Sons.

Schneiderman R, Kirkby S, Turenne W, Greenspan J. (2009). Incubator weaning in preterm infants and associated practice variation. *J Perinatol.* 29(8):570–4.

Scott, D. M. (2010). The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Blogs, News Releases, Online Video, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

Segev, S., Villar, M.E. & Fiske, R.M. (2012). Understanding Opinion Leadership and Motivations to Blog: Implications for public relations practice. *Public Relations Journal*, 6(5), 1-10

Singh, T., Veron-Jackson, L., Cullinane, J. (2008) Blogging: A new play in your marketing game plan. *Business Horizons* 51:281-292.

Sneath N. (2009). Discharge teaching in the NICU: Are parents prepared? An integrative review of parents' perceptions. *Neonatal Netw.* 28(4):237–46.

Sneath N. Discharge teaching in the NICU: are parents prepared? An integrative review of parents' perceptions. *Neonatal Netw.* 2009;28(4):237–246.

Stauffer, T. (2002). *Blog on – the essential guide to building dynamic weblogs*. Berkeley: McGraw-Hill/Osborne.

Strehle EM, Gray WK, Gopisetti S, Richardson J, McGuire J, Malone S. (2012). Can home monitoring reduce mortality in infants at increased risk of sudden infant death syndrome? A systematic review. *Acta Paediatr.* 101(8):8–13

Thoracic Society of Australia and New Zealand. Fitzgerald DA, Massie RJH, et al. (2008). Infants with chronic neonatal lung disease: Recommendations for the use of home oxygen therapy. *M J Aust.* 189(10):578–82.

Thorbjørnsen, H., Supphellen, M., Nysveen, H., Egil P. (2002). "Building Brand Relationships Online: A Comparison of Two Interactive Applications". *Journal of Interactive Marketing.* 16 (3): 17–34.

Trammel, K.D. & Keshelashvili, A. (2006). Examining the New Influencers: A self-presentation study of A-List blogs. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 82: 968-982.

Trzaski JM, Hagadorn JI, Hussain N, Schwenn J, Wittenzellner C. (2012). Predictors of successful discontinuation of supplemental oxygen in very low-birth-weight infants

with bronchopulmonary dysplasia approaching neonatal intensive care unit discharge. *Am J Perinatol.* 29(2):79–86.

Tuffrey, C, Finlay F. (2002). Use of the internet by parents of paediatric outpatients. *Arch Dis Child*, 87:534–6.

Van der Merwe, R., & Van Heerden, G. (2009). Finding and utilizing opinion leaders: Social networks and the power of relationships. *South Africa Journal of Business Management*, 40, (3): 65-76.

Wainstein, BK, Sterling-Levis K, Baker SA, et al. (2006). Use of the internet by parents of paediatric patients. *J Paediatr Child Health*, 42:528–32.

Walker, J. (2005) ‘Weblog’, in *The Routledge Encyclopedia of Narrative Theory*, eds David Herman, Manfred Jahn & Marie-Laure Ryan, Routledge, London.

Walsh MC, Wilson-Costello D, Zadell A, Newman N, Fanaroff A. (2003). Safety, reliability, and validity of a physiologic definition of bronchopulmonary dysplasia. *J Perinatol.* 23(6):451–6.

Ward, R. (2006). Blogs and wikis: A personal journey. *Business Information Review*, 23(4), 235-240.

Waters, R. D. (2007). Nonprofit Organizations Use of the Internet: A Content Analysis of Communication Trends on the Internet Sites of the Organizations on the Philanthropy 400". *Nonprofit Management & Leadership*. 18 (1): 59–76. doi:10.1002/nml.171.

Whyte RK (2010). Canadian Paediatric Society, Fetus and Newborn Committee Safe discharge of the late preterm infant. *Paediatr Child Health*. 15(10):655–60.

Willett LD, Leuschen MP, Nelson LS, Nelson RM., Jr (1989). Ventilatory changes in convalescent infants positioned in car seats. *J Pediatr*. 115(3):451–5

Winer, R.S. (2009) *New Communications Approaches in Marketing: Issues and Research Directions*. *Journal of Interactive Marketing* 23:108 -117.

Winer, R.S. (2009). New Communications Approaches in Marketing: Issues and research directions. *Journal of Interactive Marketing*, 23: 108-117.

Woffington, J. (2006) Outlook 2006: CPG marketers find web is place to build relationships. [Διαθέσιμο από: <http://www.dmnews.com/Outlook-2006-CPG-Marketers-Find-Web-Is-Place-to-Build-Relationships/article/90304>- Πρόσβαση: 01.04.2018]

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ–ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ

My Sunny Babies blog

Το παρόν ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε στο πλαίσιο της μεταπτυχιακής εργασίας του τμήματος Π.Μ.Σ. «Οικονομικά & Διοίκηση της Υγείας» του Πανεπιστημίου Πειραιά με τίτλο «Τα ιστολόγια στο χώρο της παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών Υγείας». Μέσω του ερωτηματολογίου επιδιώκεται η αξιολόγηση του blog <https://mysunnybabies.blogspot.gr> ως προς: (α) την ευκολία χρήσης και λειτουργίας, (β) την ποιότητα πληροφόρησης και (γ) την ποιότητα αλληλοεπίδρασης. Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από 22 ερωτήσεις γραμμικής κλίμακας και σχεδιάστηκε έτσι ώστε να απαιτεί λιγότερο από 5 λεπτά να συμπληρωθεί. Δεν είναι ονομαστικό και δεν απαιτείται η συμπλήρωση προσωπικών δεδομένων. Θα θέλαμε μόνο από σας είναι, να επισκεφτείτε το blog <https://mysunnybabies.blogspot.gr> και να μας αφιερώσετε λίγο από τον χρόνο σας.

Σας ευχαριστούμε εκ των πρότερων για τη συμμετοχή σας.

Συμπληρώστε την ιδιότητα σας

Ιατρικό προσωπικό

Νοσηλευτικό προσωπικό

Μητέρα

Μέλλουσα Μητέρα

Άλλο: _____

A. Ευκολία χρήσης και λειτουργίας								
1	Ευκολία χρήσης	1	2	3	4	5	6	7
2	Ευκολία πλοήγησης	1	2	3	4	5	6	7
3	Ευκολία εκμάθησης	1	2	3	4	5	6	7
4	Ελκυστική εμφάνιση	1	2	3	4	5	6	7
5	Ευκολία αλληλεπίδρασης	1	2	3	4	5	6	7
6	Καταλληλόλητα και ελκυστικότητα σχεδιασμού	1	2	3	4	5	6	7
7	Αίσθηση επάρκειας	1	2	3	4	5	6	7
B. Ποιότητα πληροφοριών								
8	Σωστή παρουσίαση πληροφόρησης	1	2	3	4	5	6	7
9	Κατανοητή πληροφόρηση	1	2	3	4	5	6	7
10	Ακριβής πληροφόρηση	1	2	3	4	5	6	7
11	Αξιόπιστη πληροφόρηση	1	2	3	4	5	6	7
12	Επίκαιρη πληροφόρηση	1	2	3	4	5	6	7
13	Σχετικό και συναφές περιεχόμενο	1	2	3	4	5	6	7
14	Επαρκής πληροφόρηση	1	2	3	4	5	6	7
Γ. Ποιότητα αλληλοεπίδρασης								
15	Ασφάλεια ατομικών πληροφοριών	1	2	3	4	5	6	7
16	Ασφάλεια συναλλαγών	1	2	3	4	5	6	7
17	Εκπλήρωση υποσχέσεων και στόχων	1	2	3	4	5	6	7
18	Διευκόλυνση επικοινωνίας	1	2	3	4	5	6	7
19	Βαθμός εξατομίκευσης	1	2	3	4	5	6	7
20	Καλή φήμη	1	2	3	4	5	6	7
21	Αίσθηση συμμετοχής σε κοινότητα	1	2	3	4	5	6	7
Δ. Συνολική εκτίμηση								
22	Συνολική εκτίμηση για τον δικτυακό τόπο	1	2	3	4	5	6	7
1 Δεν συμφωνώ καθόλου/ Καθόλου Ικανοποιητικό		↔			7 Συμφωνώ απολύτως/ Εξαιρετικά Ικανοποιητικό			