



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ  
ΣΧΟΛΗ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ  
ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ  
ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ**

**Πτυχιακή Εργασία**

**Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και η επίδρασή τους στις  
διαπροσωπικές σχέσεις**

(Social Media and their impact on interpersonal relationships)

των

Μαρίας Νικολάου (5343) Λαδίκου Θωμά (5275)

Επιβλέπουσα καθηγήτρια:

Αναστασία Γιαννακοπούλου

Σεπτέμβριος 2022

Καστοριά

## **Ευχαριστίες**

*Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε την επιβλέπουσα καθηγήτριά μας, Αναστασία Γιαννακοπούλου, για την καθοδήγηση και τις πολύτιμες συμβουλές που μας έδωσε για την ολοκλήρωση της πτυχιακής μας εργασίας, αλλά και το Τμήμα που μας παρείχε τις απαραίτητες δομές για την προσπάθεια της εργασίας. Οφείλουμε, επίσης, ένα μεγάλο ευχαριστώ σε όλους εκείνους που συνέβαλαν στην συμπλήρωση του ερωτηματολογίου προκειμένου να ολοκληρωθεί επιτυχώς η έρευνά μας.*

*Τέλος, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τους γονείς μας, τους φίλους μας αλλά και τους συμφοιτητές μας για την πολύτιμη στήριξη καθ' όλη την διάρκεια της περάτωσης των σπουδών μας.*

## Περίληψη

Η ραγδαία τεχνολογική εξέλιξη, που έχει σημειωθεί τις τελευταίες δεκαετίες, έχει εισβάλλει στη ζωή του ανθρώπου και αποτελεί πλέον σημαντικό κομμάτι της καθημερινότητάς του. Το διαδίκτυο, λοιπόν, είναι πρωταγωνιστής της τεχνολογικής προόδου, καθώς είναι από τα πιο αναγκαία και χρήσιμα εργαλεία βοήθειας, έρευνας, αναζήτησης, ψυχαγωγίας, διασκέδασης, μάθησης και επικοινωνίας. Την τελευταία δεκαετία, οι τρόποι επικοινωνίας έχουν ποικίλλει με την βοήθεια των Social Media (κοινωνικά μέσα δικτύωσης), τα οποία προσφέρουν μια μεγάλη γκάμα από εφαρμογές με την δυνατότητα ανταλλαγής μηνυμάτων, ιδεών, απόψεων, βίντεο, φωτογραφιών, σε προσωπικό ή ομαδικό πλαίσιο, είτε ιδιωτικά είτε δημόσια.

Η παρούσα πτυχιακή εργασία, θέτει ως στόχο, την εξέταση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και την επιρροή τους στις ζωές των ανθρώπων και τις μεταξύ τους σχέσεις, με γνώμονα την εγχώρια και ξένη βιβλιογραφία, ώστε να καταγράψει τις θετικές αλλά και τις αρνητικές πτυχές των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Στην συνέχεια, ακολουθεί το ερευνητικό μέρος της εργασίας, στο οποίο αναλύεται, έπειτα από έρευνα που διεξήχθη, ο τρόπος επίδρασης των Social Media στις διαπροσωπικές σχέσεις των ανθρώπων σε όλα τα πεδία, σε καθημερινό επίπεδο.

**Λέξεις – Κλειδιά:** Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, Επικοινωνία, Διαπροσωπικές σχέσεις, Ψηφιακές Σχέσεις, Σχέσεις, Διαδίκτυο, Ψηφιακές Δεξιότητες

## **Abstract**

The rapid technological development, which has occurred in recent decades, has invaded the life of man and is now an important part of his daily life. The Internet, therefore, is a protagonist of technological progress, as it is one of the most necessary and useful tools for help, research, search, entertainment, learning and communication. In the last decade, the ways of communication have varied with the help of Social Media, which offer a wide range of applications with the ability to exchange messages, ideas, opinions, videos, photos, in a personal or group context, either privately or publicly.

This dissertation sets as a goal the examination of Social Media and its influence on people's lives and their relationships with each other, based on domestic and foreign literature, in order to record the positive and negative aspects of the media. Then, the research part of the work follows, in which, after research conducted, the way of impact of social media on the interpersonal relationships of people in all fields, on a daily level, is analyzed.

**Keywords:** Social Media, Interpersonal Relationships, Digital, Relationships, Relationships, Internet, Communication, Digital Skills

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

<b>Εισαγωγή</b>	<b>8</b>
<b>Κεφάλαιο 1. Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης</b>	<b>9</b>
1.1 Ιστορική Αναδρομή	10
1.1.2 Από το διαδίκτυο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	11
1.2 Τα δημοφιλέστερα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	11
1.2.1 FACEBOOK	11
1.2.2 TWITTER	12
1.2.3 INSTAGRAM	13
1.2.4 YOUTUBE	14
1.2.5 PINTEREST	15
1.2.6 TIK TOK	15
1.2.7 LINKEDIN	16
1.3 Ο ρόλος τους στην σύγχρονη εποχή	16
<b>Κεφάλαιο 2. Πλεονεκτήματα των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης</b>	<b>19</b>
2.1 Αλληλεπίδραση και προσβασιμότητα	19
2.2 Εύκολη ενημέρωση	19
2.3 Ελευθερία έκφρασης	20
2.4 Νέα μορφή επικοινωνίας	20
2.5 Ψυχαγωγία και πρόσβαση σε χρήσιμο περιεχόμενο	21
<b>Κεφάλαιο 3. Μειονεκτήματα των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης</b>	<b>22</b>
3.1 Κίνδυνοι υποκλοπής προσωπικών στοιχείων	22
3.2 Παραπληροφόρηση και εξαπάτηση	23
3.3 Εθισμός και εξάρτηση	23
3.4 Κατάθλιψη και αντικοινωνική συμπεριφορά	24
3.5 Κυβερνοέγκλημα	25
3.6 Ηλεκτρονικός εκφοβισμός και παιδιά	27
3.7 Αρνητική επίδραση στην επικοινωνία εξ επαφής	29
<b>Κεφάλαιο 4. Η επίδραση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης στις διαπροσωπικές σχέσεις</b>	<b>30</b>
4.1 Διαπροσωπικές σχέσεις	30
4.2 Διαπροσωπικές σχέσεις στο διαδίκτυο	31
4.3 Μορφές διαπροσωπικών σχέσεων	32

<b>Κεφάλαιο 5. Μεθοδολογία Έρευνας</b>	<b>38</b>
5.1 Σκοπός και εμπειρικά ερωτήματα	38
5.2 Δείγμα και δειγματοληψία	38
5.3 Ερευνητικό εργαλείο	38
5.4 Στατιστική Ανάλυση	39
<b>Κεφάλαιο 6. Αποτελέσματα Έρευνας</b>	<b>40</b>
6.1 Δομή Ερωτηματολογίου	40
6.2 Περιγραφική ανάλυση	40
6.2.1 Κοινωνικο-δημογραφικά χαρακτηριστικά	40
6.2.2 Ερωτήσεις αναφορικά με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και η επίδρασή τους στις διαπροσωπικές σχέσεις	42
6.2.3 Έλεγχος $X^2$	57
<b>Συζήτηση αποτελεσμάτων</b>	<b>60</b>
<b>Συμπεράσματα</b>	<b>64</b>
<b>Βιβλιογραφία</b>	<b>66</b>
<b>Παράρτημα</b>	<b>70</b>

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ/ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

<b>5. Μεθοδολογία Έρευνας.....</b>	<b>38</b>
5.1 Σκοπός και εμπειρικά ερωτήματα .....	38
5.2 Δείγμα και δειγματοληψία .....	38
5.3 Ερευνητικό εργαλείο .....	38
5.4 Στατιστική Ανάλυση .....	39
<b>6. Αποτελέσματα Έρευνας.....</b>	<b>40</b>
6.2 Περιγραφική ανάλυση.....	40
6.2.1 Κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά .....	40
6.2.2 Ερωτήσεις αναφορικά με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και η επίδραση τους στις διαπροσωπικές σχέσεις .....	42
6.2.3 Έλεγχος $X^2$ .....	57
<b>Συζήτηση Αποτελεσμάτων.....</b>	<b>60</b>
<b>Βιβλιογραφία .....</b>	<b>66</b>
<b>Παράρτημα .....</b>	<b>70</b>

## Εισαγωγή

Η πρόοδος της τεχνολογίας εξελίσσεται με αλματώδεις ρυθμούς, ειδικότερα την τελευταία δεκαετία, που έφερε αλλαγές τις οποίες κανείς δεν θα μπορούσε να φανταστεί λίγα χρόνια νωρίτερα. Η εκμηδένιση της απόστασης αλλά και του χρόνου έφερε στο προσκήνιο έναν καινοτόμο και εξελιγμένο τρόπο ζωής που πλέον είναι αδύνατο να ζήσει κανείς χωρίς αυτόν. Το διαδίκτυο και πιο συγκεκριμένα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν συνδράμει στην ανέλιξη αυτή διευκολύνοντας και δίνοντας λύση σε πολλά προβλήματα που στο παρελθόν αποτελούσαν χρονοβόρες διαδικασίες. Ταυτόχρονα, οι νέες αυτές συνθήκες συμβάλλουν τόσο θετικά όσο και αρνητικά σε διάφορους τομείς, ωστόσο όσον αφορά τις διαπροσωπικές σχέσεις των ανθρώπων υπάρχουν διφορούμενες απόψεις για την επίδραση που έχουν τα Social Media.

Το θέμα, λοιπόν, της πτυχιακής εργασίας που τίθεται προς μελέτη αφορά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ένα φαινόμενο αρκετά επίκαιρο αφού έχει εισέλθει στην ζωή των ανθρώπων και έχει γίνει κομμάτι της καθημερινότητας, με ολοένα και περισσότερους χρήστες να αυξάνονται συνεχώς, δημιουργώντας νέα δεδομένα σε όλα τα επίπεδα.

Το περιεχόμενο της εργασίας, χωρίζεται σε δυο μέρη, το θεωρητικό και το ερευνητικό. Στο πρώτο μέρος περιγράφεται η εξέλιξη της επικοινωνίας, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που λειτουργούν ως μέσο επικοινωνίας, τα βασικά χαρακτηριστικά τους και αναφέρονται τα πιο δημοφιλή και πολυσύχναστα μέσα. Στην συνέχεια αναλύονται τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα που υπάρχουν με την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και τέλος, η επιρροή που ασκούν στις διαπροσωπικές σχέσεις των ανθρώπων.

Στο δεύτερο μέρος της εργασίας, που είναι και το ερευνητικό κομμάτι, εξετάζονται οι απόψεις των νέων σχετικά με τις διαπροσωπικές σχέσεις που υπάρχουν στα Social Media, σε σύγκριση με τις σχέσεις εξ επαφής. Ακολουθεί η ανάλυση των αποτελεσμάτων που προήλθαν έπειτα από έρευνα ερωτηματολογίου και στην συνέχεια παρατίθενται τα συμπεράσματα και η βιβλιογραφία που χρησιμοποιήθηκε.



## Κεφάλαιο 1. Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Ως μέσα κοινωνικής δικτύωσης ορίζουμε τα μέσα που σχετίζονται με την επικοινωνία και την αλληλεπίδραση των ανθρώπων μέσω διαδικτυακών κοινοτήτων. Πρωταρχικός ρόλος τους είναι η συζήτηση, ο σχολιασμός, η μετάδοση ειδήσεων και η διάδοση ψηφιακών αρχείων, μουσικής, φωτογραφιών, κειμένων, συνδέσμων κλπ. Μπορούν να θεωρηθούν ως η προοδευτική εξέλιξη των μέσων μαζικής επικοινωνίας, αφού επιτρέπουν στους χρήστες τούς πολλές υπηρεσίες επικοινωνίας και διάδρασης. (Kaplan & Haenlein, 2010)

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ένα καινούριο φαινόμενο, το οποίο διαρκώς αλλάζει και εξελίσσεται. Η επίδρασή τους είναι εμφανής σε διάφορους τομείς της ζωής όπως είναι η οικονομία, η πολιτική, η ψυχαγωγία, η ενημέρωση και η επικοινωνία, διευκολύνοντας την καθημερινότητα και επιλύοντας τα προβλήματα που υπήρχαν πριν την εμφάνισή τους. (Zhang, 2010)

Αδιαμφισβήτητα αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της καθημερινότητας, που έχει λάβει μεγάλη διάσταση σε προσωπικό αλλά και κοινωνικό, επαγγελματικό, οικονομικό επίπεδο. Η χρήση των μέσων αυτών, όχι μόνο είναι συχνή, αλλά αποτελεί τρόπο ζωής. Ελάχιστο ποσοστό ανθρώπων αρνείται την χρήση τους, εφόσον αποτελεί λύση για πολλά προβλήματα που έρχονται αντιμέτωποι οι άνθρωποι. (Zin & Reese, 2005)

Τα Social Media έχουν ως βασικό ρόλο την ανταλλαγή πληροφοριών, ιδεών, μηνυμάτων, βίντεο, φωτογραφιών και σχολίων μεταξύ των διαδικτυακών χρηστών. Μ' αυτόν τον τρόπο διευκολύνεται η επικοινωνία και μηδενίζονται οι αποστάσεις, ενώ στον επαγγελματικό τομέα συμβάλλουν σαν βοήθεια για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών αλλά και τη σωστή διαφήμιση των προϊόντων (Kaplan & Haenlein, 2010). Είναι γεγονός πως τα μέσα δικτύωσης έχουν ξεπεράσει τις γεωγραφικές αποστάσεις και δημιουργούν μια εύκολη επικοινωνία, ενθαρρύνοντας την συζήτηση αλλά και την ανάπτυξη ή την διατήρηση ανθρώπινων σχέσεων, που υπό άλλες συνθήκες θα μπορούσαν να είχαν φθαρεί. Σαν εργαλείο είναι αρκετά χρήσιμο τόσο σε προσωπικό όσο και σε κοινωνικό επίπεδο, καταφέροντας έτσι να αλλάξουν ριζικά τον τρόπο με τον οποίο μπορούν να επικοινωνήσουν οι άνθρωποι σήμερα. (Zhang,2010)

Ο λόγος για τον οποίο τα μέσα δικτύωσης έχουν λάβει τόσο μεγάλη απήχηση έγκειται στο ότι ο άνθρωπος είναι εκ φύσεως κοινωνικό ον. Ανέκαθεν υπήρχε η ανάγκη για επικοινωνία και σύνδεση με τους ανθρώπους, γι' αυτό και έγιναν αμέτρητες προσπάθειες ώστε να βρεθεί κάποιος τρόπος τηλεπικοινωνίας, μέχρι να φτάσουν στο σημείο που βρίσκεται σήμερα. Ο διαδικτυακός κόσμος είναι φανερά πολύ διαφορετικός αντικαθιστώντας τους φίλους σε followers, τις εκφράσεις σε emojis και γενικότερα οτιδήποτε ρεαλιστικό να μετατρέπεται σε ψηφιακή μορφή. (Brandtzaeg & Heim,2009)



## 1.1 Ιστορική Αναδρομή

Τα κοινωνικά δίκτυα σαν όρος εμφανίστηκε τα τελευταία χρόνια, ωστόσο η εμφάνισή τους έγινε πολλά χρόνια πριν. Επί της ουσίας, γίνεται λόγος για μια φυσική εξέλιξη των μέσων μαζικής επικοινωνίας.

Ως μέσα μαζικής επικοινωνίας ορίζονται αυτά που έχουν ως στόχο την επικοινωνία και την προμήθεια πληροφοριών σε ένα ευρύ κοινό σε οποιαδήποτε μορφή, έντυπη, ακουστική είτε οπτική. Ανάλογα μέσα είναι η εφημερίδα, η τηλεόραση και το ραδιόφωνο. Από την άλλη, το διαδίκτυο αποτέλεσε κοινωνικό δίκτυο από μόνο του αφού κατάφερε να ενώσει ανθρώπους από όλα τα μέρη του κόσμου μ' ένα μόνο κλικ.

Η διαφορά στα παραδοσιακά μέσα μαζικής επικοινωνίας με τα κοινωνικά δίκτυα είναι ότι ναι μεν αποτελούν πομπούς πληροφόρησης, δεν παρέχουν όμως την δυνατότητα στους χρήστες να μοιραστούν τις απόψεις τους αφού τα κανάλια επικοινωνίας είναι μονής κατεύθυνσης.

Η έλευση του Web 2.0 βέβαια, άλλαξε τα δεδομένα και υπεισήλθε το

στοιχείο της διαδραστικότητας και της αλληλεπίδρασης στα μέσα εισβάλλοντας μ' αυτόν τον τρόπο η ενεργή συμμετοχή των χρηστών (Maness, 2006).

### ***1.1.2 Από το διαδίκτυο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης***

Η ιστορία του διαδικτύου ξεκινάει την δεκαετία του 1970, αλλά για να φτάσει στο σημείο που βρίσκεται σήμερα πέρασε από πολλές διακυμάνσεις. Το internet λοιπόν, βρίσκεται στην κορυφή μετρώντας πάνω από 2,2 δισεκατομμύρια χρήστες παγκοσμίως, γεγονός που αποδεικνύει τον μεγάλο βαθμό ενσωμάτωσής του στην καθημερινότητά μας. Τα τελευταία χρόνια έχει σημειωθεί μια μεγάλη αλλαγή στον τρόπο, την δομή και την ανάπτυξη του διαδικτύου και των εφαρμογών του, λόγω της εμφάνισης των Social Media.

Το έργο που επιτελεί το διαδίκτυο είναι αρχικά η επικοινωνία και η κοινή χρήση των πόρων μεταξύ των υπολογιστών και κατά συνέπεια, των ανθρώπων. Η επικοινωνία και ο διαμοιρασμός πληροφοριών που λαμβάνει χώρα σε πραγματικό χρόνο είτε ασύγχρονα, είναι από τα κυριότερα αγαθά.

Η επιτυχία του Web 2.0 βρίσκεται στην εξειδικευμένη βάση δεδομένων, με την δυνατότητα να ανανεώνεται σε κάθε αλλαγή, διατηρώντας συνδέσμους που ανήκουν σε άλλες εφαρμογές και είναι εξειδικευμένες σε αντίστοιχο περιεχόμενο. (Κούρτη, 2003)

## **1.2 Τα δημοφιλέστερα μέσα κοινωνικής δικτύωσης**

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι πάρα πολλά και χρόνο με τον χρόνο αυξάνονται, αποκτώντας ένα ευρύ φάσμα κοινού, χωρίς όριο ηλικίας, εφόσον τα εφαρμόζουν μικροί και μεγάλοι. Είναι ένα σπουδαίο εργαλείο, για την ταχεία ενημέρωση και την διάδοση ειδήσεων καθώς επίσης για την δημιουργία ταυτοτήτων, την έκφραση συναισθημάτων και σκέψεων. Μερικά από τα πιο δημοφιλή αναλύονται παρακάτω, ωστόσο υπάρχει μια τεράστια γκάμα κοινωνικών δικτύων. (Anson & Samala, 2012)

### ***1.2.1 FACEBOOK***

Το Facebook αποτελεί την πιο γνωστή πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης και ίσως την πρώτη για τους περισσότερους ανθρώπους και κυριαρχεί από τη δημιουργία του. Ιδρύθηκε από τον Mark Zuckerberg, στις 4 Φεβρουαρίου του 2004, όταν ήταν μέλος του πανεπιστημίου Harvard. Στην αρχή, πρόσβαση μπορούσαν να έχουν μόνο

οι φοιτητές του Harvard, ενώ αργότερα, το 2006, η υπηρεσία έγινε προσβάσιμη σε κάθε άνθρωπο του πλανήτη άνω των δεκατριών ετών, χωρίς όριο ηλικίας, εφόσον είναι πολλοί οι χρήστες άνω των 65 ετών. Σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα, το Facebook έχει πάνω από 1 δισεκατομμύρια ενεργούς χρήστες μηνιαίως. Η χρήση του Facebook εστιάζει κυρίως στα νέα φίλων και γνωστών, με την ανανέωση των προσωπικών τους πληροφοριών και την καθημερινή επικοινωνία μέσω μηνυμάτων. (Ellison, et al,2007)

Οι χρήστες έχουν την δική τους προσωπική σελίδα, στην οποία αναγράφονται κάποιες σημαντικές πληροφορίες του ατόμου όπως η ηλικία, οι σπουδές, το επάγγελμα κι έπειτα ο κάθε χρήστης ενημερώνει το προφίλ του με φωτογραφίες, βίντεο, σκέψεις, απόψεις, ενδιαφέροντα κι οτιδήποτε θέλει να μοιραστεί στον προσωπικό του «τοίχο». Όλα τα παραπάνω, είναι ορατά σε όσους ο ίδιος ο χρήστης επιλέξει, δηλαδή στους φίλους του ή δημόσια, με τη δυνατότητα να σχολιαστούν και να έχουν την ανάλογη αντίδραση από τους θεατές, με τη δήλωση ότι τους αρέσει, το like. Φυσικά, δεν υπάρχει μόνο η δυνατότητα δημοσίευσης αλλά και το προσωπικό μήνυμα σε κάποιον ή ακόμα και σε ομάδα, ανταλλάσσοντας νέα, φωτογραφίες, βίντεο, φωνητικά μηνύματα, κλήσεις και βιντεοκλήσεις.

Επιπλέον, χρησιμοποιείται και για την προώθηση προϊόντων από εταιρίες, γεγονός που έχει βοηθήσει πολλές επιχειρήσεις για την διαφήμισή τους. (Philips, 2007)

Συνεπώς το Facebook, αποτελεί ένα λειτουργικό κοινωνικό δίκτυο με την δυνατότητα μιας άμεσης επικοινωνίας, ανταλλαγής νέων, ψυχαγωγίας και είναι ένα χρήσιμο εργαλείο προώθησης υπηρεσιών που χρησιμοποιείται πάνω από 15 χρόνια με επιτυχία. (Ellison, et al., 2007)

### **1.2.2 TWITTER**

Το Twitter αποτελεί μια ακόμη εφαρμογή κοινωνικής δικτύωσης που ξεκίνησε την λειτουργία του τον Ιούλιο του 2006 από τον δημιουργό του, Jack Dorsey, με την κατάκτηση της δεύτερης δημοφιλέστερης θέσης στα Social Media μετά το Facebook. Το συγκεκριμένο κοινωνικό δίκτυο διαφέρει από τα υπόλοιπα με το εξής χαρακτηριστικό: οι δημοσιεύσεις του, τα tweets όπως αποκαλούνται, περιορίζονται στους 280 χαρακτήρες με στόχο την σύντομη ενημέρωση γεγονότων που συμβαίνουν σε όλο τον κόσμο. Το παραπάνω χαρακτηριστικό έχει ως σκοπό την

γρήγορη ενημέρωση, χωρίς να κουράζει το κοινό αφιερώνοντας πολύ χρόνο στην ανάγνωση. Οι δημοσιεύσεις αυτές έχουν την δυνατότητα να αναγνωστούν και από μη συνδεδεμένους χρήστες, αλλά μόνο οι χρήστες του Twitter έχουν την δυνατότητα να δημοσιεύουν κείμενα, καθώς και να σχολιάζουν ένα δημόσιο μήνυμα ή να κάνουν retweet. (Waters, 2013)

Γενικότερα, είναι γνωστό για την αστραπιαία ενημέρωσή του, καθώς οτιδήποτε συμβαίνει αναρτάται πρώτα στο twitter κι έπειτα σε οποιαδήποτε άλλη πλατφόρμα, χρησιμοποιώντας τα γνωστά σε όλους hashtags, κατηγοριοποιώντας έτσι το μήνυμα που δημοσιεύεται. Το δίκτυο αυτό, έχει παραπάνω από 300 εκατομμύρια ενεργούς χρήστες, με πολλούς από αυτούς να είναι άτομα της δημόσιας ζωής. (Σιδέρη, 2011)

### **1.2.3 INSTAGRAM**

Το Instagram είναι, αν όχι η δημοφιλέστερη, από τις πιο δημοφιλείς εφαρμογές κοινωνικής δικτύωσης κινητού τηλεφώνου με κύριο χαρακτηριστικό τις φωτογραφίες, έχει δηλαδή ως στόχο την λήψη και την κοινοποίηση φωτογραφιών και βίντεο. Η λειτουργία της ξεκίνησε τον Οκτώβριο του 2010 από τους δημιουργούς του, Kevin Systrom και Mike Krieger, απόφοιτους του πανεπιστημίου Stanford, με τον αριθμό των εγγεγραμμένων χρηστών να εκτοξεύεται μέσα στους δύο πρώτους μήνες λειτουργίας του. Η εφαρμογή ξεκίνησε με σκοπό την λήψη, τον διαμοιρασμό και την επεξεργασία φωτογραφιών αρχικά μόνο για iOS συσκευές, αργότερα προστέθηκε και η λειτουργία βίντεο καθώς και η έκδοση για Android.

Αυτό που έκανε γνωστή την εφαρμογή ήταν τα φίλτρα που διαθέτει για την επεξεργασία φωτογραφιών. Σήμερα έχει μια πληθώρα επιλογών με εργαλεία επεξεργασίας για φωτογραφίες και βίντεο προς όλους τους χρήστες.

Πέρα όμως από την κοινοποίηση δημοσιεύσεων, η εφαρμογή διαθέτει και την κοινοποίηση ημερησίων ιστοριών με φωτογραφίες ή βίντεο που παραμένουν 24 ώρες στο προφίλ του κάθε χρήστη.

Τον Απρίλιο του 2012, η εφαρμογή αγοράστηκε από την εταιρία Facebook, έναντι 1 δισεκατομμυρίου δολαρίων. Σήμερα, το Instagram έχει πάνω από 1 δις ενεργούς μηνιαίους χρήστες, 50 δις συνολικά δημοσιευμένες φωτογραφίες και πάνω από 100 εκατομμύρια δημοσιεύσεις φωτογραφιών και βίντεο την ημέρα, ξεπερνώντας τα 4,2 δις σε likes ημερησίως.

Στην εφαρμογή αυτή υπάρχει η δυνατότητα του ιδιωτικού ή δημόσιου προφίλ, κι έπειτα του προσωπικού ιστολογίου έχοντας την ευκαιρία επιλογής της κοινοποίησης μιας ανάρτησης, σε ιδιωτικό ή δημόσιο επίπεδο. Όσοι έχουν κλειστό λογαριασμό ή αλλιώς ιδιωτικό προφίλ, οι δημοσιεύσεις τους είναι ορατές μόνο στο κοινό τους, δηλαδή στους followers τους, οι οποίοι λαμβάνουν αίτημα ακολούθησης και επιλέγουν οι ίδιοι αν θα αποδεχτούν να τους ακολουθήσει ή όχι, ο εκάστοτε λογαριασμός.

Από την άλλη όσοι έχουν δημόσιο προφίλ μπορούν να δουν τις κοινοποιήσεις του, όλοι οι χρήστες του Instagram και να δηλώσουν ότι τους αρέσει η δημοσίευσή τους ή ακόμα και να τους ακολουθήσουν χωρίς κάποιο έλεγχο.

Σύμφωνα με τον αλγόριθμο του Instagram, στην αρχική σελίδα εμφανίζονται αναρτήσεις των λογαριασμών που ακολουθεί ο κάθε χρήστης αλλά και διαφημίσεις. Πλέον στο Instagram, διατίθεται και η δυνατότητα ενός επαγγελματικού προφίλ για την προώθηση φωτογραφιών, προϊόντων, καταστημάτων, εταιρειών και επιχειρήσεων. (Κάβουρα, 2016)

#### **1.2.4 YOUTUBE**

Το Youtube είναι ένας ιστότοπος αυτοέκφρασης της Google, που επιτρέπει την αναπαραγωγή και τον διαμοιρασμό βίντεο και ταινιών. Είναι το πιο αναγνωρισμένο στο είδος του, με την πιο συχνή επισκεψιμότητα μηνιαίως. Μέσα από τον ιστότοπο αυτό, οι χρήστες μπορούν να μεταδώσουν ένα βίντεο, να το αναπαράγουν, να το αποθηκεύσουν ή να το ανεβάσουν στο δικό τους κανάλι. Δημιουργήθηκε το 2006 και χρησιμοποιεί την τεχνολογία της Adobe Flash Video, με σκοπό την αναπαραγωγή βίντεο κλιπς, μουσικής, ταινιών ερασιτεχνικού ή επαγγελματικού περιεχομένου. Το Youtube αποτελείται κυρίως από ιδιωτικά κανάλια, παρόλα αυτά υπάρχουν διάφορα μέσα μαζικής ενημέρωσης και επιχειρήσεις που παρέχουν υλικό. Ο καθένας μπορεί να παρακολουθήσει τα βίντεο που είναι ανεβασμένα, ενώ οι εγγεγραμμένοι χρήστες μπορούν να ανεβάσουν δικά τους βίντεο, να σχολιάσουν ένα βίντεο και να δηλώσουν ότι τους αρέσει ή όχι (like/dislike). Το μέσο αυτό, εκμεταλλευόμενο από την έντονη δημοτικότητα του, έχει αναπτύξει δράσεις marketing, με σκοπό οι επιχειρήσεις να διαφημίζουν το προϊόν τους. ([www.socialmedialife.gr](http://www.socialmedialife.gr),2014)

### **1.2.5 PINTEREST**

Το Pinterest, είναι ένα μέσο δικτύωσης, στο οποίο κυρίαρχο ρόλο παίζουν οι εικόνες, είτε στατικές είτε κινούμενες, αλλά και βίντεο. Μπορεί να θεωρηθεί ως εργαλείο αναζήτησης εικόνων. Στατιστικά, το προτιμούν κυρίως οι γυναίκες καθώς τα θέματα βασίζονται στην μόδα, την ομορφιά, την μαγειρική, τον γάμο και γενικότερα ιδέες του lifestyle. Βέβαια, υπάρχουν όλων των ειδών τα θέματα, τα οποία προσεγγίζουν και το ανδρικό φύλο, όπως για παράδειγμα τα αυτοκίνητα, οι μηχανές, τα εργαλεία, οι κατασκευές κλπ. Ο κάθε χρήστης μπορεί να δημιουργήσει πίνακες με τα θέματα που προτιμά, κάνοντας pin στην φωτογραφία ή το βίντεο που του αρέσει. Κατά κάποιο τρόπο δημιουργεί θεματικούς φακέλους, οργανώνοντας τις εικόνες σε θεματικές ενότητες. Επιπλέον, έχει την δυνατότητα να ανεβάσει δικές του ή να αναδημοσιεύσει ήδη υπάρχουσες εικόνες στο προφίλ του, επιτρέποντας άλλους χρήστες να δουν τους πίνακές του. ([www.socialmedialife.gr](http://www.socialmedialife.gr), 2014)

### **1.2.6 TIK TOK**

Το Tik Tok αποτελεί την πλέον ανερχόμενη πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης συνδυάζοντας την μουσική και την δημιουργία βίντεο έως τριών λεπτών. Ξεκίνησε με το όνομα Musical.ly, το οποίο συγχωνεύτηκε στην συνέχεια με το Tik Tok. Έτσι οι χρήστες της πρώτης εφαρμογής μεταφέρθηκαν αυτομάτως στην δεύτερη. Το 2018 στις ΗΠΑ, σημείωσε τον μεγαλύτερο αριθμό λήψεων κι από τότε οι χρήστες συνεχώς αυξάνονται παγκοσμίως. Οι χρήστες έχουν την δυνατότητα να παρακολουθήσουν στην αρχική τους σελίδα βίντεο από οποιονδήποτε χρήστη παγκοσμίως, είτε τον ακολουθούν είτε όχι, γεγονός που δεν παίζει ρόλο στην εφαρμογή αυτή αν είναι κάποιος ήδη διάσημος, καθώς οποιοσδήποτε μπορεί να γίνει γνωστός μέσω των βίντεο του και να πάρει πάρα πολλά like. Στην εφαρμογή αυτή, οι χρήστες δημιουργούν βίντεο με τραγούδια κυρίως, κάνοντας lip-syncing δηλαδή συγχρονισμό χειλιών με τα λόγια ενός τραγουδιού, χορογραφίες και παρωδίες. Στο ξεκίνημα της εφαρμογής, η βάση της ήταν κυρίως μουσικοχορευτική, ενώ πλέον πολλοί μοιράζονται σκέψεις, προβληματισμούς με την δημιουργία ενός βίντεο, λόγω της μεγάλης μεταδοτικότητας και προβολής που μπορεί να έχει εύκολα ο κάθε χρήστης. (<https://ti-einai.gr/tik-tok/>)

### **1.2.7 LINKEDIN**

Το LinkedIn είναι ένας ιστότοπος κοινωνικής δικτύωσης για επαγγελματίες, ξεκινώντας την λειτουργία του τον Μάιο του 2003, από τον Reid Hoffmann. Αποτελεί τον πιο επιτυχημένο ιστοχώρο στο είδος του με εγγεγραμμένους πάνω από 300 εκατομμύρια χρήστες, σε πάνω από 200 χώρες. Στόχος, λοιπόν, αυτού του κοινωνικού δικτύου είναι η διασύνδεση και η στελέχωση επαγγελματιών, με κύρια ασχολία τα θέματα καριέρας. Στην πλατφόρμα αυτή, οι χρήστες μπορούν να αναζητήσουν εργασία, να δημιουργήσουν πελατολόγιο, να δημιουργήσουν ένα κλίμα ανταλλαγής γνώσεων και εμπειρίας μεταξύ των επαγγελματιών. Η δημιουργία του προσωπικού προφίλ κάθε χρήστη εστιάζεται στα επαγγελματικά ενδιαφέροντα και πληροφορίες, όπως οι σπουδές, οι επαγγελματικές δεξιότητες, η προϋπηρεσία που έχει σκοπό την ανάπτυξη του επαγγελματικού δικτύου. Οι βασικές παροχές διατίθενται δωρεάν, ωστόσο υπάρχουν κάποιες παροχές που χρεώνονται, όπως η προβολή επιχειρήσεων και οι αγγελίες θέσεων εργασίας. (Μπατσακίδης, 2011)

### **1.3 Ο ρόλος τους στην σύγχρονη εποχή**

Είναι γεγονός πως πλέον το διαδίκτυο και ειδικότερα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητάς μας, εισβάλλοντας κατ' αυτόν τον τρόπο σε διάφορους τομείς της ζωής μας, σε προσωπικό και κοινωνικό επίπεδο. Πιο συγκεκριμένα, τα σύγχρονα κοινωνικά δίκτυα χρησιμοποιούνται σε τομείς της πολιτικής, της υγείας, της επιστήμης, της εκπαίδευσης, της αγοράς εργασίας, σε επιχειρήσεις και γενικότερα οτιδήποτε θεμελιώνει την κοινωνία. Αδιαμφισβήτητα, κι έπειτα από έρευνες που έχουν διεξαχθεί, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζουν σημαντικά την οικονομία και την πολιτική, καθώς και τον χώρο του μάρκετινγκ. (Μακρής, 2013)

Όσον αφορά τον πολιτικό τομέα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν εισχωρήσει στην πολιτική σκηνή, γεγονός που παλαιότερα ήταν καθαρά και μόνο δημοσιογραφικό ζήτημα. Στη σύγχρονη εποχή, όχι μόνο χρησιμοποιούνται από πολιτικούς, αλλά μπορεί να θεωρηθεί και απαραίτητο να υπάρχει λογαριασμός των δημόσιων φορέων και πολιτικών ως ένα μέσο άμεσης επικοινωνίας και πληροφόρησης στους πολίτες. (Παπαχαρίση, 2014)

Τα μέσα που πρωταγωνιστούν στην πολιτική είναι το Facebook και το Twitter, αφού παράγουν πολιτικές τάσεις, είτε από τους ίδιους τους πολιτικούς είτε



από το κοινό. Αυτό συμβαίνει, διότι οι εφαρμογές αυτές λειτουργούν ως πυρήνας επικοινωνίας και επηρεασμού του κοινωνικού συνόλου. Κατ' αυτόν τον τρόπο, ο καθένας μπορεί να επηρεάσει με τον λόγο του, αφού μπορεί να εκφραστεί ελεύθερα και ακουστεί από οποιονδήποτε. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν οι πολιτικοί, που έχουν ήδη ένα τεράστιο κοινό μεγαλύτερης ηλικίας που ήδη τους ακολουθεί, παρόλα αυτά, επειδή τα κοινωνικά δίκτυα έχουν μεγάλο αντίκτυπο κυρίως στην νεολαία, μπορούν να κερδίσουν ένα μέρος του πληθυσμού που έως τώρα δεν υπήρχε αλληλεπίδραση. (Παπαχαρίση, 2014)

Βέβαια, ένας κλάδος που δεν θα μπορούσε να λείπει είναι η εκπαίδευση, αφού η λειτουργία του καθίσταται αναγκαία και πολύ εύχρηστη, τόσο για τον εκπαιδευτικό, όσο και για τους μαθητές και την μεταξύ τους αλληλεπίδραση. Η βοήθεια που προσφέρουν στις αμέτρητες πληροφορίες που μπορούν να αντλήσουν και να μοιραστούν, δημιουργεί ένα κλίμα συνεργασίας στην αναζήτηση, αναπτύσσεται η κοινωνικοποίηση, η επικοινωνιακή συμπεριφορά, η δημιουργικότητα, η κριτική σκέψη και εξελίσσεται η εκπαιδευτική διεργασία. Επί παραδείγματι, εν όψει της πανδημίας του Covid-19, τα σύγχρονα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτέλεσαν λύση στο πρόβλημα της εξ αποστάσεως εκπαίδευσης, έχοντας πρωταγωνιστικό ρόλο στην διεξαγωγή των μαθημάτων, σε σχολεία και πανεπιστήμια. Μ' αυτόν τον τρόπο, οι αποστάσεις εκμηδενίστηκαν, όχι μόνο στην παράδοση των μαθημάτων αλλά και στις ομαδικές δραστηριότητες των μαθητών, αξιοποιώντας τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης για την συνεργασία και τον διαμοιρασμό πληροφοριών. Επιπλέον, αξίζει να σημειωθεί πως υπάρχει πρόσβαση σε βιβλιοθήκες παγκόσμιου επιπέδου, δίνοντας την ευκαιρία στην εκπαίδευση να αντλήσει πληροφορίες από οποιαδήποτε πηγή που μέχρι σήμερα θα ήταν αδύνατον. (Zhang, 2010)

Αναφορικά στην οικονομία, τα Social Media έχουν εξελίξει τον κλάδο αυτό, σημειώνοντας άνοδο σε πολλές επιχειρήσεις χάρη στην προώθηση και την διαφήμιση των ίδιων και των προϊόντων που προσφέρουν. Τα Social Media, είναι απαραίτητα για κάθε επιχείρηση μικρή ή μεγάλη, εξαιτίας της αναγνωρισιμότητας που μπορεί να προσφέρουν, της διαφήμισης, της αλληλεπίδρασης και της επικοινωνίας με τους πελάτες. Εκτός των άλλων, μπορεί να βοηθήσει στην εύρεση εργασίας, στην εξέλιξη της κάθε επιχείρησης, τεχνολογικά και ποιοτικά, στην βελτίωση των προϊόντων τους χάρη στην επαφή με τους πελάτες, χτίζοντας έτσι, μια σχέση εμπιστοσύνης. Η χρήση των κοινωνικών δικτύων στις επιχειρήσεις μπορεί να προσφέρει πολλά οικονομικά

οφέλη. (Asaad, Gomez, 2011)

Η χρήση των μέσων αυτών ως εργαλείο marketing, γίνεται όλο και πιο συχνή από τις επιχειρήσεις, εκμεταλλευόμενες την επιρροή που έχουν στο κοινό και την δυνατότητα για πιο άμεση διαφήμιση, εξαιτίας της υψηλής απήχησης που έχουν σε όλον τον κόσμο. Επομένως, η διαφήμιση στον χώρο των κοινωνικών δικτύων έχει σημειώσει ραγδαία άνοδο τα τελευταία χρόνια με την προβολή προσφορών, την διοργάνωση διαφόρων εκδηλώσεων, την κλήρωση διαγωνισμών με δώρα, κ.α. Πολλές φορές, σημαντικό ρόλο κυρίως παίζει η συνεργασία με άτομα που έχουν ήδη μεγάλο κοινό που τους ακολουθεί στα Social Media, τους λεγόμενους «influencers», για την δημιουργία μιας πιο επιτυχημένης διαφήμισης και πιο άμεσης ανταπόκρισης από το κοινό. (Safko & Brake, 2009)

## **Κεφάλαιο 2. Πλεονεκτήματα των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης**

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν πολλά οφέλη τόσο σε προσωπικό όσο και σε συλλογικό επίπεδο. Όχι μόνο έφεραν την επανάσταση στο επικοινωνιακό πλαίσιο, αλλά άνοιξαν νέους ορίζοντες σε πολλαπλούς τομείς, όπως είναι η εκπαίδευση, η υγεία, οι διαφημίσεις, οι επιχειρήσεις και η ψυχαγωγία. Προσφέρουν καινοτομία και ευελιξία μέσω των πλατφόρμων που τα υποστηρίζουν. Παρακάτω, πρόκειται να αναλυθούν μερικά από τα κυριότερα πλεονεκτήματα:

### **2.1 Αλληλεπίδραση και προσβασιμότητα**

Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης έχουν εισέλθει στην ζωή του κάθε ανθρώπου διευκολύνοντας πολλούς τομείς της ζωής του, με πρωταγωνιστή την επικοινωνία, αφού παρέχεται η δυνατότητα σε κάθε χρήστη να μπορεί να επικοινωνήσει με οποιονδήποτε επιθυμεί, ανεξαρτήτως γεωγραφικής θέσης και χωρίς κάποια οικονομική επιβάρυνση. Η επικοινωνία ήταν ανέκαθεν το κυριότερο στοιχείο μιας κοινωνίας, η οποία προκύπτει από την αλληλεπίδραση που έχουν τα άτομα μεταξύ τους. Έτσι, με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης η επικοινωνία γίνεται πιο εύκολη, πιο άμεση και πιο διαδραστική. Αυτό συμβαίνει διότι δεν χρειάζεται απλά η εξ επαφής επικοινωνία, αλλά οι άνθρωποι μπορούν να συνομιλούν, να ανταλλάσσουν απόψεις, αντιλήψεις, ιδέες και νέα ποικιλοτρόπως, από ένα μήνυμα ή μια βιντεοκλήση, μέχρι και μια δημόσια ανάρτηση στο προφίλ της εκάστοτε εφαρμογής. Επιπρόσθετα, η προσβασιμότητα που υπάρχει μέσω του διαδικτύου, κάνει την λειτουργία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης πιο εύχρηστη, πράγμα πολύ σημαντικό καθώς δεν τίθεται θέμα τεχνικών προβλημάτων ή περιορισμών, βοηθώντας έτσι τους χρήστες για αποτελεσματικότερη πλοήγηση. Επί της ουσίας, μπορούν να χρησιμοποιηθούν απ' όλους γρήγορα και εύκολα, μη αντιμετωπίζοντας κάποιο πρόβλημα με πολύ απλές κινήσεις, κάνοντας λίγα μόνο κλικ. (Parks & Floyd, 1996)

### **2.2 Εύκολη ενημέρωση**

Μετά την επικοινωνία, ένα από τα κυριότερα οφέλη των Social Media, είναι η άμεση και αστραπιαία ενημέρωση που παρέχουν σε όλον τον κόσμο, με τους ίδιους τους χρήστες να επικοινωνούν τα γεγονότα που συμβαίνουν την ίδια στιγμή, μεταδίδοντας πολλές φορές ζωντανά την είδηση. Πλέον, τα νέα κυκλοφορούν την

ίδια στιγμή που διαδραματίζονται. Με μια απλή αναζήτηση ο καθένας μπορεί να αντλήσει τις πληροφορίες που θέλει χωρίς να μένει πίσω με το να περιμένει ένα δελτίο ειδήσεων ή την εφημερίδα, όπως γινόταν πριν μερικά χρόνια για να ενημερωθεί. Κατ' αυτόν τον τρόπο, ο κάθε χρήστης αποκτά έναν ρόλο δημοσιογραφικό, που πολλές φορές μπορεί να κρύβει παραπληροφόρηση ή απάτη προς το κοινό του.

### **2.3 Ελευθερία έκφρασης**

Αδιαμφισβήτητα, στον χώρο του διαδικτύου ο κάθε άνθρωπος μπορεί να εκφράσει την γνώμη του ελεύθερα, χωρίς φόβο και περιορισμό, έχοντας την δυνατότητα να τοποθετηθεί σε οποιοδήποτε θέμα τον προβληματίζει. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δίνουν την ευκαιρία στους χρήστες να συζητήσουν και να σχολιάσουν τις απόψεις τους, με τα εργαλεία που τους δίνονται ιδιωτικά αλλά και δημόσια, έχοντας ένα μεγάλο ακροατήριο που μπορεί είτε να παρακολουθήσει αυτές τις συζητήσεις, είτε να λάβει θέση στο θέμα συζήτησης. Είναι γεγονός, ότι σε μια εποχή λογοκρισίας, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έσπασαν αυτό το φράγμα, καθιστώντας ως βασικό άξονα την ελευθερία λόγου. Έτσι, ο καθένας έχει την ευκαιρία να εκφράσει τις σκέψεις και τα συναισθήματά του και κυρίως άτομα που δεν είναι δημοφιλείς ή γνωστά, προσφέροντας με αυτόν τον τρόπο την ώθηση σε αυτές τις ομάδες, που μέχρι προηγουμένως δρούσαν στην αφάνεια και δεν είχαν αυτοπεποίθηση ή δίσταζαν να μιλήσουν ελεύθερα. Επομένως, με το διαδίκτυο έγινε προσιτή η επικοινωνία και η προώθηση του διαλόγου, η ενεργός συμμετοχή του κάθε πολίτη, η τοποθέτησή του σε διάφορα θέματα της κοινωνίας, περιορίζοντας τον έλεγχο των αυταρχικών καθεστώτων προς την κοινωνία που προσπαθεί να τους αποσπάσει και να τους έχει έρμαιο της πολιτικής τους.

### **2.4 Νέα μορφή επικοινωνίας**

Μέσω της τεχνολογίας και του μεγάλου φάσματος εφαρμογών κοινωνικής δικτύωσης, η επικοινωνία μπορεί να λάβει διάφορες μορφές. Τα Social Media, ως επί το πλείστον δημιουργήθηκαν για την επικοινωνία των ανθρώπων και την διατήρηση των σχέσεων με την οικογένεια, τους φίλους και τους γνωστούς τους. Σήμερα, ο κυρίαρχος ρόλος τους είναι να δημιουργούν επαφές, σχέσεις και γνωριμίες με άτομα από κάθε γωνιά της γης. Δίνεται η δυνατότητα γνωριμίας με μεγάλο αριθμό ατόμων, καταργώντας τις αποστάσεις, αναπτύσσοντας επαφές με διαφορετικούς πολιτισμούς,

κουλτούρες, κοινωνίες, συνήθειες και χαρακτηριστικά. Αυτοί οι κοινωνικοί δεσμοί επιτρέπουν την διεύρυνση των γνώσεων και των πνευματικών οριζόντων του κάθε ανθρώπου, την αναζήτηση ανθρώπων και ομάδων που εκφράζουν και ωφελούν το άτομο με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Επιπλέον, ενεργεί σωστά στην δραστηριοποίηση και την σύμπραξη για κοινούς σκοπούς από όλα τα μέρη του πλανήτη και στην ένωση μεγάλου αριθμού συμμετεχόντων για ένα κοινό σκοπό.

## **2.5 Ψυχαγωγία και πρόσβαση σε χρήσιμο περιεχόμενο**

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν έναν ευχάριστο και διασκεδαστικό τρόπο ψυχαγωγίας, καθώς πολλοί χρησιμοποιούν τις εφαρμογές αυτές για την αναπαραγωγή μουσικής, την παρακολούθηση ταινιών, την ενασχόληση με ηλεκτρονικά παιχνίδια και την επικοινωνία με κοντινά τους πρόσωπα, περνώντας έτσι εποικοδομητικά τον χρόνο τους. Παράλληλα, η πρόσβαση σε άφθονο περιεχόμενο όπως φωτογραφίες, βίντεο ή παιχνίδια, δίνει την ευκαιρία σε κάθε ηλικία να μπορεί να ψυχαγωγηθεί από το σπίτι, να δημιουργήσει και συνάμα να επεξεργαστεί εικόνες, να έχει μια πλούσια πηγή έμπνευσης και πληροφόρησης με λίγα μόλις βήματα. Η πρόσβαση αυτή καθίσταται αρκετά σημαντική, καθώς μέχρι να δοθεί αυτή η δυνατότητα δεν υπήρχε άλλη, δωρεάν και μη χρονοβόρα πηγή.

Ειδικότερα, στην περίοδο του κορονοϊού και του εγκλεισμού, η επαφή με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτέλεσε σημαντικό παράγοντα στην ανέλιξη της ψυχολογίας του ανθρώπου, καθώς ήταν η μοναδική διέξοδος αλληλεπίδρασης και επικοινωνίας με άλλα πρόσωπα.

## **Κεφάλαιο 3. Μειονεκτήματα των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης**

Στον αντίποδα, παρόλα τα θετικά στοιχεία που προσφέρουν τα Social Media, ελλοχεύουν πολλούς κινδύνους τους οποίους πρέπει να προσέχει ο κάθε χρήστης. Τα προσωπικά δεδομένα, η διαρροή σημαντικών πληροφοριών, ο διαδικτυακός εκφοβισμός, ο εθισμός, η απομόνωση, η παραπληροφόρηση και οι απάτες είναι μερικά από τα αρνητικά στοιχεία που κρύβουν τα Social Media, γι' αυτό τον λόγο είναι απαραίτητο να προφυλάσσει ο καθένας τον εαυτό του με την συμμετοχή του σε τέτοιου είδους ιστοτόπους. Στην συνέχεια, αναλύονται οι πιο συχνοί κίνδυνοι των μέσων κοινωνικής δικτύωσης:

### **3.1 Κίνδυνοι υποκλοπής προσωπικών στοιχείων**

Οι προσωπικές πληροφορίες που αποκαλύπτει ο κάθε χρήστης στους ιστοτόπους δεν είναι πάντοτε ασφαλείς, με αποτέλεσμα να τίθεται σε κίνδυνο το ιδιωτικό του απόρρητο. Αυτό συμβαίνει διότι, πρώτα απ' όλα, η έκθεση των προσωπικών δεδομένων περνάει αρχικά από συγκεκριμένα συστήματα πριν φτάσουν στον προορισμό τους. Έτσι, τα συστήματα αυτά, μπορούν να παρακολουθήσουν, να καταγράψουν και να αποθηκεύσουν τις δραστηριότητες που γίνονται μέσα στο διαδίκτυο. Βέβαια, η έκθεση των προσωπικών και επαγγελματικών στοιχείων, στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι φανερά σε οποιονδήποτε, ειδικά όταν υπάρχει αλληλεπίδραση των λογαριασμών, λόγου χάρη, φίλοι στο Facebook ή follow στο Instagram. Έτσι, ο καθένας μπορεί να ανατρέξει στο ίντερνετ και να ψάξει στοιχεία για οποιοδήποτε άτομο, με αποτέλεσμα να τίθεται ακόμα και η ζωή κάποιων σε κίνδυνο, εφόσον πολλές φορές αποκαλύπτουν την ηλικία, την διεύθυνση, τον προσωπικό αριθμό τηλεφώνου, φωτογραφίες, την τοποθεσία που βρίσκονται την εκάστοτε χρονική στιγμή κλπ. Ακόμα, είναι πιθανή η χρήση και η υποκλοπή των προσωπικών δεδομένων από επιτήδειους, αποκτώντας πρόσβαση στους λογαριασμούς, σε συνδρομές και κωδικούς. (Καρυδά & Κοκολάκης, 2013)

Η δημοσίευση και καταχώρηση προσωπικών πληροφοριών σε αυτές τις σελίδες, καθιστά τους χρήστες εκτεθειμένους και ευάλωτους σε μεγάλο αριθμό ατόμων με συχνό φαινόμενο τις ανεξέλεγκτες συνέπειες. Δεν είναι λίγες οι φορές που η ιδιωτικότητα ενός χρήστη καταπατάται, καθώς μέσα από τις εφαρμογές κοινωνικής

δικτύωσης, οποιοσδήποτε μπορεί να γνωρίζει την τοποθεσία όπου βρίσκεται κανείς, τι κάνει και με ποια πρόσωπα είναι. Η αναφορά σε οποιαδήποτε ενέργεια επιτελεί ο χρήστης, παρατηρείται συνήθως σε νεαρές ηλικίες, οι οποίες παρασύρονται, είτε από άγνοια της επικινδυνότητας είτε εκούσια, ακολουθώντας την τάση της εφαρμογής που χρησιμοποιούν π.χ. στο Facebook το check in σε τοποθεσία, με τα άτομα που βρίσκεται ο χρήστης. (Καρυδά & Κοκολάκης, 2013)

### **3.2 Παραπληροφόρηση και εξαπάτηση**

Στις παγίδες του διαδικτύου, βρίσκεται η αναλήθεια και η ανακρίβεια στην πληροφόρηση. Το διαδίκτυο περιλαμβάνει έναν τεράστιο όγκο δεδομένων, που ένα σημαντικό ποσοστό του δεν αντιστοιχεί στην πραγματικότητα και διασύρει διαστρεβλωμένες πληροφορίες. Αυτό είναι φυσικό και λογικό να συμβαίνει, καθώς χάρη στην ελευθερία του λόγου και τον μη έλεγχο που υπάρχει, ο καθένας μπορεί να παρουσιάσει ψευδείς, αναληθείς ή παραποιημένες πληροφορίες με σκοπό να παραπλανήσει, να εξαπατήσει, ή ακόμη και να συκοφαντήσει κάποιον. Η παραπληροφόρηση επιτυγχάνεται και με τις ελλιπείς πληροφορίες για ένα γεγονός καθώς οδηγεί σε λανθασμένα συμπεράσματα. Η διάδοση ψευδών ειδήσεων φέρει σοβαρές επιπτώσεις, ειδικά όταν είναι εις βάρος κάποιου προσώπου, προκαλώντας βλάβη στο ίδιο και τραύματα.

Μέσα από τα στοιχεία που δίνονται στο διαδίκτυο και στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, ο κίνδυνος εξαπάτησης είναι εξίσου σοβαρός και αρκετά συχνό φαινόμενο. Πίσω από ένα προφίλ μπορεί να κρύβεται ένας απατεώνας, ένας εγκληματίας ή ακόμα και μια ομάδα απάτης, που μέσα από φιλικές συζητήσεις θα προσπαθήσει να σε προσεγγίσει. Η ανωνυμία και η επαφή με αγνώστους σε έναν εικονικό κόσμο ενέχει πολλούς περισσότερους κινδύνους απ' ότι στον πραγματικό, καθώς στον πρώτο δεν υπάρχει η αμεσότητα και η ανάπτυξη κριτικής σκέψης και αντίληψης. Θύματα τέτοιων περιπτώσεων είναι κυρίως άτομα νεαρής ηλικίας και συνήθως ανήλικα παιδιά.

### **3.3 Εθισμός και εξάρτηση**

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης από την στιγμή που μπήκαν στις ζωές μας, έγιναν γρήγορα αισθητά από το κοινωνικό σύνολο, αφού ολοένα και περισσότεροι γίνονται χρήστες και ένα μεγάλο μέρος αυτών άρχισε να εξαρτάται από αυτά. Η υπερβολική και παθολογική χρήση του διαδικτύου συνεπάγεται με την ανάπτυξη και

εξάπλωση του, με ένα σημαντικό ποσοστό ιδίως των νέων, να αντιμετωπίζουν το πρόβλημα της διαταραχής του εθισμού του διαδικτύου, ως εκ τούτου, των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. (Σιώμος, 2008)

Ο εθισμός στα Social Media, διαταράσσει όχι μόνο την διαχείριση του προσωπικού χρόνου αλλά και την ψυχική και την σωματική υγεία. (Holden, 2001, Anderson, Steen & Stavropoulos, 2016). Ως απόρροια αυτού, ο άνθρωπος οδηγείται στην αποξένωση του πραγματικού κόσμου και στην εξάρτηση του εικονικού, δημιουργώντας διαδικτυακές επαφές και σχέσεις χωρίς την προσωπική επαφή, με την ρήξη των πραγματικών σχέσεων. Η εξάρτηση αυτή δημιουργείται, κυρίως, όταν τα άτομα θεωρούν πως δημιουργούν μια ιδανική κατάσταση του εαυτού τους. Δεν ζουν με τις πραγματικές συνθήκες αλλά χτίζουν έναν δικό τους ψεύτικο κόσμο, με την ασφάλεια του τεχνητού περιβάλλοντος που έχουν δημιουργήσει, έχοντας φόβο για την πραγματική ζωή. (Σαμαράς, 2014)

### **3.4 Κατάθλιψη και αντικοινωνική συμπεριφορά**

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, έχουν συνδεθεί με διάφορα ψυχοπαθολογικά θέματα όπως η ζήλεια, ο ναρκισσισμός, η χαμηλή αυτοεκτίμηση, το άγχος, η έλλειψη ύπνου, τα θέματα διαχείρισης θυμού και η κατάθλιψη. Όλα αυτά συμβαίνουν για πολλούς λόγους που επηρεάζουν τους χρήστες έμμεσα ή άμεσα, συνειδητά ή υποσυνείδητα. (Σιώμος, 2008)

Τα ψυχολογικά αίτια είναι αποτέλεσμα τη έντονης και υπερβολικής χρήσης, που πολλές φορές οδηγεί τα άτομα σε σύγκριση με την εικονική ζωή που προβάλλονται από διάφορα προφίλ, σε σχέση με την πραγματικότητα. Το μεγαλύτερο ποσοστό που μπαίνουν σ' αυτή την διαδικασία και έπειτα πάσχουν από κάποιο είδος κατάθλιψης είναι, κατά κύριο λόγο, γυναίκες. Τις περισσότερες φορές, οι φωτογραφίες και τα στιγμιότυπα της ζωής που δημοσιεύονται δεν αντιστοιχούν απολύτως στην πραγματικότητα, ή δείχνουν απλώς ένα μέρος αυτής. Στα Social Media ο κάθε χρήστης παρουσιάζει αυτό που θέλει να δείξει, αποκρύπτοντας τις ατέλειες είτε του ίδιου είτε της ίδιας του της ζωής. Τα φίλτρα, οι εφαρμογές ομορφιάς και όλες οι εφαρμογές που έχουν βγει με σκοπό την βελτίωση και την επεξεργασία των φωτογραφιών, αλλοιώνουν την πραγματικότητα κάνοντας το φαίνεσθαι πιο όμορφο και καλαίσθητο. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα προς το κοινό που το παρακολουθεί, να δημιουργεί το αίσθημα ζήλιας, σύγκρισης και χαμηλής



αυτοπεποίθησης. (Steers, et al, 2014)

Επιπλέον, παρατηρήθηκε πως η συχνή χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, μπορεί να γίνει η αιτία για κρίσεις άγχους και στρες. Η ανησυχία των ανθρώπων μην χάσουν κάτι από όλα αυτά που συμβαίνουν γύρω τους, γνωστό και ως σύνδρομο FOMO που τα αρχικά του συμβολίζουν την έκφραση «Fear Of Missing Out» , εξαιτίας των όσων προβάλλονται στα Social Media, οι άνθρωποι φοβούνται μήπως η ζωή τους δεν είναι τόσο ωραία όσο των άλλων. Ως εκ τούτου, οι χρήστες με την ασυναίσθητη σύγκριση του εαυτού τους και της ζωής τους με αυτές των άλλων που είναι φαινομενικά όμορφες, μπαίνουν σε μια διαδικασία απομόνωσης, κλείνονται δηλαδή στον εαυτό τους και επηρεάζονται ψυχολογικά, με αποτέλεσμα να χάνουν ευχάριστες στιγμές με τους φίλους και την οικογένειά τους. (Σιώμος και συν., 2012)

Ακόμα ένα χαρακτηριστικό που ενισχύεται με την χρήση των Social Media, είναι ο ναρκισσισμός. Ο εθισμός στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δημιουργεί την ανάγκη για την ανατροφοδότηση του «εγώ» και την έντονη προβολή του ατόμου, μέσω συχνής κοινοποίησης φωτογραφιών και βίντεο. Οι άνθρωποι που έχουν την τάση προς τον ναρκισσισμό, νιώθουν την ανάγκη για επιβεβαίωση, αποδοχή, θαυμασμό κι ένδειξης αγάπης προκαλώντας τα με την αυτοπροβολή τους. Αυτό αποδεικνύεται από την εμμονή των ανθρώπων με τις εφαρμογές κοινωνικής δικτύωσης και την στιγμιαία ευχαρίστηση που προσφέρουν, ιδίως όταν ο χρήστης ανεβάζει μια φωτογραφία και περιμένει με ανυπομονησία τα likes και τα σχόλια κάτω από την ανάρτησή του. (Σιώμος και συν., 2012)

### **3.5 Κυβερνοέγκλημα**

Το κυβερνοέγκλημα σαν όρος χρησιμοποιείται για να αναφερθεί σε εγκληματικές πράξεις που αφορούν το διαδίκτυο. Σύμφωνα με το Συμβούλιο της Ευρώπης, είναι *κάθε αδίκημα κατά συστημάτων ηλεκτρονικών υπολογιστών αλλά και κάθε αδίκημα μέσω συστημάτων ηλεκτρονικών υπολογιστών*. Ετυμολογικά η λέξη είναι σύνθετη και προέρχεται από την λέξη Cyber (=κυβερνήτης) και χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά από τον Norbert Wiener και την λέξη Crime (=έγκλημα). Η πρώτη αναφέρεται για να περιγράψει έναν χώρο, πρόσωπο ή πράγμα που είναι μέρος του υπολογιστή και της πληροφορίας. Γι' αυτό τον λόγο, το διαδίκτυο πολλές φορές αναφέρεται και ως κυβερνοχώρος (cyberspace). (Λάζος, 2001) Στον χώρο του διαδικτύου, συναντάται πολύ συχνά η έξαρση εγκλημάτων που

μπορούν να ταξινομηθούν σε τρεις κατηγορίες:

- Εγκλήματα που αφορούν ειδικά το διαδίκτυο, δηλαδή επιθέσεις που γίνονται σε συστήματα πληροφοριών ή απάτες ηλεκτρονικού «ψαρέματος» (phishing), π.χ. ψεύτικοι διαδικτυακοί τραπεζικοί λογαριασμοί για την απόκτηση κωδικών σε τραπεζικούς λογαριασμούς των θυμάτων.
- Διαδικτυακή απάτη και πλαστογραφία: η κλοπή προσωπικών στοιχείων, το phishing, το spam, δηλαδή η μαζική αποστολή ανεπιθύμητων μηνυμάτων με στόχο την προώθηση προϊόντων ή ιδεών και οδηγεί στην υπερκατανάλωση και την ψευδή πληροφόρηση.
- Παράνομο διαδικτυακό περιεχόμενο: είναι υλικό που συμπεριλαμβάνει στοιχεία σεξουαλικής κακοποίησης, παιδικής πορνογραφίας, τρομοκρατίας, ρατσισμού, φυλετικής βίας, ναρκωτικών, εμπορίου λευκής σαρκός, όπλων, trafficking και ξεπλύματος βρώμικου χρήματος.

Τα βασικότερα χαρακτηριστικά του ηλεκτρονικού εγκλήματος (cybercrime) είναι τα εξής:

- Η ταχύτητα, η διάπραξη του γίνεται τόσο γρήγορα που γίνεται δύσκολα αντιληπτή από το θύμα.
- Ο βαθμός ευκολίας, εφόσον δεν απαιτούνται ιδιαίτερες γνώσεις για την υλοποίηση του, ούτε κάποιος εξειδικευμένος χώρος αλλά από τον προσωπικό υπολογιστή του δράστη, χωρίς να χρειάζεται να μετακινηθεί, ενεργώντας από το σπίτι του.
- Η ανωνυμία που μπορεί να προσφέρουν ορισμένες ηλεκτρονικές τεχνολογικές υποδομές, μπορεί να εκμεταλλευτεί από διάφορους επιτήδειους, ανεβάζοντας τον βαθμό δυσκολίας στην αποκάλυψη των στοιχείων τους.
- Ο διασυνοριακός χαρακτήρας, δυσχεραίνει την διερεύνηση και εξιχνίαση των εγκλημάτων στον κυβερνοχώρο, εξαιτίας των πολλών εμπλεκόμενων δικαιοδοσιών απαιτώντας την διακρατική συνεργασία των διωκτικών οργάνων, δυσκολεύοντας την εύρεση του πραγματικού τόπου τέλεσής του.
- Δεν περιορίζει τα άτομα με ροπή προς κάποια ανωμαλία π.χ. παιδοφιλία, αφού μπορούν να έρχονται σε επαφή εύκολα, ανεξέλεγκτα και σε πραγματικό χρόνο.

Μερικά από τα πιο σύνηθες φαινόμενα ηλεκτρονικής εγκληματικότητας είναι η πλαστογραφία, η παιδική πορνογραφία, η σεξουαλική παρενόχληση, το cyber bullying, οι πράξεις παιδεραστίας, ο εκφοβισμός, οι απειλές, η διάρρηξη ηλεκτρονικών λογαριασμών, η υποκλοπή στοιχείων, η πλαστογραφία, ο βομβαρδισμός του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, οι τρομοκρατικές ενέργειες και η προπαγάνδα μίσους, δηλαδή εξευτελιστικό και υποτιμητικό περιεχόμενο που στρέφεται σε ένα πρόσωπο ή μια ομάδα. Όλα τα παραπάνω, μπορούν να διαπραχθούν με την βοήθεια κάποιων τεχνικών ή εργαλείων, όπως είναι το κακόβουλο λογισμικό, οι ιοί, το botnet, το phishing, τα DOS – DDOS attacks και άλλα πολλά εργαλεία που έχουν σκοπό είτε να μολύνουν τον υπολογιστή, υποκλέπτοντας ή καταστρέφοντας στοιχεία, είτε να αντικαταστήσουν προγράμματα ώστε να έχουν άμεση πρόσβαση στα αρχεία ενός υπολογιστή.<sup>1</sup>

### **3.6 Ηλεκτρονικός εκφοβισμός και παιδιά**

Η ηλικιακή ομάδα που θα πρέπει να είναι ιδιαίτερα προσεκτική στην χρήση του διαδικτύου είναι, ασφαλώς, τα παιδιά. Ο ηλεκτρονικός εκφοβισμός ή αλλιώς cyber bullying, αποτελεί συχνό φαινόμενο που ταλανίζει τις ζωές των παιδιών και των γονέων. Ο διαδικτυακός εκφοβισμός συμβαίνει όταν κάποιος κακόβουλος παρενοχλεί ή απειλεί τα παιδιά με την χρήση ηλεκτρονικών μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Ίσως είναι από τα κυριότερα αρνητικά χαρακτηριστικά του διαδικτύου που έχει αντίκτυπο στις ζωές των νέων, δημιουργώντας τους το αίσθημα του φόβου και της τρομοκρατίας. Ο διαδικτυακός εκφοβισμός περιλαμβάνει διάφορες μεθόδους, όπως είναι η αποστολή ανεπιθύμητων μηνυμάτων που χλευάζουν, προσβάλλουν, απειλούν ή ακόμη κακοποιούν τον συνομιλητή, τον αποκλεισμό ατόμων από εφαρμογές συνομιλίας π.χ. Messenger , το χακάρισμα ενός λογαριασμού, η κοινοποίηση ενοχλητικών φωτογραφιών που στοχοποιούν ένα πρόσωπο, η διάδοση ψευδών ή προσβλητικών φημών κ.α. (Ζάννη, 2005)

Ο ηλεκτρονικός εκφοβισμός είναι μια μορφή ψυχολογικής βίας που έχει οδηγήσει τα θύματά του σε ακραίες καταστάσεις, όπως οι αυτοκτονίες. Τα θύματα εκφοβισμού, που είναι κυρίως παιδιά, περικλείονται από το αίσθημα άγχους, τρόμου, νιώθουν ότι γελοιοποιούνται και κλείνονται στον εαυτό τους με κίνδυνο να βλάψουν την ίδια τους την υγεία. Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του διαδικτυακού εκφοβισμού

---

<sup>1</sup> Βλ.περισσότερα στον ιστότοπο <https://www.cyberinsurancegreece.com/kyvernoegklima-asfaleia/>

είναι σημείο αναφοράς και διαφοροποίησης από τον κλασικό εκφοβισμό, εξαιτίας της ανεξέλεγκτης έκτασης που μπορεί να πάρει αλλά και τη δυσκολία εύρεσης του θύτη. Δεν υπάρχει αμφιβολία πως στο διαδίκτυο το φαινόμενο αυτό είναι αρκετά ευνοϊκό για την ανάπτυξη μιας τέτοιας παραβατικής συμπεριφοράς, καθώς υπάρχουν πολλές ανοιχτές πόρτες προς την είσοδο νέων μορφών καταπάτησης.

Πιο συγκεκριμένα, τα δωμάτια συνομιλίας (chat rooms) στα οποία συχνάζουν παιδιά, είναι ένας χώρος ο οποίος μπορεί να κρύβει αρκετές παγίδες, λόγω της επικοινωνίας με αγνώστους. Αυτό συμβαίνει με την αποστολή προσωπικών στοιχείων και πληροφοριών σε άτομα που δεν γνωρίζουν πραγματικά, με αποτέλεσμα να πέφτουν θύματα εξαπάτησης, εκβιαστών και παιδόφιλων. Συνήθως, οι επιτήδειοι δημιουργούν ένα προφίλ ψεύτικο με στοιχεία και φωτογραφίες ενός παιδιού και ξεκινάνε μια συνομιλία με άτομα που συνήθως είναι μοναχικά, αναπτύσσοντας τους συναισθήματα φιλίας και στην συνέχεια καλώντας τα σε μια ιδιωτική συνάντηση. Στις περισσότερες περιπτώσεις, τα παιδιά αυτά είτε απήχθησαν, είτε κακοποιήθηκαν, είτε βιάστηκαν.

Φυσικά, ο εκφοβισμός μπορεί να γίνει και από άτομα της ίδιας ηλικίας δημιουργώντας σελίδες ή προφίλ, που κοροϊδεύουν, αποστέλλουν υβριστικά, απειλητικά και προσβλητικά μηνύματα, που έχουν ως στόχο τον διαπληκτισμό και την συναισθηματική αναστάτωση του θύματος. Άλλο ένα φαινόμενο κυβερνοεγκλήματος είναι η παρακολούθηση των θυμάτων και η καταδίωξή τους (cyber stalking), μέσω των προσωπικών σελίδων στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης.

Για όλα τα παραπάνω, ειδικά σε ότι έχει να κάνει με την συμμετοχή των παιδιών σε διάφορες πλατφόρμες του διαδικτύου θα πρέπει να είναι ενήμεροι οι γονείς, με την σωστή πληροφόρηση, επίβλεψη και έλεγχο προς τα παιδιά και την εφαρμογή κάποιων κανόνων από μικρή ηλικία. Αυτό θα συμβάλλει στο να γνωρίζουν οι ίδιοι τους κινδύνους που υπάρχουν στο διαδίκτυο και να φυλάσσονται από καθετί επιβλαβές και επικίνδυνο για τους ίδιους. Φυσικά, στην σωστή ενημέρωση προς τα παιδιά μπορεί να συμβάλλει και το σχολείο με διάφορα σεμινάρια και μαθήματα πάνω στο διαδίκτυο και τους πιθανούς κινδύνους που μπορεί να διατρέχουν κατά την επίσκεψή τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Τέλος, τα παιδιά θα πρέπει να γνωρίζουν και να συνειδητοποιήσουν την αξία της πραγματικής και άμεσης επαφής με τον αληθινό κόσμο.

### 3.7 Αρνητική επίδραση στην επικοινωνία εξ επαφής

Όπως πρόκειται να αναλυθεί εκτενώς στο επόμενο κεφάλαιο, η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, παρότι ο ρόλος τους είναι για την καλύτερη επικοινωνία των ανθρώπων, έχει παρατηρηθεί πως η υπερβολική χρήση τους συνδράμει αρνητικά στην ουσιαστική επαφή με τους ανθρώπους επηρεάζοντας κατ' αυτόν τον τρόπο τις διαπροσωπικές σχέσεις. Πέρα από τα θετικά στοιχεία που προσφέρει στην επικοινωνία, τα Social Media έχουν εξίσου αρνητικό αντίκτυπο, καθώς έχουν ως αποτέλεσμα την αποφυγή της άμεσης επαφής και επικοινωνίας με τον πραγματικό κόσμο, με μεγαλύτερη προτίμηση της επικοινωνίας πίσω από έναν υπολογιστή, κινητό ή tablet. Πολλοί είναι αυτοί που επαναπαύονται και επισυνάπτουν μόνο εικονικές επαφές, αντικαθιστώντας την εξ επαφής σχέση, κάνοντας τις διαπροσωπικές σχέσεις πιο επιφανειακές.

Επιπλέον, έρευνες έχουν δείξει ότι τα Social Media, δημιουργούν εντάσεις και συγκρούσεις κατά κύριο λόγο στις ερωτικές σχέσεις. Η συνομιλία με άτομα εκτός σχέσης προκαλεί το αίσθημα της κτητικότητας και της ζήλειας, καθώς τα άτομα έχουν την τάση να στρέφουν την προσοχή τους στο κινητό, χαζεύοντας μηνύματα που λαμβάνουν και αναρτήσεις των φίλων τους στο Instagram και το Facebook, παρά να περνάνε ποιοτικό χρόνο μαζί.

## **Κεφάλαιο 4. Η επίδραση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης στις διαπροσωπικές σχέσεις**

### **4.1 Διαπροσωπικές σχέσεις**

Ο άνθρωπος, ως κοινωνικό ον, κατά τη διάρκεια της ζωής του συνάπτει πολλά είδη σχέσεων: οικογενειακή, φιλική, επαγγελματική, ερωτική κλπ, καθώς αποτελούν το βασικό στοιχείο στην ανθρώπινη ζωή που δημιουργείται μέσα από την επικοινωνία και την επαφή μεταξύ δύο ή περισσότερων ανθρώπων. (Reis, 2004)

Οι αλληλεπιδράσεις με άλλα άτομα αποτελούν σημαντικό κομμάτι στην καθημερινότητα των ανθρώπων, ενώ όλες οι σχέσεις αποτελούν τμήμα ενός ευρύτερου δικτύου σχέσεων, με το οποίο αλληλοεπηρεάζονται. (Alfa, 2007) Είναι γεγονός, λοιπόν, πως οι διαπροσωπικές σχέσεις έχουν ιδιαίτερη αξία για τις ζωές των ανθρώπων, διότι μέσα από αυτές καλύπτονται βασικές ανάγκες.

Η διαφορά στον τρόπο συμπεριφοράς και διαχείρισης των διαπροσωπικών σχέσεων είναι εμφανής μεταξύ ανδρών και γυναικών, πράγμα που οφείλεται κυρίως στο διαφορετικό γενετικό υπόβαθρο, στις διαφορετικές εμπειρίες, στα κοινωνικά στερεότυπα για το φύλο και στις διαπολιτισμικές διαφορές. (Hinde, 2007)

Σε μια σχέση, το κυριότερο στοιχείο είναι αυτό της επικοινωνίας, καθώς αποτελεί τον πυλώνα για την οικοδόμηση μιας υγιούς σχέσης, αφού μέσα από την επικοινωνία μαθαίνει ο ένας τον άλλον, λύνονται προβλήματα, υπάρχει συζήτηση και γενικότερα είναι η πηγή για την διατήρηση μιας καλής διαπροσωπικής σχέσης που ωφελεί τα άτομα που την απαρτίζουν και έχει αξία γι' αυτά. Επομένως, σε μια σχέση, είναι απαραίτητο να χτίζεται μια δίοδος επικοινωνίας, κατανόησης και ενσυναίσθησης όπου τα άτομα έχουν ελευθερία έκφρασης των συναισθημάτων τους, χωρίς να δέχονται επίκριση ή αμφισβήτηση, αλλά αποδοχή και συζήτηση γι' αυτά από τα υπόλοιπα μέλη. (Reis, 2004)

Σε μία σχέση, τα άτομα αφενός είναι ανεξάρτητα και λειτουργούν ξεχωριστά, αφετέρου, προσπαθούν να κατανοήσουν το ένα το άλλο, με σκοπό να καταλάβουν οτιδήποτε τους απασχολεί και έχουν στο μυαλό τους και στην καρδιά τους. Το στοιχείο διάκρισης στις μορφές και στα επίπεδα των διαπροσωπικών σχέσεων αποτελεί κατά πόσο επενδύει το κάθε άτομο σε αυτές. (Miell & Dallos, 2007)

Κατά συνέπεια, οι σχέσεις μπορεί να είναι επιφανειακές, δηλαδή κυριαρχεί το στοιχείο της τυπικότητας και δεν ανταλλάσσονται προσωπικές πληροφορίες, αλλά υπάρχουν και οι πιο στενές σχέσεις, όπου οι άνθρωποι μοιράζονται προσωπικές πληροφορίες, εμπειρίες και απόψεις και αναπτύσσονται συναισθήματα αγάπης, συμπόνιας, φροντίδας, ο δεσμός λοιπόν, είναι πιο έντονος και δύσκολα μπορεί να διαλυθεί. (Παπαδάκη & Μιχαηλίδη, 1998)

## 4.2 Διαπροσωπικές σχέσεις στο διαδίκτυο

Σύμφωνα με τον Αριστοτέλη: «Ο άνθρωπος είναι από την φύση του κοινωνικό ον, που ζει σε ένα κόσμο πολλών», η φράση αυτή γεννά την αρχή της μελέτης της ανθρώπινης συμπεριφοράς σε σχέση με το κοινωνικό σύνολο. Όπως ήδη είναι γνωστό, οι διαπροσωπικές σχέσεις για να διατηρηθούν αλλά και να δημιουργηθούν βασίζονται στην επικοινωνία, με το διαδίκτυο να αποτελεί πλέον, ένα από τα κυρίαρχα μέσα επικοινωνίας που συντελεί στη δημιουργία και την ανάπτυξη διαπροσωπικών σχέσεων. Ταυτόχρονα, συμβάλλει και στην επίτευξη κοινωνικής αλληλεπίδρασης, που είναι από τα σπουδαιότερα πράγματα που επιδιώκουν όσοι χρησιμοποιούν το διαδίκτυο. Είναι γεγονός, λοιπόν, πως το μεγαλύτερο ποσοστό των χρηστών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, αποσκοπεί στην ανάπτυξη διαπροσωπικών σχέσεων, λειτουργώντας σε διαδικτυακές ομάδες. Τα μέσα αυτά, μπορούν να επιφέρουν τόσο θετικές όσο και αρνητικές επιπτώσεις στις διαπροσωπικές σχέσεις αναλόγως με τον τρόπο χρήσης τους. (Καψάλης, 2003)

Από τις έρευνες που έχουν διεξαχθεί διαπιστώνεται ότι οι άνθρωποι χρησιμοποιούν το διαδίκτυο και ειδικότερα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως εναλλακτική λύση στην επικοινωνία των ατόμων, αφού προσφέρουν διαφορετικές επιλογές ή λειτουργούν συμπληρωματικά για μια καλύτερη επικοινωνία. Βέβαια, η διαρκής αύξηση της δημοτικότητας και η χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης, μπορεί να έχει ως απόρροια την αλλοίωση των κοινωνικών σχέσεων των ανθρώπων ως προς την μορφή και την ποιότητα. (Ellison, et al., 2011)

Χρήστες κάθε ηλικίας, από μικρούς μέχρι μεγάλους, εκμεταλλεύονται τις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης με σκοπό να δημιουργήσουν νέους δεσμούς, καθώς και να διευρύνουν τα υπάρχοντα κοινωνικά τους δίκτυα. Οι Parks και Floyd από τους πρώτους που ασχολήθηκαν με την επίδραση των διαπροσωπικών σχέσεων στο

διαδίκτυο, υποστηρίζουν ότι οι σχέσεις του διαδικτύου έχουν γρήγορη ανάπτυξη, διευρύνονται για να συμπεριλάβουν οικογένεια και φίλους και στη συνέχεια, επεκτείνονται στο κοινωνικό περιβάλλον. Συνεπώς, η επικοινωνία μέσω των εργαλείων που προσφέρει το διαδίκτυο χαρακτηρίζεται σημαντική, καθώς εξυπηρετεί ορισμένες λειτουργίες και ανάγκες που έχουν οι άνθρωποι. Οι λειτουργίες αυτές σχετίζονται με το ότι οι άνθρωποι επικοινωνούν για να καλύψουν τις προσωπικές και κοινωνικές τους ανάγκες, να διατηρήσουν και να ενθαρρύνουν την αίσθηση του εαυτού τους, να συνάψουν σχέσεις, να εκπληρώσουν τις κοινωνικές τους υποχρεώσεις, να ανταλλάξουν πληροφορίες και να ασκήσουν την επιρροή τους προς τους άλλους. (Verderber&Verderber, 2006)

### **4.3 Μορφές διαπροσωπικών σχέσεων**

#### ***Προσωπικές σχέσεις***

##### **➤ Σχέση Οικογένειας**

Η οικογένεια αποτελεί την πρώτη σχέση που συνάπτει ο άνθρωπος κατά την γέννησή του, καθώς είναι ο σημαντικότερος δεσμός στην ανθρώπινη ζωή και παίζει πρωταγωνιστικό ρόλο για τις υπόλοιπες σχέσεις και αποτελεί πρότυπο. Αναμφισβήτητα λοιπόν, ο ρόλος και οι σχέσεις που έχουν τα μέλη της οικογένειας μεταξύ τους, με την πάροδο του χρόνου έχουν διαφοροποιηθεί, παρ' όλα αυτά, για τους περισσότερους ανθρώπους η οικογένεια θεωρείται ο απώτερος σκοπός της ζωής.

Πιο συγκεκριμένα στις μέρες μας, όπου τα social media έχουν εισβάλλει στον τρόπο ζωής μας, την καθημερινότητα όλων και πρώτα απ' όλα τον θεσμό της οικογένειας, οι σχέσεις άρχισαν να φθείρονται και να μειώνεται η ουσιαστική επικοινωνία μεταξύ των μελών. Βέβαια, αυτό δεν είναι σίγουρο ούτε συμβαίνει καθολικά, καθώς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν καταφέρει να ενώσουν οικογένειες που βρίσκονται μακριά και δεν υπάρχει συχνή εξ επαφής αλληλεπίδραση. Σχετικά με την επικοινωνία, από έρευνες επιβεβαιώνεται ότι υπάρχει επίδραση στην οικογένεια, εξαιτίας του χρόνου που ξοδεύεται στο ίντερνετ, εφόσον σχετίζεται με την μείωση της επικοινωνίας ανάμεσα στα μέλη της οικογένειας αλλά και της γενικότερης αλληλεπίδρασης με φίλους και γνωστούς.



## ➤ Σχέση Φιλίας

Μετά την οικογένεια, οι φιλικές σχέσεις αποτελούν σημαντικό μέρος στην ζωή των ανθρώπων. Όλοι οι άνθρωποι και κυρίως οι νέοι, καταλαβαίνουν πόση μεγάλη αξία έχουν οι φίλεις, ιδίως όταν τις χάνουν ή τις στερούνται για κάποιο λόγο, παραδείγματος χάριν, λόγω μετανάστευσης σε ένα άλλο μέρος μακριά από τους φίλους και το περιβάλλον τους, ή όταν είναι συναισθηματικά φορτισμένοι και δεν έχουν κάποιον να μιλήσουν, να νιώσουν υποστήριξη, συμπόνια και κατανόηση. Ακόμα κι αν στις δύσκολες στιγμές είναι απαραίτητη η συναισθηματική στήριξη που προσφέρουν οι φίλοι, οι προσπάθειες για την απόκτηση φιλικών σχέσεων θα πρέπει να γίνονται στις καλές και ήρεμες στιγμές της ζωής των ανθρώπων. (Παπαδάκη & Μιχαηλίδη, 1998)

Η δυνατότητα που προσφέρει το διαδίκτυο στις μέρες μας, ξεπερνάει κάθε φαντασία του παρελθόντος, αφού ο κάθε χρήστης μπορεί να επικοινωνεί με οποιονδήποτε θέλει όπου κι αν βρίσκεται στον κόσμο και με διάφορους τρόπους. Για παράδειγμα, πολλές φορές όταν οι άνθρωποι ζουν σε διαφορετικές χώρες η επικοινωνία φθείρεται και χάνεται, έτσι, με την βοήθεια των κοινωνικών δικτύων η απόσταση μηδενίζεται και οι άνθρωποι συνεχίζουν να επικοινωνούν χωρίς πρόβλημα. Πλέον, μια μεγάλη μερίδα ανθρώπων διαχειρίζεται μεγάλο μέρος από τον χρόνο του στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, με σκοπό να βρει φίλεις και να αναπτύξει νέες σχέσεις.

Είναι πολύ εύκολο πλέον να δημιουργήσει κανείς φίλεις από το διαδίκτυο, καθώς, σε όλα τα μέσα, οι σχέσεις που δημιουργούν οι χρήστες μεταξύ τους, αποκαλούνται ως «φίλοι». Αυτό όμως δεν σημαίνει πως οι φίλεις αυτές είναι πραγματικές ή σταθερές στο χρόνο, αλλά είναι κατά βάση εικονικές. Το γεγονός αυτό όμως, μπορεί να επιφέρει αρνητικές επιπτώσεις στην επικοινωνία εξ επαφής, γεγονός που επιβεβαιώνεται μέσα από έρευνες. Αυτού του είδους «φιλίες» επηρεάζουν σημαντικά την εξ επαφής επικοινωνία, δημιουργώντας ένα χάσμα στα άτομα από τους πραγματικούς φίλους, δυσχεραίνοντας την ανάπτυξη των ανθρώπινων σχέσεων και οδηγώντας μ' αυτόν τον τρόπο στην απομόνωση. (Παπαδάκη & Μιχαηλίδη, 1998)

Τέλος, η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ενεργεί θετικά στην διατήρηση και την σύναψη νέων σχέσεων φιλίας αρκεί να γίνεται με σύνεση και

μέτρο, ώστε να γίνεται αντιληπτό μέχρι ποιο σημείο δρα με θετικό πρόσημο στην σχέση και τότε συντρέχει κίνδυνος.

### ➤ Σχέση Ερωτική

Φυσικά, δεν θα μπορούσαν να παραληφθούν οι ερωτικές σχέσεις που συνάπτουν οι άνθρωποι μεταξύ τους. Στις σχέσεις ερωτικής φύσεως, βασιλεύουν συναισθήματα αγάπης και φροντίδας, μεγάλη οικειότητα, έντονο ενδιαφέρον, αλλά κυρίως ισχυρή διέγερση, πάθος και ερωτική έλξη μεταξύ των προσώπων που σχετίζονται και αλληλεπιδρούν. (Κούρτη, 2003)

Τα social media έφεραν έναν διαφορετικό τρόπο γνωριμίας μεταξύ των ανθρώπων, δημιουργώντας φιλικές ή ερωτικές σχέσεις. Δεν μπορεί να αμφισβητηθεί πως πλέον, οι περισσότεροι γνωρίζονται μέσα από το διαδίκτυο ή ξεκινάνε την γνωριμία – επικοινωνία τους από εκεί, ίσως επειδή κυριαρχεί το αίσθημα της ασφάλειας και της μη έκθεσης του εαυτού τους.

Φυσικά, μια ουσιώδης διαφορά μιας γνωριμίας που δημιουργείται μέσω του διαδικτύου σε αντίθεση με την πραγματικότητα, είναι πως δεν μπορείς να είσαι σίγουρος ότι όλα όσα αναφέρονται, ανταποκρίνονται στην αλήθεια. Αδιαμφισβήτητα, το μεγαλύτερο λάθος αλλά και μια από τις πιο σοβαρές απάτες που μπορεί να προκύψουν σε γνωριμίες μέσω των social media, αφορούν την ταυτότητα του προσώπου με τον οποίο μιλάει κανείς. Κάθε χρήστης έχει τον έλεγχο των στοιχείων που παρουσιάζει. Έτσι, μπορεί να αποκαλύψει μόνο ότι θέλει ο ίδιος και να αποκρύψει κάποιες πτυχές της προσωπικότητάς του που δεν τις θεωρεί γοητευτικές ή που να φανερώνει την πραγματική του ταυτότητα. (Κούρτη, 2003).

Επιπλέον, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όσον αφορά τις ερωτικές σχέσεις δεν επηρεάζουν μόνο στην αρχή της δημιουργίας της αλλά και κατά την διάρκεια, εφόσον δεν είναι λίγες οι φορές που η αιτία των τσακωμών για τα περισσότερα ζευγάρια είναι οι εφαρμογές αυτές. Πιο συγκεκριμένα, πολλές φορές ο χρόνος που καταναλώνεται στα Social Media είναι περισσότερος απ' αυτόν που προσφέρεται στον σύντροφο, ως αποτέλεσμα να χάνεται η ουσιώδης επαφή. Τα μηνύματα είναι πολύ εύκολο να παρεξηγηθούν ή να παρερμηνευτούν εφόσον είναι απρόσωπα. Επιπλέον, μπορεί να αποτελέσει πρόβλημα ακόμα και μια ανάρτηση στο προφίλ, σε συνδυασμό με τα σχόλια που γίνονται και τα like. Όλα αυτά δείχνουν πως τα Social Media επηρεάζουν αρνητικά τις ερωτικές σχέσεις και πολλές φορές είναι η αφορμή ή

ακόμη και η αιτία για παρεξηγήσεις και προβλήματα με τον σύντροφο.

Συνεπώς, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να λειτουργήσουν θετικά στην επικοινωνία και στην δημιουργία μιας ερωτικής σχέσης, παρ' όλα αυτά δεν θα πρέπει να έχουν πρωτεύοντα ρόλο σ' αυτή γιατί έτσι χάνεται η στοιχειώδης επικοινωνία και προκαλείται η πρόκληση πολλαπλών προβλημάτων. Άρα το κλειδί είναι να δίνεται προτεραιότητα στην σχέση και να μην μπαίνει ο σύντροφος στην διαδικασία σύγκρισης. Με την ισορροπία και τη σωστή χρήση του διαδικτύου, οι σχέσεις μπορούν να είναι υγιείς χωρίς να δημιουργούνται εντάσεις.

#### ➤ **Επαγγελματική σχέση**

Πέρα όμως από την προσωπική και κοινωνική ζωή, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζουν άμεσα και τις επαγγελματικές επαφές. Η επαγγελματική σχέση, λοιπόν, έχει περάσει σε άλλο επίπεδο λόγω της εξέλιξης της τεχνολογίας, καθώς έχει κάνει πιο εύκολη την επικοινωνία με συναδέλφους, με άλλους επαγγελματίες, άλλους χώρους εργασίας, γεγονός που βοηθάει στην επαγγελματική ανάπτυξη και εξέλιξη.

#### ➤ **Κοινωνικές σχέσεις**

Φυσικά, η διαπροσωπική επικοινωνία μέσω των κοινωνικών δικτύων, είναι μια νέα μορφή επικοινωνίας καθώς παρατηρείται έντονα στην καθημερινότητα των ανθρώπων και αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της. Ειδικότερα, σε μια κοινωνία που απαρτίζεται από το σύνολο των ατόμων όπου η αλληλεπίδραση των ανθρώπινων σχέσεων δεν περιορίζεται μόνο στις σχέσεις της οικογένειας ή της φιλίας, αλλά εξαπλώνεται σε ολόκληρη την κοινωνία. Πιο συγκεκριμένα στην πολιτική σχέση, στην εκπαιδευτική σχέση και στην πολιτιστική σχέση, που θα αναλυθούν παρακάτω:

#### ➤ **Πολιτική σχέση**

Όσον αφορά την πολιτική, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έφεραν ριζική αλλαγή στην ενημέρωση των πολιτών αλλά και στον τρόπο που προβάλλονται οι υποψήφιοι πολιτικοί στις εκλογές. Γι' αυτόν τον λόγο, δεν υπάρχει πολιτικός και κόμμα παγκοσμίως, που να μην χρησιμοποιεί τις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης ιδίως στους προεκλογικούς αγώνες. Με την βοήθεια των μέσων κοινωνικής δικτύωσης υπάρχει η δυνατότητα για την εξαγωγή στατιστικών στοιχείων των πολιτικών αλλά και η ανάπτυξη στρατηγικών σχέσεων με δημοσιογράφους και με ψηφοφόρους.

(Ridou, 2013)

Οι πολίτες χρησιμοποιούν τα κοινωνικά δίκτυα με σκοπό να εκφράσουν ελεύθερα και δημοκρατικά την γνώμη τους χωρίς περιορισμούς και αναστολές, τις απόψεις τους για ζητήματα που έχουν να κάνουν την πολιτική επικαιρότητα, να εκφέρουν την γνώμη τους και να τοποθετηθούν σε διάφορα ζητήματα αλλά και να έρθουν σε επαφή με διάφορους πολιτικούς. Οι πολίτες του σήμερα έχουν την δυνατότητα να βιώσουν κάτι που οι παλαιότεροι δεν το είχαν, κι αυτό είναι η ευχέρεια δημοσιότητας. (Ridou, 2013)

Σήμερα ολοένα και περισσότερες χώρες, όπως και η Ελλάδα, χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και πιο συγκεκριμένα οι πολιτικοί και τα πολιτικά κόμματα, ώστε να εισέλθουν στην επικαιρότητα, σημειώνοντας ανοδική πορεία. Είναι γεγονός πως η παρουσία πολιτικών στις σελίδες δικτύωσης μπορούν πιο εύκολα να προσελκύσουν την προσοχή των απλών πολιτών, κάτι που γνωρίζουν και οι ίδιοι οι πολιτικοί και το χρησιμοποιούν προς όφελός τους, κυρίως των νεότερων γενιών που χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό τα μέσα και ενημερώνονται κυρίως από αυτά, επιτυγχάνοντας μια σχέση αλληλεπίδρασης μεταξύ τους.

Συνοψίζοντας, τα κοινωνικά δίκτυα μπορούν να βοηθήσουν σε πολύ μεγάλο βαθμό στην προώθηση της πολιτικής ατζέντας των κομμάτων και γενικότερα των πολιτικών, διότι είναι ένα εκφραστικό επικοινωνιακό εργαλείο, προσφέρει τη δυνατότητα ανοιχτής επικοινωνίας με τους πολίτες και συγχρόνως, καλλιεργεί τη σχέση μαζί τους.

#### ➤ **Εκπαιδευτική σχέση**

Το φαινόμενο της κοινωνικής δικτύωσης έχει πάρει μεγάλες διαστάσεις σε διάφορους τομείς όπως αναφέρθηκε νωρίτερα, ένας από αυτούς είναι και η εκπαίδευση. Η χρήση των κοινωνικών δικτύων σε διδακτικό και εκπαιδευτικό πλαίσιο μπορεί να λειτουργήσει θετικά και να συνδράμει δυναμικά στην εκπαίδευση, εξαιτίας του πολύτιμου χρόνου που σπαταλιέται από τους μαθητές στο διαδίκτυο.

Κατ' αυτόν τον τρόπο, ο εκπαιδευτικός μπορεί να περάσει στους εκπαιδευόμενούς του, με δημιουργικούς και ψυχαγωγικούς τρόπους, την ύλη που θέλει να διδάξει και τα παιδιά με την σειρά τους, να έχουν μια πιο ενεργή συμμετοχή αλλά και ανταπόκριση στην διαδικασία μάθησης. Έτσι, επιτυγχάνεται η ενίσχυση και η προώθηση της σωστής χρήσης του διαδικτύου και οι εκπαιδευόμενοι μαθαίνουν με

ποικίλους τρόπους την ύλη του μαθήματος μέσω των κοινωνικών δικτύων. Με τα τεχνολογικά εργαλεία που χρησιμοποιούνται σ' ένα εκπαιδευτικό μοντέλο, η εκπαιδευτική διαδικασία γίνεται πιο εύκολη και προσιτή, τόσο για τον εκπαιδευτή, όσο και για τον εκπαιδευόμενο, καθώς παρέχονται διάφορες υπηρεσίες και εργαλεία που λειτουργούν βοηθητικά και για τους δύο. Πιο συγκεκριμένα, η επικοινωνία του καθηγητή με τον μαθητή για τυχόν απορίες, προβλήματα ή οτιδήποτε τους απασχολεί, μπορεί να γίνει άμεσα, όπως και οι μαθητές μεταξύ τους μπορούν να συνομιλούν ομαδικά και προσωπικά, γεγονός που βοηθάει ιδιαίτερα όταν αναλαμβάνουν ένα σχολικό ομαδικό πρότζεκτ.

Επιπλέον, το μάθημα μπορεί να γίνει διαδραστικό με την χρήση μουσικής, βίντεο και ταινιών, δημιουργώντας ένα κλίμα ψυχαγωγίας και διασκέδασης στην σχολική τάξη και όρεξη για συζήτηση. Φυσικά, τα κοινωνικά δίκτυα μπορούν να αξιοποιηθούν στην εκπαίδευση και για την κοινοποίηση άρθρων, την συμβουλευτική υποστήριξη, την συμμετοχή σε εκπαιδευτικές δραστηριότητες, σεμινάρια, εργαστήρια, την δημοσίευση υλικού και την ενημέρωση. (Douglas & Seely-Brown)

#### ➤ Πολιτιστική σχέση

Όπως είναι φυσικό, δεν θα μπορούσε να λείπει ο πολιτιστικός τομέας. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να συνεισφέρουν στην ανατροφοδότηση του πολιτιστικού πυρήνα της κάθε χώρας, στην προώθηση δραστηριοτήτων και εκδηλώσεων διαφόρων πολιτιστικών συλλόγων και στην προσέλκυση του κόσμου για την επίσκεψη σε διάφορους οργανισμούς και μουσεία. Οι πολιτιστικοί οργανισμοί λοιπόν, προσκαλούν τον κόσμο μέσω του ψηφιακού περιβάλλοντος, προωθώντας με ελκυστικό τρόπο στο κοινό μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα τις δράσεις τους. Έτσι, ανατροφοδοτείται ο πολιτιστικός τομέας και ελκύει, ιδίως, το νέο κοινό να επισκεφθεί μουσεία και γενικότερα πολιτιστικούς οργανισμούς. (Marakos, 2014, Theocharidis et al., 2014, Sylaiou & Kavoura, 2018)

## **Κεφάλαιο 5. Μεθοδολογία Έρευνας**

### **5.1 Σκοπός και εμπειρικά ερωτήματα**

Σκοπός της παρούσας έρευνας αποτελεί η διερεύνηση των απόψεων των νέων σχετικά με τις διαδικτυακές σχέσεις σε σύγκριση με τις εξ επαφής σχέσεις. Ειδικότερα, στο πλαίσιο της παρούσας μελέτης τίθενται τα ακόλουθα ερωτήματα:

- I. Πως επηρεάζουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τις διαπροσωπικές μας σχέσεις;
- II. Ποιες είναι οι σχέσεις που επηρεάζονται περισσότερο αρνητικά από τα social media;
- III. Χρησιμοποιείται από όλους έστω μια εφαρμογή κοινωνικής δικτύωσης;

### **5.2 Δείγμα και δειγματοληψία**

Η παρούσα έρευνα πραγματοποιήθηκε με τη χρήση αυτοσυμπληρώμενου ερωτηματολογίου το οποίο αναρτήθηκε διαδικτυακά μέσω της πλατφόρμας google forms και διαμοιράστηκε σε νέους μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Το δείγμα λοιπόν της έρευνας, έλαβε χώρα το διάστημα Απριλίου-Ιουνίου 2022, οπότε και ερωτήθηκαν ανώνυμα 274 άτομα, κάθε ηλικίας, εκ των οποίων τα 225 ήταν γυναίκες. Ο διαμοιρασμός του ερωτηματολογίου έγινε ηλεκτρονικά και συντάχθηκε με τέτοιο τρόπο ώστε να γίνεται κατανοητό από όλους.

Το ερωτηματολόγιο περιλάμβανε ερωτήσεις αναφορικά με τα ατομικά στοιχεία του ερωτώμενου δηλαδή το φύλο, την ηλικία και την εκπαίδευση, αλλά και ερωτήσεις σχετικά με τις χρήσεις και τις δεξιότητες που προσφέρουν οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης στην καθημερινότητα των χρηστών καθώς και τον τομέα που επηρεάζουν την διαπροσωπική σχέση των ανθρώπων, σε όλες τις μορφές δηλαδή την οικογένεια, την φιλία, τον έρωτα, την κοινωνία, τη πολιτική, την εκπαίδευση και την εργασία σε καθημερινό επίπεδο.

### **5.3 Ερευνητικό εργαλείο**

Το ερευνητικό εργαλείο της παρούσας μελέτης όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως ήταν ένα αυτοσυμπληρώμενο ερωτηματολόγιο το οποίο απευθύνονταν σε νέους. Το ερωτηματολόγιο απαρτιζόταν από 2 ενότητες οι οποίες είναι οι

ακόλουθες:

- I. **Προσωπικά στοιχεία ερωτηθέντων:** Η ενότητα αυτή περιλαμβάνει τρεις ερωτήσεις αναφορικά με τα κοινωνικο-δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος, το φύλο, η ηλικία και το εκπαιδευτικό επίπεδο.
- II. **Απόψεις των νέων γύρω από τις διαδικτυακές σχέσεις σε σύγκριση με τις εξ επαφής σχέσεις:** Η παρούσα ενότητα αφορά σε ερωτήσεις οι οποίες σχετίζονται με την χρήση των ερωτηθέντων που έχουν στα social media. Πιο συγκεκριμένα, οι ερωτήσεις αφορούν την συχνότητα χρήσης, ποιες εφαρμογές χρησιμοποιούν, αν έχουν επισυνάψει σχέσεις διαδικτυακές, τα συναισθήματα που έχουν κατά την χρήση τους και το αντίκτυπο που λαμβάνουν από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

#### 5.4 Στατιστική Ανάλυση

Η ανάλυση των δεδομένων της παρούσας έρευνας πραγματοποιήθηκε με το στατιστικό πρόγραμμα SPSS-23 και τις μεθόδους της περιγραφικής και επαγωγικής ανάλυσης. Στην περιγραφική ανάλυση κατεγράφησαν οι μέσοι όροι (τυπικές αποκλίσεις), το εύρος για τις ποσοτικές μεταβλητές, οι συχνότητες και τα ποσοστά για τις ποιοτικές μεταβλητές. Για να διερευνηθούν των συσχετίσεων που προέκυψαν ανάμεσα στα προσωπικά στοιχεία του δείγματος και τις ερωτήσεις για τα μέσα μαζικής δικτύωσης εφαρμόστηκε ο στατιστικός έλεγχος  $\chi^2$  για τις ποιοτικές μεταβλητές ενώ ελέγχθηκε και ο στατιστικός έλεγχος συσχετίσεων Pearson για τις ποσοτικές μεταβλητές, χωρίς όμως να αποφέρει κάποια συσχέτιση κι επομένως δεν αποτυπώθηκαν τα αποτελέσματα στην έρευνα. Το επίπεδο σημαντικότητας ορίστηκε στο 5%.

## Κεφάλαιο 6. Αποτελέσματα Έρευνας

### 6.1 Δομή ερωτηματολογίου

Το ερωτηματολόγιο που δόθηκε για την διεξαγωγή της έρευνας, μοιράστηκε στους συμμετέχοντες διαδικτυακά, περιλάμβανε ερωτήσεις σχετικά με τα ατομικά χαρακτηριστικά του συμμετέχοντα, δηλαδή το φύλο, την ηλικία και την εκπαιδευτική κατάρτιση, καθώς και ερωτήσεις με τις χρήσεις και τις δεξιότητες που προσφέρουν οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης, στην καθημερινότητα των χρηστών καθώς και το είδος της διαπροσωπικής σχέσης που επηρεάζουν, δηλαδή την οικογένεια, την φιλία, τον έρωτα, την κοινωνία, την πολιτική, την εκπαίδευση και την εργασία σε καθημερινό επίπεδο.

### 6.2 Περιγραφική ανάλυση

#### 6.2.1 Κοινωνικο-δημογραφικά χαρακτηριστικά

Στον πίνακα 1 που ακολουθεί παρουσιάζονται τα αποτελέσματα των προσωπικών χαρακτηριστικών του δείγματος. Σύμφωνα με τα ευρήματα η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος με 82,1% είναι γυναίκες και το 17,9% είναι άντρες. Αναφορικά με την ηλικία τους το 35,4% ανήκει στους 18 έως 24 ετών, το 33,6% είναι από 25 έως 35 ετών, το 24,5% δηλώνει από 36 ετών και άνω και μόλις το 6,6% είναι ηλικίας από 15 έως 17 ετών. Τέλος, σχετικά με το εκπαιδευτικό επίπεδο η πλειοψηφία με 42,7% είναι απόφοιτοι ΑΕΙ/ΤΕΙ/ΙΕΚ, το 27% απάντησαν ότι είναι προπτυχιακοί φοιτητές, το 18,6% δήλωσαν ότι είναι μεταπτυχιακοί φοιτητές, το 8,8% είναι μαθητές λυκείου και το 2,9% δήλωσαν κάτι άλλο.

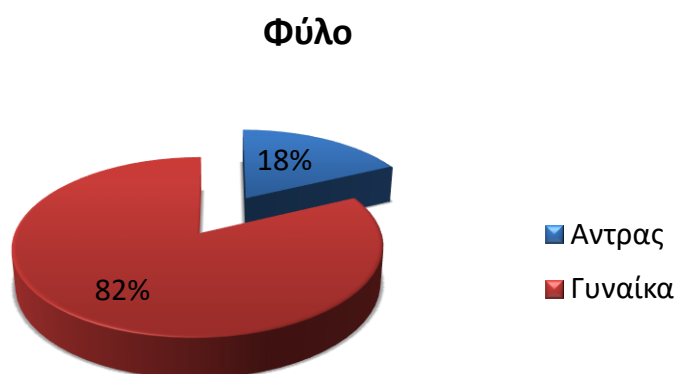
**Πίνακας 1:** Κοινωνικο-δημογραφικά χαρακτηριστικά δείγματος

ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ-ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	N	%
<b>ΦΥΛΟ</b>		
Άντρας	49	17,9
Γυναίκα	225	82,1
<b>ΗΛΙΚΙΑ</b>		
15-17	18	6,6

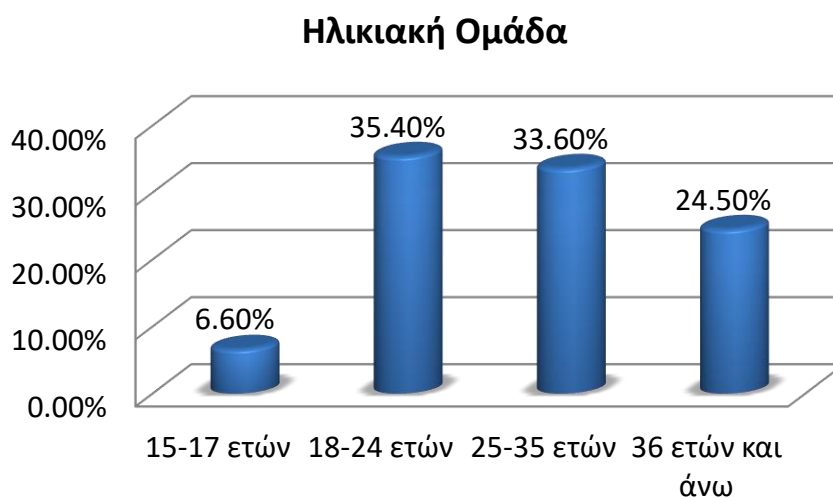


18-24	97	35,4
25-35	92	33,6
36 και άνω	67	24,5
<b>ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ</b>		
Μαθητής Λυκείου	24	8,8
Προπτυχιακός Φοιτητής	74	27
Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ/ΙΕΚ	117	42,7
Μεταπτυχιακός Φοιτητής	51	18,6
Άλλο	8	2,9

Στη συνέχεια δίνονται διαγραμματικά οι ποσοστιαίες αναλογίες των απαντήσεων σχετικά με τα προσωπικά χαρακτηριστικά του δείγματος.

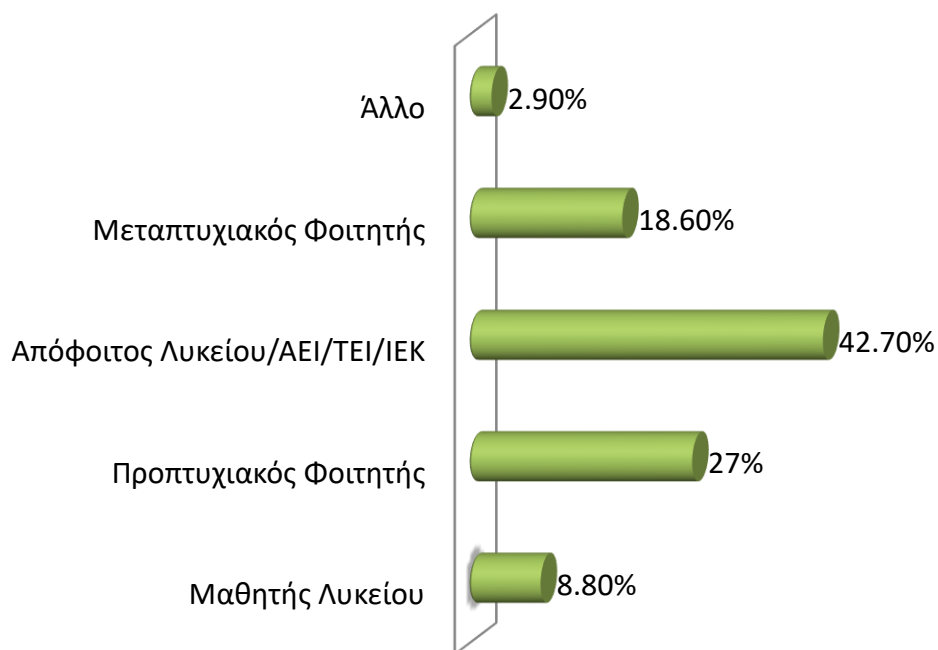


Γράφημα 1: Φύλο



Διάγραμμα 1: Ηλικιακή Ομάδα

## Εκπαιδευτικό Επίπεδο

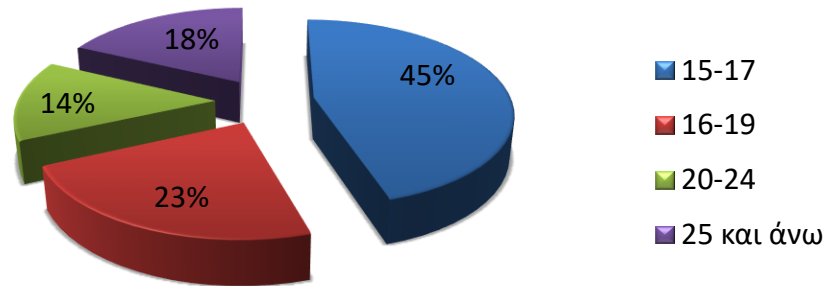


Διάγραμμα 2: Εκπαιδευτικό Επίπεδο

### ***6.2.2 Ερωτήσεις αναφορικά με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και η επίδρασή τους στις διαπροσωπικές σχέσεις***

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του γραφήματος 2 διαπιστώνουμε ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων με 45% δημιούργησαν τον πρώτο τους λογαριασμό στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε ηλικία 15 έως 17 ετών. Το 23% άνοιξε τον πρώτο λογαριασμό σε ηλικία 16 έως 19 ετών, το 18% από 25 ετών και πάνω και το 14% όταν ήταν από 20 έως 24 ετών.

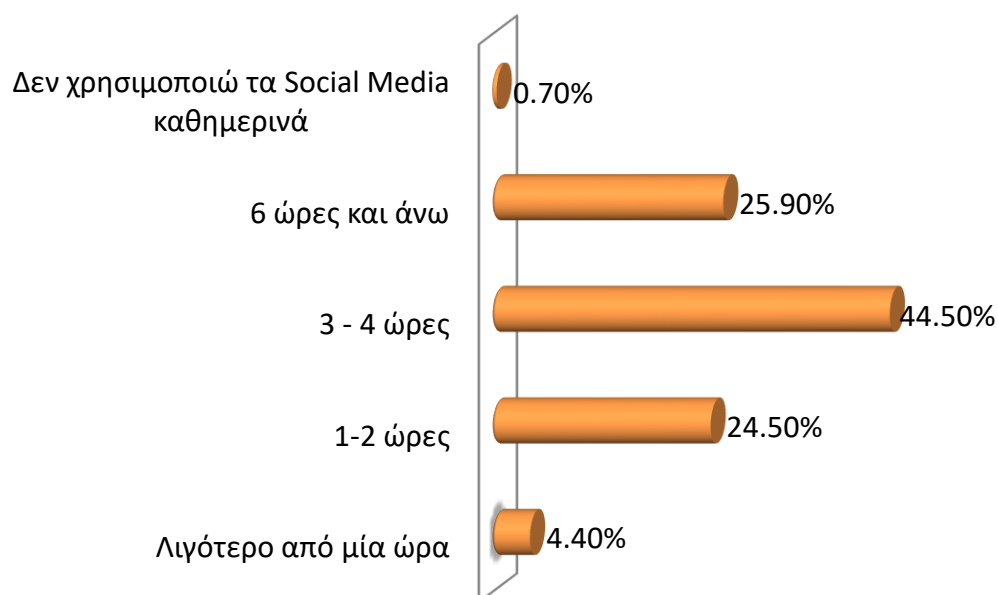
**1. Από ποια ηλικία δημιουργήσατε το πρώτο σας λογαριασμό σε κάποιο Μέσο Κοινωνικής Δικτύωσης;**



**Γράφημα 2:** Ηλικία δημιουργίας πρώτου λογαριασμού σε Μέσο Κοινωνικής Δικτύωσης

Στο διάγραμμα 3 που ακολουθεί διαπιστώνουμε ότι το 44,5% των νέων του δείγματος κάνει χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από 3 έως 4 ώρες καθημερινά. Το 25,9% χρησιμοποιεί τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης πάνω από 6 ώρες, το 24,5% από 1 έως 2 ώρες, το 4,4% λιγότερο από μία ώρα και μόλις το 0,7% δήλωσε ότι δεν χρησιμοποιεί τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης καθημερινά.

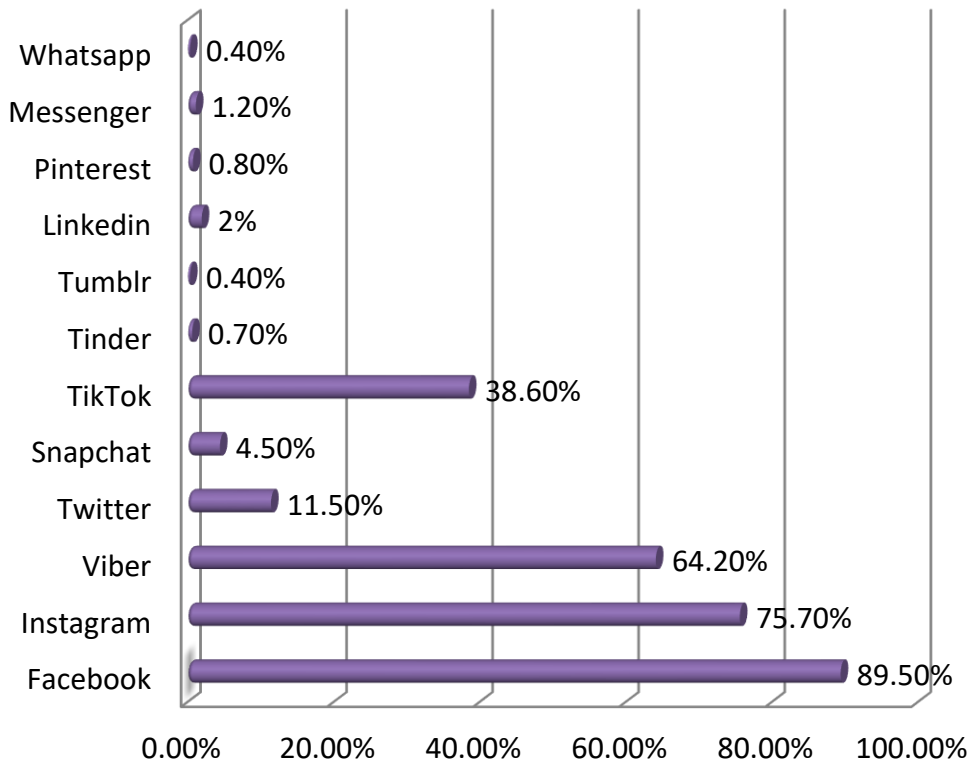
## 2. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης καθημερινά;



**Διάγραμμα 3:** Συχνότητα χρήσης Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης καθημερινά

Σύμφωνα με τα ευρήματα του διαγράμματος 4 που ακολουθεί η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων με 89,5% έχει λογαριασμό στο Facebook. Στη συνέχεια τα πιο διαδεδομένα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, στους νέους της έρευνας, είναι το Instagram με 75,7%, το Viber με 64,20%, το TikTok με 38,6%, το Twitter με 11,5% και το Snapchat με 4,5%. Χαμηλότερα ποσοστά λαμβάνουν το LinkedIn με 2%, το messenger με 1,20%, το Pinterest με 0,8%, το Tinder με 0,7%, το Whatsapp και το Tumblr με 0,4% αντίστοιχα.

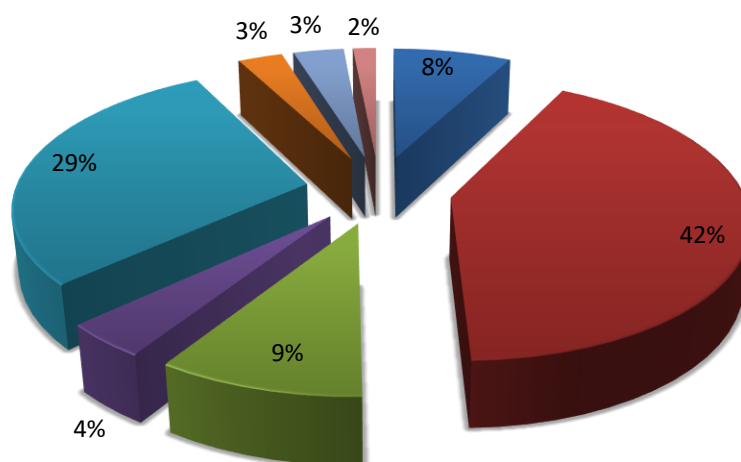
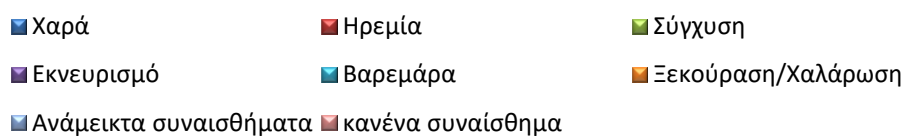
### 3. Ποιά μέσα κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιείτε;



Διάγραμμα 4: Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Ερωτώμενοι για το κυρίαρχο συναίσθημα που του δημιουργείται κατά την διάρκεια χρήσης των Μέσων Μαζικής δικτύωσης οι νέοι της έρευνας κατέγραψαν στις πρώτες θέσεις την ηρεμία με 42%, την βαρεμάρα με 29%, τη σύγχυση με 9% και την χαρά με 8%. Χαμηλότερα ποσοστά λαμβάνουν ο εκνευρισμός με 4%, τα ανάμεικτα συναισθήματα και η ξεκούραση/χαλάρωση με 3% αντίστοιχα, και κανένα συναίσθημα με 2%.

#### 4. Ποιό είναι το κυρίαρχο συναίσθημα που σας δημιουργείται κατά τη διάρκεια χρήσης των Μέσων Μαζικής Δικτύωσης;



**Γράφημα 3:** Κυρίαρχο συναίσθημα από τη χρήση των Μέσων Μαζικής Δικτύωσης

Στο διάγραμμα 5 που ακολουθεί δίνονται οι απαντήσεις των ερωτηθέντων αναφορικά με τους λόγους για τους οποίους αναπτύσσουν διαδικτυακές σχέσεις. Στις πρώτες τους επιλογές συγκαταλέγονται η διεύρυνση του κύκλου γνωριμιών με 41,3%, η απόσταση με 40%, οι επαγγελματικοί λόγοι με 36,30%, το αίσθημα αποδοχής/αναγνώρισης με 16,2% και ο εσωστρεφής χαρακτήρας με 15,9%.

Μικρότερα ποσοστά λαμβάνουν οι επιλογές χαμηλή αυτοπεποίθηση με 7,3%, η συναισθηματική αδυναμία/ντροπή με 7%, η ανασφάλεια με 6,8% και το 3% δήλωσε ότι δεν αναπτύσσει διαδικτυακές σχέσεις.

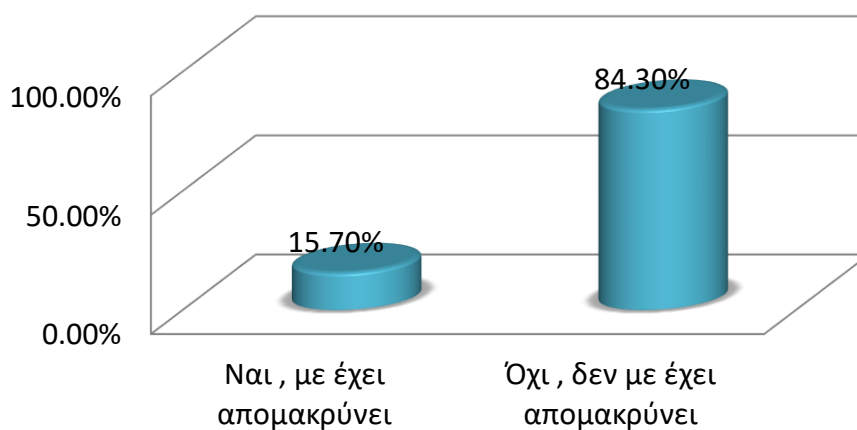
## 5. Για ποιούς λόγους αναπτύσσετε διαδικτυακές σχέσεις;



**Διάγραμμα 5:** Λόγοι ανάπτυξης διαδικτυακών σχέσεων

Σχετικά με την ερώτηση εάν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τους έχουν απομακρύνει από τα κοντινά άτομα στο φιλικό τους περιβάλλον, η συντριπτική πλειοψηφία με 84,3% δήλωσε όχι, ενώ ένα 15,7% των νέων θεωρεί ότι ναι έχουν απομακρυνθεί από τους οικείους τους.

**6. Έχετε παρατηρήσει εάν η διαδικτυακή εμπειρία με πρόσωπα, σας έχει απομακρύνει από τα κοντινά σας άτομα στο φιλικό σας περιβάλλον;**

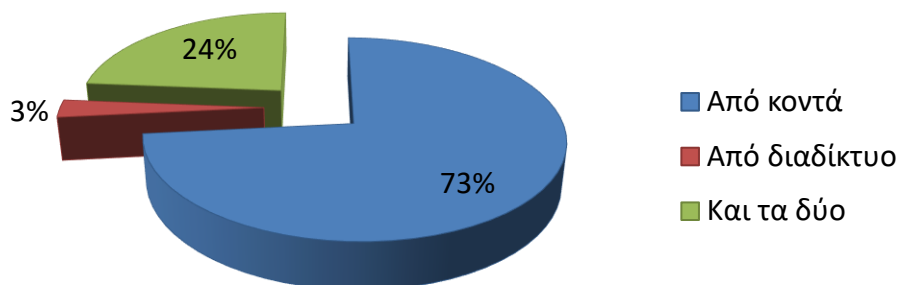


**Διάγραμμα 6:** Διαδικτυακή εμπειρία και απομάκρυνση από το φιλικό περιβάλλον

Το γράφημα 4 αποτυπώνει τις απαντήσεις των νέων σχετικά με την σύναψη φιλιών. Σύμφωνα με τα ευρήματα η πλειοψηφία με 73% δήλωσε ότι νιώθει περισσότερη ασφάλεια με το να δημιουργεί φιλίες από κοντά. Το 24% των ερωτηθέντων απάντησε ότι του είναι εύκολο να κάνει τόσο φιλίες πρόσωπο με πρόσωπο όσο και μέσω διαδικτύου. Τέλος, μόλις το 3% θεωρεί ότι νιώθει ασφάλεια με το να κάνει φιλίες μέσω του διαδικτύου.



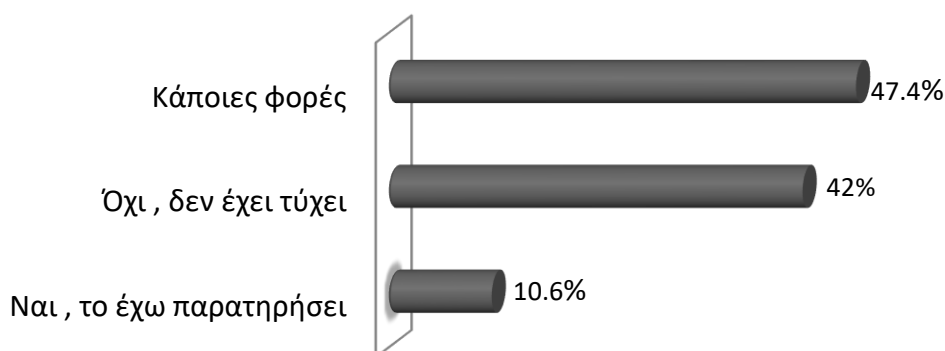
**7. Νιώθετε περισσότερη ασφάλεια με το να κάνετε φιλίες από κοντά (πρόσωπο με πρόσωπο) ή μέσω Διαδικτύου;**



**Γράφημα 4:** Φιλίες από κοντά ή μέσω διαδικτύου

Το διάγραμμα 7 καταγράφει τις απαντήσεις των νέων αναφορικά με την προσοχή που δίνουν όταν είναι με τους φίλους τους. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα το 47,4% δήλωσε ότι κάποιες φορές δίνει περισσότερη προσοχή στο κινητό απ' ότι στους φίλους τους, το 42% δηλώνει ότι δεν έχει τύχει ποτέ και το 10,6% απάντησε ότι έχει παρατηρήσει να συμβαίνει κάτι τέτοιο.

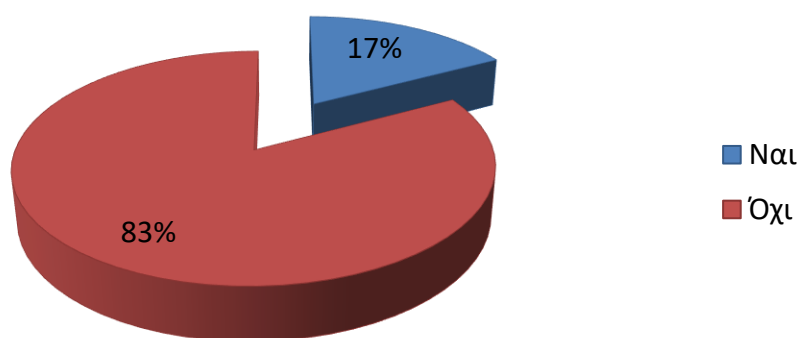
**8. Παρατηρήσατε ποτέ ότι όταν βρίσκεστε με τους φίλους σας δίνετε περισσότερη σημασία στο κινητό απ' ότι στους ίδιους;**



**Διάγραμμα 7:** Περισσότερη προσοχή στο κινητό

Στην ερώτηση εάν έχουν δημιουργήσει ποτέ αποκλειστικά ψηφιακή σχέση η συντριπτική πλειοψηφία των νέων της παρούσας έρευνας, με 83% δήλωσαν όχι ενώ ένα 17% αυτών απάντησε θετικά.

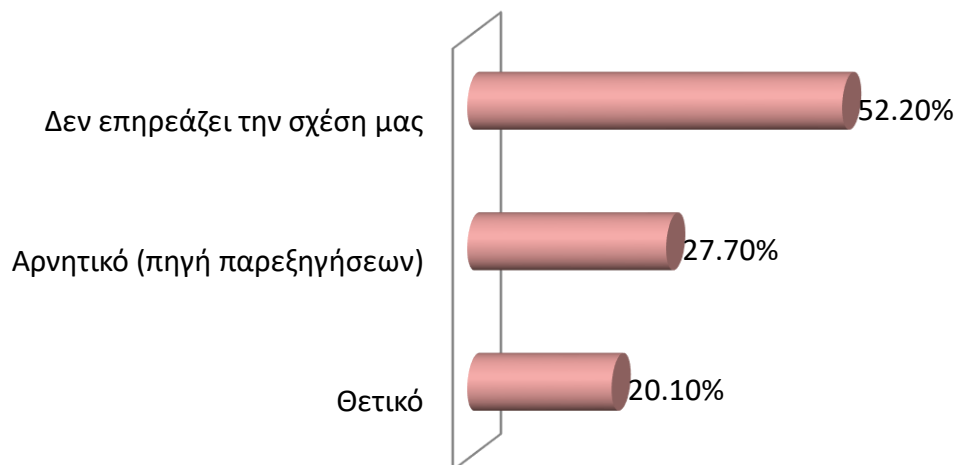
### 9. Έχετε δημιουργήσει ποτέ μια ψηφιακή αποκλειστικά ερωτική σχέση;



**Γράφημα 5:** Ψηφιακή αποκλειστικά ερωτική σχέση

Αναφορικά με την επίδραση που έχει η διαδικτυακή επικοινωνία στην σχέση τους προκύπτουν τα ευρήματα του διαγράμματος 8. Σύμφωνα με τις απαντήσεις των νέων η πλειοψηφία με 52,2% δήλωσε ότι δεν διαπίστωσε καμία επίδραση στη σχέση τους, το 27,7% θεωρεί ότι έχει αρνητικό αντίκτυπο στη σχέση τους και αποτελεί πηγή παρεξηγήσεων και το 20,10% διαπίστωσε θετική επίδραση ίσως επειδή τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης φέρουν πιο κοντά τον έναν με τον άλλον.

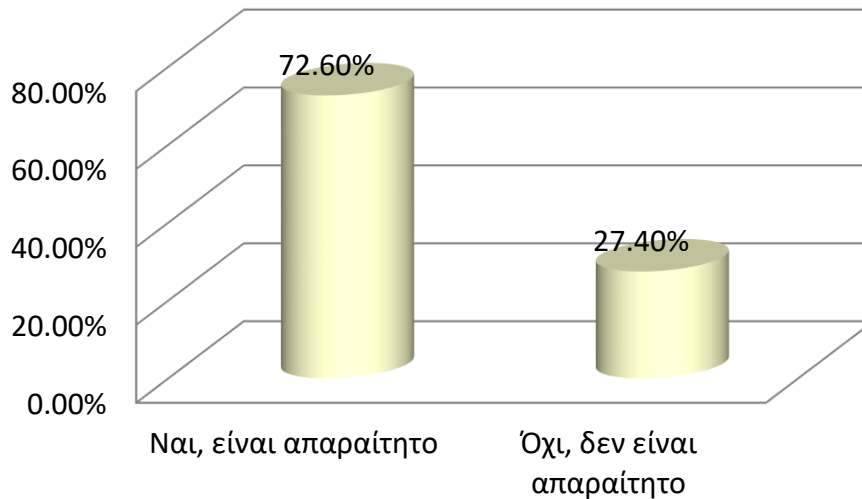
**11. Πιστεύετε ότι η διαδικτυακή επικοινωνία με τον/την σύντροφο σας έχει θετικό ή αρνητικό αντίκτυπο στην σχέση σας;**



**Διάγραμμα 8:** Θετικός ή αρνητικός αντίκτυπος της διαδικτυακής επικοινωνίας

Όσον αφορά την οικοδόμηση επαγγελματικών σχέσεων μέσω τηλεργασίας (διάγραμμα 9) η πλειοψηφία με 72,6% απάντησε ότι είναι απαραίτητη και η διαπροσωπική επαφή ενώ υο 27,4% δήλωσε πως όχι δεν κρίνεται απαραίτητο.

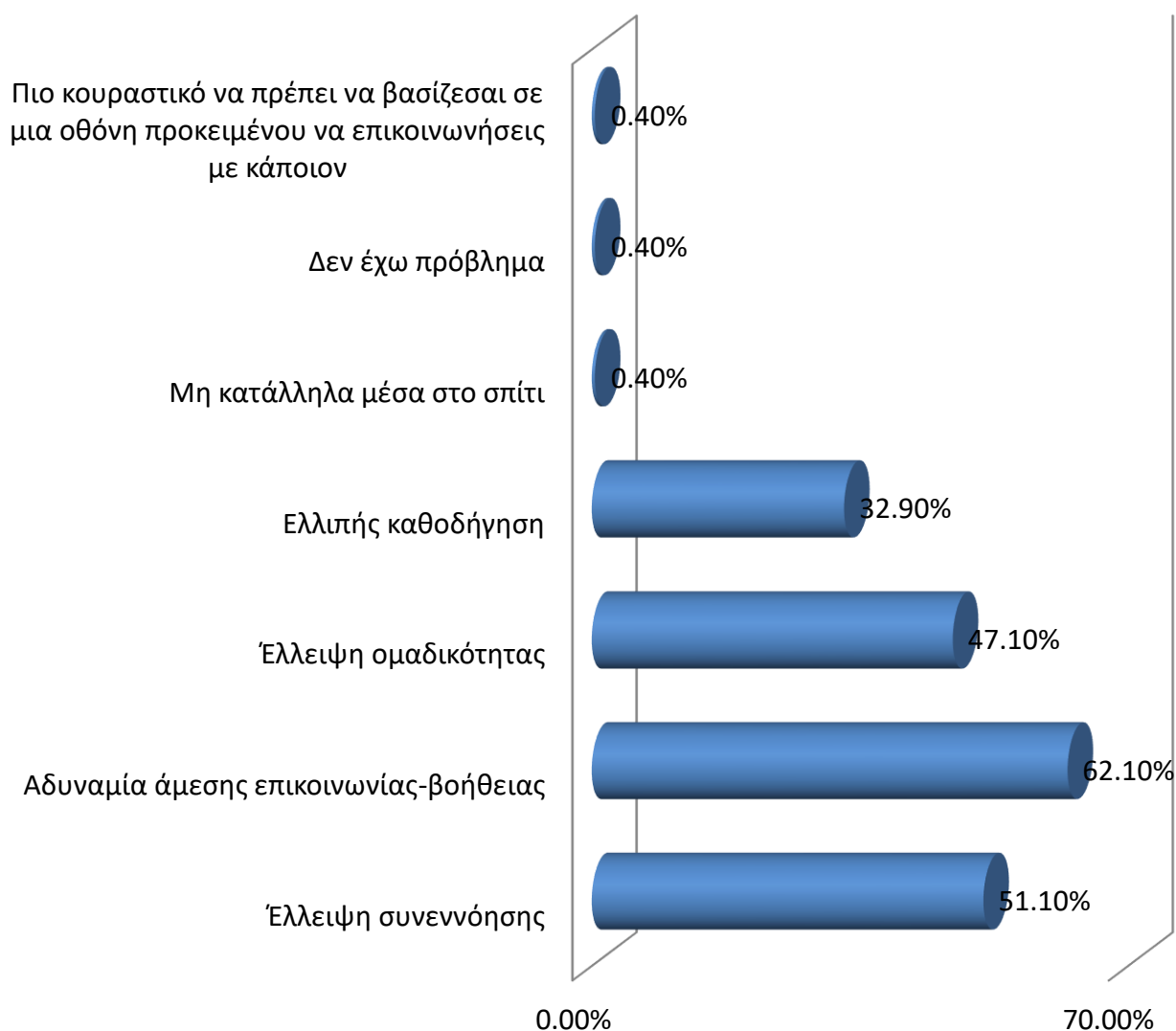
**13. Για την οικοδόμηση επαγγελματικών σχέσεων μέσω τηλεργασίας, κρίνετε ότι είναι απαραίτητο να υπάρχει και διαπροσωπική επαφή;**



**Διάγραμμα 9:** Οικοδόμηση επαγγελματικών σχέσεων και διαπροσωπική επαφή

Σχετικά με τα προβλήματα που θεωρούν πιο συχνά στις επαγγελματικές εξ αποστάσεως σχέσεις προκύπτουν τα αποτελέσματα του διαγράμματος 10. Σύμφωνα με τις απαντήσεις ως σημαντικότερα προβλήματα θεωρούν την αδυναμία άμεσης επικοινωνίας/βοήθειας με 62,1%, την έλλειψη συνεννόησης με 51,1%, την έλλειψη ομαδικότητας με 47,1% και την ελλιπή καθοδήγηση με 32,9%. Χαμηλότερα ποσοστά λαμβάνουν οι επιλογές μη κατάλληλα μέσα στο σπίτι, δεν υπάρχει πρόβλημα, κουραστικό να βασίζεσαι σε μια οθόνη για να επικοινωνήσεις με κάποιον με 0,4% αντίστοιχα.

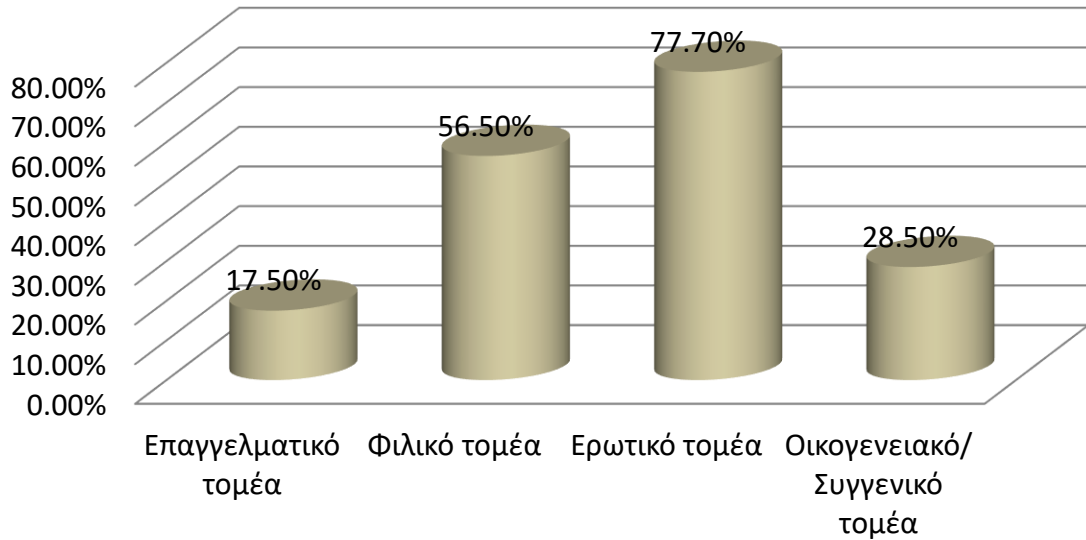
#### 14. Ποια προβλήματα θεωρείτε πιο συχνά στις επαγγελματικές σας σχέσεις εξ αποστάσεως;



**Διάγραμμα 10:** Προβλήματα στις επαγγελματικές σχέσεις εξ αποστάσεως

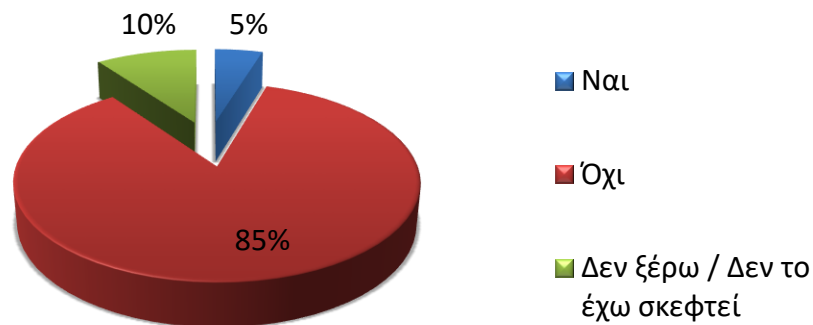
Αναφορικά με τους τομείς που επηρεάζονται περισσότερο οι ανθρώπινες σχέσεις από τα μέσα μαζικής δικτύωσης προκύπτουν τα ευρήματα του διαγράμματος 11. Σύμφωνα με τις απαντήσεις των νέων του δείγματος το 77,7% διαπιστώνει ότι επηρεάζεται κυρίως ο ερωτικός τομέας, το 56,5% καταγράφει ζητήματα στον φιλικό τομέα, το 28,5% αναγνωρίζει κάποια επίδραση στο οικογενειακό/συγγενικό περιβάλλον και το 17,5% θεωρεί ότι επηρεάζεται ο επαγγελματικός τομέας.

**15. Σε ποιούς τομείς πιστεύετε ότι επηρεάζονται περισσότερο οι ανθρώπινες σχέσεις από τα Μέσα Μαζικής Δικτύωσης;**



**Διάγραμμα 11:** Τομείς που επηρεάζονται από τα Μέσα Μαζικής Δικτύωσης

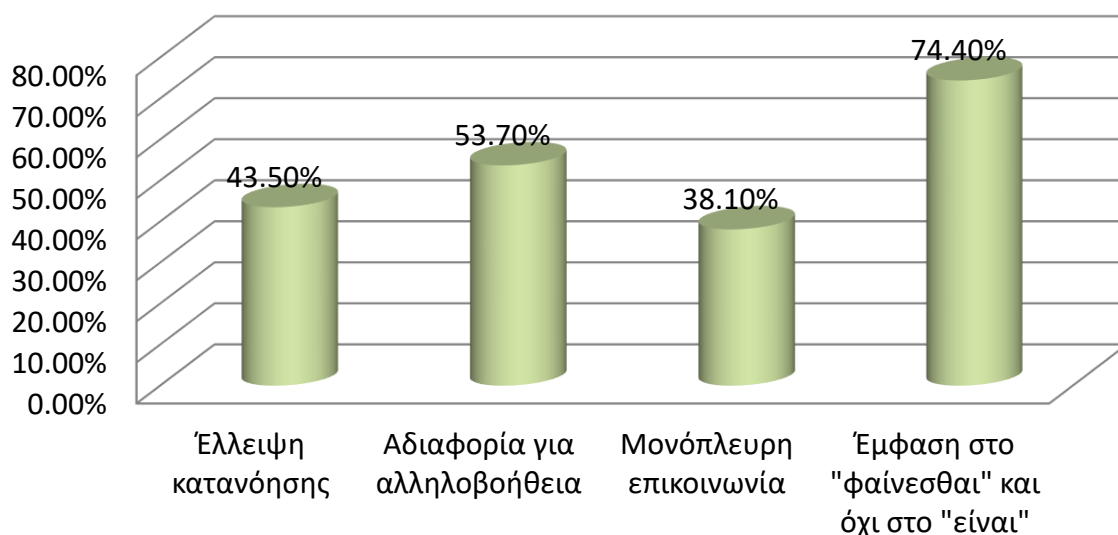
**16. Πιστεύετε ότι οι ψηφιακές σχέσεις μπορούν να αντικαταστήσουν τις διαπροσωπικές;**



**Γράφημα 6:** Ψηφιακές και διαπροσωπικές σχέσεις

Σύμφωνα με τους παράγοντες που φθείρουν και δημιουργούν επιφανειακές, χωρίς συναίσθημα ανθρώπινες σχέσεις, προκύπτουν τα αποτελέσματα του διαγράμματος 12. Οι νέοι του δείγματος με 74,4% θεωρούν ότι δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στο "φαίνεσθαι" και όχι στο είναι. Το 53,7% διαπιστώνει αδιαφορία για αλληλοβοήθεια, ενώ το 43,5% αναγνωρίζει μια έλλειψη κατανόησης. Τέλος, το 38,1% των νέων αντιλαμβάνεται μια μονόπλευρη επικοινωνία.

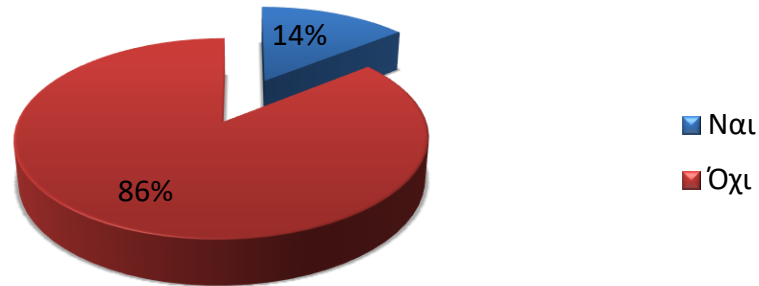
### 17. Ποιοι παράγοντες πιστεύετε ότι φθείρουν και δημιουργούν επιφανειακές, χωρίς συναίσθημα ανθρώπινες σχέσεις;



**Διάγραμμα 12:** Παράγοντες που φθείρουν και δημιουργούν επιφανειακές σχέσεις

Σύμφωνα με τα ευρήματα του γραφήματος 7 προκύπτει ότι η συντριπτική πλειοψηφία των νέων με 86% δεν χρειάστηκε ποτέ να δημιουργήσει κάποιο ψεύτικο προφίλ για να εκφραστεί ελεύθερα ενώ το 14% απάντησε θετικά.

**18. Έχετε δημιουργήσει κάποιο ψεύτικο  
προφίλ προκειμένου να εκφράζεστε ελεύθερα  
και με ασφάλεια;**



**Γράφημα 7:** Δημιουργία ψεύτικου προφίλ

Ο πίνακας 2 αναφέρεται στα αποτελέσματα των ποσοτικών μεταβλητών της έρευνας. Σύμφωνα με τα ευρήματα στην ερώτηση «Σε τι βαθμό θεωρείτε ότι επηρεάζονται οι ερωτικές σχέσεις των ανθρώπων με την χρήση των εφαρμογών για γνωριμίες (tinder);» προκύπτει μέση τιμή 5,24 (τυπική απόκλιση=1,29), τιμή που τείνει στην επιλογή αρκετά. Για την ερώτηση «Πιστεύετε ότι η εξέλιξη των μέσων έχουν θετικό ή αρνητικό αντίκτυπο στις επαγγελματικές σχέσεις των ανθρώπων;» καταγράφεται μέσος όρος 4,71 (σταθερή απόκλιση=1,31) με τιμή που τείνει στην επιλογή μέτρια. Και τέλος, για την ερώτηση «Σε τι βαθμό θεωρείτε πως σας οδηγεί στην απομόνωση/αποξένωση η πολύωρη ενασχόληση με τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης;» διαπιστώνεται μέση τιμή 4,36 (τυπική απόκλιση=1,76) τιμή η οποία τείνει στην επιλογή μέτρια.



**Πίνακας 2:** Αποτελέσματα ποσοτικών μεταβλητών

(1=Καθόλου 7=Πάρα Πολύ)	Μ.Ο.	Τ.Α.	ΕΛΑΧΙΣΤΟ	ΜΕΓΙΣΤΟ
10) Σε τι βαθμό θεωρείτε ότι επηρεάζονται οι ερωτικές σχέσεις των ανθρώπων με την χρήση των εφαρμογών για γνωριμίες (tinder);	5,24	1,29	1	7
12) Πιστεύετε ότι η εξέλιξη των μέσων έχουν θετικό ή αρνητικό αντίκτυπο στις επαγγελματικές σχέσεις των ανθρώπων;	4,71	1,31	1	7
19) Σε τι βαθμό θεωρείτε πως σας οδηγεί στην απομόνωση/αποξένωση η πολύωρη ενασχόληση με τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης;	4,36	1,76	1	7

### 6.2.3 Έλεγχος $\chi^2$

Όσον αφορά την αποτύπωση των σχέσεων που προκύπτουν ανάμεσα στα προσωπικά χαρακτηριστικά του δείγματος και τις ερωτήσεις αναφορικά με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προκύπτουν οι πίνακες 3 και 4. Στον πίνακα 3 δίνονται οι συσχετίσεις που κατεγράφησαν με την ηλικιακή ομάδα των νέων μέσω της αποτύπωσης των συχνοτήτων. Σύμφωνα με τα ευρήματα διαπιστώθηκαν στατιστικά σημαντικές σχέσεις της ηλικιακής ομάδας των νέων με την ηλικία που δημιούργησαν τον πρώτο λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης ( $p=0,000$ ), με την συχνότητα χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ( $p=0,043$ ) και την προσοχή όταν βρίσκονται με φίλους ( $p=0,004$ ).

Σύμφωνα με τα ευρήματα του πίνακα 4 προκύπτουν στατιστικά σημαντικές σχέσεις του εκπαιδευτικού επιπέδου με την ηλικία δημιουργίας του πρώτου λογαριασμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ( $p=0,000$ ), την προσοχή όταν βρίσκονται με φίλους ( $p=0,049$ ). Τον θετικό ή αρνητικό αντίκτυπο της διαδικτυακής επικοινωνίας στη σχέση ( $p=0,000$ ) και τη δημιουργία ψεύτικου προφίλ ( $p=0,006$ ).

**Πίνακας 3:** Έλεγχος  $\chi^2$  Ηλικιακή ομάδα \* Απόψεις των νέων γύρω από τις διαδικτυακές σχέσεις σε σύγκριση

με τις εξ επαφής σχέσεις

Απόψεις των νέων γύρω από τις διαδικτυακές σχέσεις σε σύγκριση με τις εξ επαφής σχέσεις	ΗΛΙΚΙΑΚΗ ΟΜΑΔΑ				P VALUE	
	15-17	18-24	25-35	36 και άνω		
1) Από ποια ηλικία δημιουργήσατε τον πρώτο σας λογαριασμό σε κάποιο Μέσο Κοινωνικής Δικτύωσης;	12-15	18	72	34	-	<b>0,000</b>
	16-19	-	25	34	4	
	20-24	-	-	23	15	
	25 και άνω	-	-	1	48	
	Λιγότερο από μία ώρα	-	4	3	<b>5</b>	
2) Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης καθημερινά;	1-2 ώρες	6	13	28	<b>20</b>	<b>0,043</b>
	3 - 4 ώρες	6	48	41	<b>27</b>	
	6 ώρες και άνω	6	32	20	<b>13</b>	
	Δεν χρησιμοποιώ τα Social Media καθημερινά	-	-	-	<b>2</b>	
	8) Παρατηρήσατε ποτέ ότι όταν βρίσκεστε με τους φίλους σας δίνετε περισσότερη σημασία στο κινητό σας απ' ότι στους ίδιους;	Ναι , το έχω παρατηρήσει	4	13	9	
Όχι , δεν έχει τύχει	2	32	43	<b>38</b>		
Κάποιες φορές	12	52	40	<b>26</b>		

**Πίνακας 4:** Έλεγχος χ<sup>2</sup> Εκπαίδευση \* Απόψεις των νέων γύρω από τις διαδικτυακές σχέσεις σε σύγκριση με τις εξ επαφής σχέσεις

Απόψεις των νέων γύρω από τις διαδικτυακές σχέσεις σε σύγκριση με τις εξ επαφής σχέσεις	ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ				P VALUE	
	Μαθητής Λυκείου	Προπτυχιακός Φοιτητής	Απόφοιτος Λυκείου/ΑΕΙ/ΤΕΙ/ΙΕΚ	Μεταπτυχιακός Φοιτητής/ Διδακτορικό		
1) Από ποια ηλικία δημιουργήσατε τον πρώτο σας λογαριασμό	12-15	15	54	33	18	<b>0,000</b>
	16-19	-	19	34	9	
	20-24	2	-	21	13	

σε κάποιο Μέσο Κοινωνικής Δικτύωσης;	25 και άνω	7	1	29	11	
8) Παρατηρήσατε ποτέ ότι όταν βρίσκεστε με τους φίλους σας δίνετε περισσότερη σημασία στο κινητό σας απ' ότι στους ίδιους;	Ναι , το έχω παρατηρήσει	3	12	10	3	
	Όχι , δεν έχει τύχει	4	25	57	24	<b>0,049</b>
	Κάποιες φορές	17	37	50	24	
11) Πιστεύετε ότι η διαδικτυακή επικοινωνία με τον/την σύντροφό σας έχει θετικό ή αρνητικό αντίκτυπο στην σχέση σας;	Θετικό	1	16	17	16	
	Αρνητικό (πηγή παρεξηγήσεων)	8	29	27	11	<b>0,000</b>
	Δεν επηρεάζει την σχέση μας	15	29	73	24	
18) Έχετε δημιουργήσει κάποιο ψεύτικο προφίλ προκειμένου να εκφράξετε πιο ελεύθερα και με ασφάλεια;	Ναι	4	16	17	2	
	Όχι	20	58	100	49	<b>0,006</b>

## Συζήτηση Αποτελεσμάτων

Στην έρευνα που διεξήχθη, παρατηρείται ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν ένα σημαντικό και αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας του ανθρώπου, καθώς σύμφωνα με τα δεδομένα που αντλήθηκαν από την έρευνα, οι περισσότεροι αφιερώνουν τουλάχιστον τρεις με τέσσερις ώρες από τον χρόνο τους σε αυτές τις εφαρμογές, ενώ αρκετοί από αυτούς αφιερώνουν περισσότερο από έξι ώρες την ημέρα. Στις μέρες μας, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης εξυπηρετούν διάφορους σκοπούς, όπως είναι η αμφίδρομη επικοινωνία και η δημιουργία σχέσεων, φιλικών, ερωτικών και επαγγελματικών. Παράλληλα, συμβάλουν στους τρόπους ψυχαγωγίας και ενημέρωσης των χρηστών με τον καταγισμό πληροφοριών και ειδήσεων που παρέχουν, με κυρίαρχη πλατφόρμα επιλογής να αποτελεί το Facebook και στην συνέχεια το Instagram. Έχουν εισέλθει σε όλους τους τομείς της κοινωνίας μας σε προσωπικό επίπεδο, δηλαδή στην οικογένεια, στις φιλίες, στις ερωτικές σχέσεις και στην εργασία, όπως και σε δημόσιο επίπεδο, δηλαδή στην οικονομία, την πολιτική, την εκπαίδευση, την υγεία και τον πολιτισμό. Φυσικά, η εξέλιξη της τεχνολογίας και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχουν φέρει πολλές επιδράσεις τόσο θετικές, όσο και αρνητικές, επηρεάζοντας τον ίδιο τον άνθρωπο αλλά και τις διαπροσωπικές του σχέσεις.

Στους περισσότερους τομείς έχει περισσότερα θετικά παρά αρνητικά αποτελέσματα. Παρ' όλα αυτά, όσον αφορά το προσωπικό επίπεδο, παρατηρείται πως η μη σωστή χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να προκαλέσει προβλήματα και αναταράξεις στις διαπροσωπικές σχέσεις, με κίνδυνο να φθαρούν ή να απομακρυνθούν οι άνθρωποι μεταξύ τους. Δεδομένου της πολύωρης ενασχόλησης των χρηστών με τα μέσα, σημειώνεται μια τάση αποξένωσης των ατόμων μεταξύ τους, καθώς το 23,7% πιστεύει ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης οδηγούν τα άτομα στην απομόνωση.

Η ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας έδειξε πως το 42% των ερωτηθέντων χρησιμοποιούν τα social media και το κυρίαρχο συναίσθημα που τους προκαλείται είναι η ηρεμία. Με αυτόν τον τρόπο, μπορεί να αιτιολογηθεί το γεγονός πως οι περισσότεροι άνθρωποι καταναλώνουν αρκετό χρόνο στις εφαρμογές αυτές. Πιο συγκεκριμένα, πολλοί είναι αυτοί που χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προκειμένου να χαλαρώσουν, να μάθουν νέα από τον κοινωνικό τους

περίγυρο και της επικαιρότητας, να παρακολουθήσουν βίντεο και φωτογραφίες, καθώς και να εμπνευστούν ή και να ψυχαγωγηθούν. Έτσι, έπειτα από μια κουραστική και απαιτητική ημέρα λόγω της δουλειάς, των υποχρεώσεων και τους γρήγορους ρυθμούς της καθημερινότητας, οι άνθρωποι καταφεύγουν στο να περνούν τον ελεύθερό τους χρόνο με το να επισκέπτονται αυτές τις σελίδες.

Στην συνέχεια, παρατηρήθηκε από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων πως οι περισσότεροι συνάπτουν διαδικτυακές σχέσεις λόγω απόστασης κι έπειτα για την διεύρυνση του κύκλου γνωριμιών, με μικρή ποσοστιαία διαφορά (1,3%), ο επόμενος λόγος ήταν επαγγελματικός και με μεγαλύτερες διαφορές ακολουθούσαν οι υπόλοιπες απαντήσεις. Είναι γεγονός λοιπόν, πως η απόσταση που επικρατεί συχνά στην σύγχρονη εποχή ανάμεσα στους ανθρώπους, κινεί όλο και πιο πολύ τον κόσμο να αναζητήσει τρόπους επικοινωνίας μέσω του διαδικτύου εφόσον είναι ο πιο προσιτός και εύκολος και άμεσος τρόπος, χωρίς καμία χρέωση. Επιπλέον, οι επαγγελματικοί λόγοι είναι εξίσου σημαντικοί, καθώς αποτελεί ένα πολύτιμο εργαλείο σε οποιαδήποτε εργασία, είτε προς όφελος της επιχείρησης, είτε του επαγγελματία - εργαζόμενου. Παρ' όλα αυτά, διακρίνεται η αντίφαση που έχει δημιουργηθεί μεταξύ των απαντήσεων της ερώτησης «Για την οικοδόμηση επαγγελματικών σχέσεων μέσω τηλεργασίας, κρίνετε ότι είναι απαραίτητο να υπάρχει και διαπροσωπική επαφή;», οι απαντήσεις της οποίας φανερώνουν πως η πλειοψηφία θεωρεί πως είναι απαραίτητη και σημαντική η διαπροσωπική επαφή και αλληλεπίδραση. Οι λόγοι που προτιμούν την διαπροσωπική επαφή από την διαδικτυακή είναι η αμεσότητα, η οικειότητα, η συνεννόηση και η πιο αποτελεσματική επικοινωνία που προσφέρει.

Στην ερώτηση για το αν έχει επηρεάσει το διαδίκτυο τις κοντινές φιλικές σχέσεις η απάντηση ήταν σχεδόν απ' όλους ομόφωνα αρνητική (84,3%). Αντίθετα, σε περιπτώσεις όπου οι φιλίες επιδοκιμάζονται από τις υποχρεώσεις της καθημερινότητας, όπως για παράδειγμα η μεταφορά σε άλλη πόλη για σπουδές, η εύρεση εργασίας σε χώρα του εξωτερικού κ.α. , το διαδίκτυο συμβάλει στο να διατηρήσει ζωντανή την επικοινωνία και στο να διασφαλίσει την απαραίτητη καθημερινή επαφή και την έκφραση συναισθημάτων και προβληματισμών. Επιπλέον, μεγάλο ήταν το ποσοστό που απάντησε πως δεν έχει δημιουργήσει ποτέ αποκλειστικά διαδικτυακή ερωτική σχέση και πως δεν επιδρά αρνητικά το διαδίκτυο στην σχέση. Από την παραπάνω απάντηση είναι φανερό πως οι συμμετέχοντες είναι αρκετά

συνειδητοποιημένοι ως προς τις επιδράσεις που μπορούν να επιφέρουν τα Social Media στις σχέσεις και φαίνεται να μην επιτρέπουν την επιρροή τους σε προσωπικό επίπεδο.

Τα πιο συνήθη προβλήματα με την επικοινωνία εξ αποστάσεως είναι πως δεν υπάρχει άμεση βοήθεια- επικοινωνία, δεύτερη με μικρή διαφορά έρχεται η αδυναμία συνεννόησης, στην συνέχεια η έλλειψη ομαδικότητας κι έπειτα η ελλιπής καθοδήγηση. Οι παραπάνω απαντήσεις είχαν ελάχιστες διαφορές σε ποσοστό, καθώς η μία απάντηση ήταν πολύ κοντά νοηματικά στην άλλη και αυτό επιβεβαιώνεται διότι όλες οι απαντήσεις ισχύουν και ταλανίζουν εξίσου τους ανθρώπους.

Το 85% που συμμετείχε στην έρευνα δεν θεωρεί πως οι ψηφιακές σχέσεις μπορούν να αντικαταστήσουν τις διαπροσωπικές, ενώ οι παράγοντες που επηρεάζουν τις σχέσεις και τις φθείρουν είναι στην πρώτη η έμφαση στο «φαίνεσθε» και όχι στο «είναι» και στην δεύτερη η αδιαφορία για αλληλοβοήθεια. Αδιαμφισβήτητα, οι άνθρωποι πλέον δίνουν μεγάλη βαρύτητα στην εμφάνιση και στην παρουσίαση ενός μη απόλυτα πραγματικού προφίλ όταν αφορά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, καθώς όλα χτίζονται γύρω από την ανάγκη για προβολή μιας τέλει και αψεγάδιαστης αμφίεσης. Οι περισσότεροι χρήστες και σε μεγαλύτερο βαθμό ο γυναικείος πληθυσμός εστιάζουν στο φαίνεσθε, γεγονός που επηρεάζει αρκετά τις μεταξύ τους σχέσεις. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να αυξάνεται το αίσθημα της ζήλειας και του ανταγωνισμού και αντίστοιχα το αίσθημα της μειονεκτικότητας και της έλλειψης αυτοπεποίθησης.

Η δημιουργία ψεύτικου προφίλ σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας δεν είναι σύνηθες φαινόμενο, καθώς οι περισσότεροι υποστηρίζουν πως δεν έχουν φτιάξει άλλο προφίλ. Βέβαια, το ψεύτικο προφίλ διατρέχει πολλούς κινδύνους, όχι για τον χρήστη που το χειρίζεται, αλλά για τους υπόλοιπους χρήστες καθώς δεν γνωρίζουν ποιος βρίσκεται πίσω από την οθόνη και που αποσκοπεί η πρόθεσή του να δημιουργήσει ένα ψεύτικο λογαριασμό. Πολλές φορές, τον δημιουργούν χρήστες είτε για απάτες, είτε για να εκφράσουν την άποψή τους ανώνυμα καθώς φοβούνται να το κάνουν με την πραγματική τους ταυτότητα, είτε για να παρακολουθήσουν κάποιον, ακόμα και τον σύντροφό τους.

Στην ερώτηση «Σε τι βαθμό θεωρείτε ότι επηρεάζονται οι ερωτικές σχέσεις των ανθρώπων με την χρήση των εφαρμογών για γνωριμίες (Tinder);», παρατηρείται

ότι οι περισσότεροι απάντησαν πως υπάρχει σχετικά υψηλός βαθμός επίδρασης, αφού το 30,3% επέλεξε ως απάντηση τον αριθμό 5 που σημαίνει «αρκετά». Αυτό οφείλεται στο γεγονός πως ολοένα και πιο πολλοί επιλέγουν να γνωρίσουν και να συνάψουν σχέση διαδικτυακά, ενώ δεν γνωρίζονται από κοντά, πράγμα που επιφυλάσσει πολλούς κινδύνους και θέλει μεγάλη προσοχή. Γι' αυτό και η πλειοψηφία των ερωτώμενων απάντησε πως δεν έχει δημιουργήσει ποτέ μια ψηφιακή αποκλειστικά σχέση, εφόσον δεν είναι σπάνιο το φαινόμενο εξαπάτησης και παραπλάνησης λόγω της κακόβουλης εκμετάλλευσης του στοιχείου της ανωνυμίας στο διαδίκτυο.

Ως επί το πλείστον, τα αποτελέσματα της έρευνας που διεξήχθη έδειξαν ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων δεν δείχνει να επηρεάζεται άμεσα από την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης όσον αφορά τις διαπροσωπικές τους σχέσεις, παρόλο που θεωρούν ότι υπάρχουν κίνδυνοι. Ωστόσο, το είδος σχέσης που τείνει να δέχεται την μεγαλύτερη επιρροή είναι η ερωτική. Αυτό συμβαίνει διότι μέσω των Social Media υπάρχει άμεση πρόσβαση και επικοινωνία με άλλα άτομα και έτσι αυξάνεται το αίσθημα της ζήλειας, του πειρασμού και γενικότερα το αίσθημα του κινδύνου για τον σύντροφο.

## Συμπεράσματα

Η ραγδαία εξέλιξη των τεχνολογικών μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχει ενισχύσει σε σημαντικό βαθμό τον τρόπο επικοινωνίας και αλληλεπίδρασης με άτομα και ομάδες που δεν βρίσκονται στο ίδιο φυσικό περιβάλλον αλλά οπουδήποτε στον κόσμο. Το γεγονός αυτό δρα θετικά στην ενίσχυση, στην δημιουργία και στην διατήρηση των διαπροσωπικών σχέσεων. Φυσικά, η επικοινωνία εξ επαφής εξακολουθεί να έρχεται στην πρώτη θέση, μιας και είναι η πιο σημαντική μορφή επικοινωνίας, παρόλο που παρατηρείται η σταδιακή αντικατάστασή της από τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης.

Από τα παραπάνω αποτελέσματα, οδηγούμαστε στο συμπέρασμα πως οι περισσότεροι άνθρωποι δεν επηρεάζονται άμεσα από τα social media, καθώς θεωρούν πως τα χρησιμοποιούν μόνο προς όφελος τους χωρίς να επιδρά τους ίδιους και τις σχέσεις τους με τους υπόλοιπους.

Ωστόσο, η μη σωστή χρήση και η πολύωρη ενασχόληση με τις εφαρμογές κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να επιφέρουν τα αντίθετα από τα επιθυμητά αποτελέσματα τόσο στον ίδιο τον χρήστη, όσο και στις διαπροσωπικές του σχέσεις.

Οι σχέσεις που φαίνεται να επηρεάζονται περισσότερο είναι κυρίως οι ερωτικές και στην συνέχεια ακολουθούν οι φιλικές, οι οικογενειακές κλπ. Η επίδραση αυτή οφείλεται κυρίως στην προσκόλληση και τον εθισμό που αποκτούν οι χρήστες στο διαδίκτυο, αδιαφορώντας πολλές φορές για τον πραγματικό κόσμο και τις σχέσεις εξ επαφής. Οδηγούνται πολλές φορές στην απομόνωση και αποκόπτουν τις ρεαλιστικές σχέσεις αντικαθιστώντας τις από τις εικονικές. Βέβαια, αυτήν η κατάσταση γίνεται σταδιακά και μπορεί να αντιμετωπιστεί αν γίνει έγκαιρα αντιληπτή από τους κοντινούς ανθρώπους.

Όπως φαίνεται, στην οικογενειακή σχέση δεν φαίνεται να υπάρχει κάποια ρήξη με την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης άρα δεν υπάρχει έντονη αλληλεπίδραση σ' αυτό το πεδίο. Στο κομμάτι της φιλίας ωστόσο, φαίνεται πως πολλοί δεν θα δημιουργούσαν φιλίες μέσω του διαδικτύου. Αυτό ίσως να εξηγείται από το γεγονός πως υπάρχουν πολλοί κίνδυνοι και πως οι συμμετέχοντες δεν τους παραβλέπουν. Στο ίδιο μήκος κύματος, παραμένουν και οι ερωτικές σχέσεις καθώς πολλοί αρνούνται να συνάψουν σχέση ερωτική καθαρά από το internet.

Στην παρούσα έρευνα περιορισμό αποτέλεσε η ηλικιακή ομάδα που έλαβε



μέρος, αφού το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων ήταν από 24 ετών και κάτω. Έτσι, δεν μπορεί να υπάρξει αντικειμενική και καθαρή απάντηση στα αποτελέσματα, καθώς έλειπαν μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες. Επιπλέον, περιορισμό μπορεί να αποτέλεσε και το γεγονός ότι οι συμμετέχοντες δεν είναι ισάριθμοι ή έστω μικρή διαφορά στο φύλο, αλλά το γυναικείο υπερίσχυσε από το ανδρικό. Τέλος, τα αποτελέσματα μπορεί να διαφέρουν από περιοχή σε περιοχή και από χώρα σε χώρα, άρα δεν διακρίνεται καθολικότητα στις απαντήσεις.

Μια πρόταση για επόμενη έρευνα θα μπορούσε να είναι η διεξαγωγή έρευνας σε άτομα όλων των ηλικιών και βασικό ερώτημα να αποτελεί κατά πόσο επηρεάζεται γενικότερα η προσωπική ζωή του ανθρώπου με την εισβολή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε όλους τους τομείς π.χ. οικονομία, εκπαίδευση, πολιτική. Επιπρόσθετα, θα ευνοούσε το γεγονός να είναι οι ερωτήσεις πιο συγκεκριμένες, ώστε να μην υπάρχει κενό και αμφισβήτηση στις απαντήσεις. Τέλος, θα μπορούσε να δοθεί η δυνατότητα να απαντηθούν ορισμένα ερωτηματολόγια με συνδυασμό μορφής συνέντευξης, προκειμένου να διευκρινιστούν πιο καλά οι απαντήσεις και να συλλεχθεί μια πιο έγκυρη συνολική εικόνα για την επίδραση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στις σχέσεις και τις ζωές των ανθρώπων.

## Βιβλιογραφία

### Ελληνική βιβλιογραφία

- Ζάννη Α., Το διαδικτυακό έγκλημα, εκδ. Σάκκουλα, Αθήνα 2005
- Κάβουρα Α., Επικοινωνία και διαφήμιση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, εκδ. Διόνικος, Αθήνα 2016
- Καρυδά Μ. και Κοκολάκης Σ., «Ψηφιακά κοινωνικά δίκτυα: Ζητήματα ιδιωτικότητας και η τεχνολογική αντιμετώπισή τους», από το συλλογικό έργο facebook, blogs και δικαιώματα, εκδ. Σάκκουλα, Αθήνα 2013.
- Καψάλης, Α. (2003). Παιδαγωγική Ψυχολογία. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Αφοί Κυριακίδη.
- Κούρτη, Ε. (2003). Η επικοινωνία στο Διαδίκτυο. Αθήνα: Εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα.
- Λάζος Γ., Πληροφορική και έγκλημα, εκδ. Νομική βιβλιοθήκη, Αθήνα 2001
- Μιχαηλίδη, Ε. & Παπαδάκη, Δ. (1998). Η μη λεκτική επικοινωνία στις διαπροσωπικές σχέσεις. Αθήνα: Εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα
- Μ. Σιδέρη, Το βιβλίο του twitter. Ένας οδηγός για 'αθώους' χρήστες, εκδ. Κλειδάριθμος, Αθήνα 2011, σ. 7.
- Μπατσακίδης, Θ. (2011), "Τι είναι το LinkedIn και πώς μπορεί να προωθήσει την καριέρα σας", ΙΩΝΙΚΗ, <http://news.ioniki.net/index.php/epixeirisi/organosikaileitourgia/marketing-web/item/98-ti-einai-to-linkedin-kai-posmporei-na-proothiseitin-kariera-sas#.UhSMHpL0F0Q>.
- Παπαχαρίση, Ζ. (2014) Μάιος 30). Πολιτικοί, social media και επικοινωνία. Οικονόμου, Συνέντευξη) kathimerini.gr
- Σαμαράς, Α. (2014). Κοινωνικά Δίκτυα και Εθισμός. 3ο Πανελλήνιο Εκπαιδευτικό Συνέδριο Ημαθίας, 4-6 Απριλίου, Νάουσα
- Σιώμος, Κ. (2008). Εθισμός των Εφήβων στους Ηλεκτρονικούς Υπολογιστές και το Διαδίκτυο/ Ψυχιατρικά Συμπτώματα και Διαταραχές Ύπνου( Διδακτορική

Διατριβή). Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Τμήμα Ιατρικής, Λάρισα.

Σιώμος, Κ., Σφακιανάκης, Ε. & Φλώρος, Γ. (2012). Εθισμός στο Διαδίκτυο και άλλες διαδικτυακές συμπεριφορές υψηλού κινδύνου. Αθήνα: Εκδόσεις Λιβάνη

Χ. Άνδρας, «Εθισμός και παραβατικότητα στο διαδίκτυο», από το συλλογικό έργο Νέες τεχνολογίες & οικογένεια, ό.π., σ.σ 67-68

## **Ξένη βιβλιογραφία**

Allan, G. (2007). Οι διαφορές των φύλων στις στενές σχέσεις. Στο D. Miell & R. Dallos (Eds.), Διαπροσωπικές σχέσεις: Μια συνεχής κοινωνική αλληλεπίδραση. (σσ. 362-373). Αθήνα: Εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα

Anson, W., & Samala, J. (2012). Social media. The L ice n sing Journal

Assaad, W., Gómez, J. M. (2011), Social Network in marketing (Social Media Marketing)-Opportunities and Risks, International Journal of Managing Public Sector Information and Communication Technologies (IJMP ICT), Vol. 2, No. 1

Boyd, D.M. & Ellison, G. (2008). Social Network Sites. Definition, History, and Scholarship: Journal of Computer-Mediated Communication, pp. 210–230.

Brandtzaeg, P.B. & Heim, J. (2009). Why people use social networking sites. Online Communities and social computing (143- 152). Springer, Berlin Heidelberg

Dallos, R. & Miell, D. (2008). Διαπροσωπικές σχέσεις: μια συνεχής κοινωνική αλληλεπίδραση. Στο Α. Γκάρη (Επιμ). Αθήνα: Εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα.

Ellison, N. B., Steinfield, C. & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook ‘friends’: Social capital and college students’ use of online social network sites”. Journal of Computer-Mediated Communication.

Hinde, R. (2007). Οι διαφορές των φύλων στις στενές σχέσεις. Στο D. Miell & R. Dallos (Eds.), Διαπροσωπικές σχέσεις: Μια συνεχής κοινωνική αλληλεπίδραση. (σσ. 362 - 373). Αθήνα: Εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business horizons, 53(1), 59-68

- Kavoura, A. & Sylaiou, S. (2018) Effective cultural communication via information and communication technologies and social media use. In M. Khosrow-Pour (Επιμ.), Encyclopedia of information science and technology (4th Ed., pp. 7002–7013) Hershey PA: IGI Global.
- Maness, J. (2006). Library 2.0 theory. Web 2.0 and its implications for libraries. Webology, Volume 3, Number 2, June, 200
- Marakos, P. (2014) Museums and social media: Modern methods of reaching a wider audience. Mediterranean Archaeology & Archaeometry, 14(4), 75-81
- Parks, M.& Floyd K. (1996). Making friends in cyberspace. Journal of Communication, 46(1), 80-97.
- Phillips, S. (2007). A brief history of Facebook. The Guardian, 25, 2007.
- Reis, H.T. & Rusbult, C.E. (2004). Close Relationships: Key Readings in Social Psychology. New York: Psychology Press, 1-4.
- Ridou, T.N. (2013). Directions in Media and Politics. New York: Rutledge.
- Safko, L., & Brake, D. 2009. The Social Media Bible: Tactics, Tools & Strategies for business Success. United States of America: John Wiley & Sons.
- Steers M., Wickham R. και Acitelli L., «Seeing everyone else’s highlight’s reels: How Facebook usage is linked to depressive symptom», Journal of Social and Clinical Psychology, Vol.33, No.8 (2014).
- Theocharidis, A. I., Nerantzaki, D. M., Vrana, V. & Paschaloudis, D. (2014) Use of the web and social media by Greek museums. International Journal of Cultural and Digital Tourism, 1(2), 8-22.
- Verderber, R. & Verderber, K. (2006). Δεξιότητες διαπροσωπικής επικοινωνίας. Αθήνα: ΕκδόσειςΕλλην.
- Waters, K. J. (2013), "What is Twitter?", Netplaces: Social Media, <http://www.netplaces.com/social-media/twitter-the-microblogwith-the-macroimpact/what-is-twitter.htm>
- Zhang, J. (2010). Social media and distance education. Ανακτήθηκε 12 Νοεμβρίου 2011, από<http://deoracle.org/online-pedagogy/>

Zhang, Z., Li, X. & Chen, Y. (2012). Deciphering word-of-mouth in social media: Text-based metrics of consumer reviews. *ACM Transactions on Management Information Systems (TMIS)*, 3(1), 5.

## **Σύνδεσμοι**

<https://www.cyberinsurancegreece.com/kyvernoegklima-asfaleia>

<https://ti-einai.gr/tik-tok/>)

## Παράρτημα

### ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ

Το παρόν ερωτηματολόγιο έχει συνταχθεί από εμάς, την Μαρία Νικολάου και τον Θωμά Λαδίκο, στα πλαίσια της πτυχιακής μας εργασίας στο τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας, με τίτλο τα "Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και η επίδρασή τους στις Διαπροσωπικές Σχέσεις".

Η έρευνα είναι ΑΝΩΝΥΜΗ και οι απαντήσεις σας θα αξιοποιηθούν αυστηρά μόνο για τους σκοπούς της πτυχιακής εργασίας. Σκοπός του παρόντος ερωτηματολογίου είναι η αναζήτηση απαντήσεων γύρω από την καθημερινή επαφή των ανθρώπων με τα μέσα και κατά πόσο επηρεάζει τις σχέσεις τους σε επαγγελματικό, ερωτικό, φιλικό ή οικογενειακό επίπεδο.

Σας ευχαριστούμε εκ των προτέρων για τις απαντήσεις σας!

#### Ενότητα 1- Προσωπικά στοιχεία

##### Φύλο

- Άνδρας
- Γυναίκα

##### Ηλικία

- 15-17
- 18-24
- 25-35
- 36 και άνω

##### Εκπαίδευση

- Μαθητής Λυκείου
- Προπτυχιακός Φοιτητής
- Απόφοιτος Λυκείου/ΑΕΙ/ΤΕΙ/ΙΕΚ
- Μεταπτυχιακός Φοιτητής
- Άλλο:

## Ενότητα 2 - Οι απόψεις των νέων γύρω από τις διαδικτυακές σχέσεις σε σύγκριση με τις εξ επαφής σχέσεις

*Στην συνέχεια του ερωτηματολογίου καλείστε να απαντήσετε σε ερωτήσεις σχετικά με τις θετικές και αρνητικές επιδράσεις-συναισθήματα γύρω από την καθημερινή χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και την επίδραση γύρω από τις διαπροσωπικές σχέσεις.*

### **1) Από ποια ηλικία δημιουργήσατε τον πρώτο σας λογαριασμό σε κάποιο Μέσο Κοινωνικής Δικτύωσης;\***

- 12-15
- 16-19
- 20-24
- 25 και άνω

### **2) Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης καθημερινά;\***

**Λιγότερο από μία ώρα**

- 1-2 ώρες
- 4 ώρες
- 6 ώρες και άνω
- Δεν χρησιμοποιώ τα Social Media καθημερινά

### **3) Ποια μέσα κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιείτε ;\***

- Facebook
- Instagram
- Viber
- Twitter
- Snapchat

- TikTok
- Tinder
- Άλλο:

**4) Ποιο είναι το κυρίαρχο συναίσθημα που σας δημιουργείται κατά την διάρκεια χρήσης των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης;\***

- χαρά
- ηρεμία
- σύγχυση
- εκνευρισμό
- βαρεμάρα
- Άλλο:

**5) Για ποιους λόγους αναπτύσσετε διαδικτυακές σχέσεις;\***

- Χαμηλή αυτοπεποίθηση
- Συναισθηματική αδυναμία/ντροπή
- Διεύρυνση κύκλου γνωριμιών
- Εσωστρεφής χαρακτήρας
- Επαγγελματικοί λόγοι
- Ανασφάλεια
- Αίσθημα αποδοχής/αναγνώρισης
- Απόσταση
- Άλλο:



**6) Έχετε παρατηρήσει αν η διαδικτυακή επικοινωνία με πρόσωπα, σας έχει απομακρύνει από τα κοντινά σας άτομα στο φιλικό σας περιβάλλον;\***

- Ναι , με έχει απομακρύνει
- Όχι , δεν με έχει απομακρύνει

**7) Νιώθετε περισσότερη ασφάλεια με το να κάνετε φιλίες από κοντά (πρόσωπο με πρόσωπο) ή μέσω Διαδικτύου;\***

- Από κοντά
- Από διαδίκτυο
- Και τα δύο

**8) Παρατηρήσατε ποτέ ότι όταν βρίσκεστε με τους φίλους σας δίνετε περισσότερη σημασία στο κινητό σας απ' ότι στους ίδιους;\***

- Ναι , το έχω παρατηρήσει
- Όχι , δεν έχει τύχει
- Κάποιες φορές

**9) Έχετε δημιουργήσει ποτέ μια ψηφιακή αποκλειστικά ερωτική σχέση;\***

- Ναι
- Όχι

**10) Σε τι βαθμό θεωρείτε ότι επηρεάζονται οι ερωτικές σχέσεις των ανθρώπων με την χρήση των εφαρμογών για γνωριμίες (tinder);\***

Καθόλου

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

6

7

Πάρα Πολύ

**11) Πιστεύετε ότι η διαδικτυακή επικοινωνία με τον/την σύντροφό σας έχει θετικό ή αρνητικό αντίκτυπο στην σχέση σας;\***

- Θετικό
- Αρνητικό (πηγή παρεξηγήσεων)
- Δεν επηρεάζει την σχέση μας

**12) Πιστεύετε ότι η εξέλιξη των μέσων έχουν θετικό ή αρνητικό αντίκτυπο στις επαγγελματικές σχέσεις των ανθρώπων;\***

Πολύ αρνητικό

1

2

3

4

5

6

7

Πολύ θετικό

**13) Για την οικοδόμηση επαγγελματικών σχέσεων μέσω τηλεργασίας, κρίνετε ότι είναι απαραίτητο να υπάρχει και διαπροσωπική επαφή;\***

- Ναι, είναι απαραίτητο
- Όχι, δεν είναι απαραίτητο

**14) Ποια προβλήματα θεωρείτε πιο συχνά στις επαγγελματικές σχέσεις εξ αποστάσεως;\***

- Έλλειψη συνεννόησης
- Αδυναμία άμεσης επικοινωνίας-βοήθειας

- Έλλειψη ομαδικότητας
- Ελλιπής καθοδήγηση
- Άλλο:

**15) Σε ποιους τομείς πιστεύετε ότι επηρεάζονται περισσότερο οι ανθρώπινες σχέσεις από τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης;\***

- Επαγγελματικό τομέα
- Φιλικό τομέα
- Ερωτικό τομέα
- Οικογενειακό/Συγγενικό τομέα

**16) Πιστεύετε ότι οι ψηφιακές σχέσεις μπορούν να αντικαταστήσουν τις διαπροσωπικές;\***

- Όχι
- Δεν ξέρω / Δεν το έχω σκεφτεί

**17) Ποιοι παράγοντες πιστεύετε ότι φθείρουν και δημιουργούν επιφανειακές, χωρίς συναίσθημα ανθρώπινες σχέσεις;\***

- Το ατομικό συμφέρον και ο ανταγωνισμός
- Έλλειψη κατανόησης
- Αδιαφορία για αλληλοβοήθεια
- Μονόπλευρη επικοινωνία
- Έμφαση στο "φαίνεσθαι" και όχι στο "είναι"
- Άλλο:

18) Έχετε δημιουργήσει κάποιο ψεύτικο προφίλ προκειμένου να εκφράζεστε πιο ελεύθερα και με ασφάλεια;\*

- Ναι
- Όχι

19) Σε τι βαθμό θεωρείτε πως σας οδηγεί στην απομόνωση/αποξένωση η πολύωρη ενασχόληση με τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης;\*

Καθόλου

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Πάρα πολύ