



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΜΜΕ
Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΩΝ SOCIAL MEDIA ΣΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΤΩΝ
ΝΕΩΝ

ΚΑΣΤΟΡΙΑ, ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2020

Ευχαριστίες

Ευχαριστούμε τον επιβλέποντα καθηγητή της πτυχιακή μας εργασίας κύριο Παναγιώτη Πασχαλίδη.

Περίληψη

Στην παρούσα εργασία θα ασχοληθούμε με την επιρροή των Social Media στη ψυχολογία των νέων, καθώς και πως έχουν επηρεαστεί από το φαινόμενο του covid-19 τον τελευταίο καιρό μέσα από ερωτηματολόγιο, το οποίο μοιράστηκε σε αρκετούς νέους. Σε πρώτο στάδιο, θα ερευνήσουμε τα Social Media σε γενικότερο επίπεδο και την ιστορία τους, τι είναι το Web 2.0, αλλά και πιο συγκεκριμένα τι είναι το καθένα και τι διαφορές έχει από το άλλο. Επίσης, θα δούμε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των Social Media στην εποχή μας και πως επηρεάζουν τους νέους. Ο σκοπός της έρευνας είναι να δούμε πως έχουν επηρεαστεί οι νέοι μέσα από αυτά και γι' αυτό και θα ασχοληθούμε και σε γενικότερο βαθμό με την ψυχολογία ως επιστήμη, το πώς εξελίχθηκε, καθώς και τους κλάδους της, όπως η γνωστική ψυχολογία, η κλινική ψυχολογία κτλ. Σημαντικό, επίσης, είναι να δούμε πως χειρίζονται τα μέσα οι χρήστες, πως έχει αλλάξει η κοινωνική ζωή των νέων, πως ήταν κάποτε και πως είναι τώρα με όλη αυτή την αλλαγή στη καθημερινότητά μας, μέσα από διάφορες έρευνες που έχουν γίνει. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχει να δούμε ποια Social Media χρησιμοποιούν περισσότερο οι νέοι και για ποιο λόγο, καθώς η χρήση διαφέρει αρκετά, αναλόγως των διαφορετικών αναγκών και ενδιαφερόντων των χρηστών. Συμπέρασμα όλων των ανωτέρω αποτελεί η επισκόπηση των ανασφαλειών που δημιουργούνται σε πολλούς νέους, καθώς και σε ακραίες καταστάσεις, την κατάθλιψη, στην οποία πολλοί «καταλήγουν» μέσα από όσα προβάλλονται στα Social Media. Μέσα από το ερωτηματολόγιο, το οποίο έχει να κάνει με τον covid-19, βλέπουμε πως συμπεριφέρονται οι νέοι στα Social Media, αλλά και πως έχουν επηρεαστεί, όχι μόνο από το συγκεκριμένο φαινόμενο, το οποίο είναι επίκαιρο και έχει επηρεάσει σε γενικότερο βαθμό την ανθρωπότητα, αλλά και πως οι ίδιοι μέσα από όλο αυτό έχουν επηρεαστεί ψυχολογικά και αν έχει αλλάξει κάτι μέσα από όλο αυτό.

Λέξεις-κλειδιά: κοινωνικά δίκτυα, ψυχολογία, ψυχική υγεία, κορονοϊός

Abstract

The present project will deal with the influence of social media in the psychology of the youth as well as the impact of the COVID-19 phenomenon which is prevalent over the recent period of time through a questionnaire asked to several young people. The first step will be to research social media on a basic level, their history, What Web 2.0 is, and also, more specifically, what each media is about and the differences between them. Moreover, we will have a closer look on the advantages and disadvantages of social media in our era and their impact on the youth. The purpose of this research is to see how the youth has been influenced by these and that's why we will deal more generally with psychology as a science, it's evolution as well as its fields like cognitive psychology, clinical psychology etc. What is equally important is to see how the users use the media, how the social life of the youth has changed, how it used to be and how it is right now after the radical change in our daily life, through several research conducted. It is of special interest to see which social media is mostly used by the youth and for what reason, since there are differences among users, because different people have different needs and interests. Having taken all of the above into consideration it is interesting to have a look at the insecurities experienced by many young people as well as the extreme conditions they are led to, like depression to which many end up as a result of what is being promoted by social media. Through the questionnaire which has to do with COVID-19, we can have a clear idea of the youth's behavior on social media, as well as the impact of the current phenomenon on them but also the emotional influence it has had on them and if there is anything changed by this condition.

Key-words: social media, phycology, mental health, coronavirus

Περιεχόμενα

Περίληψη.....	3
Abstract	4
Εισαγωγή.....	13
Α. Θεωρητικό μέρος.....	16
Κεφάλαιο 1: Social Media.....	17
1.1 Ορισμός και ιστορία των Social Media	17
1.2. Η ιστορία του Web 2.0	21
1.3 Τα δημοφιλέστερα κοινωνικά δίκτυα.....	22
1.3.1 Facebook.....	22
1.3.2 Instagram.....	23
1.3.3 Twitter	24
1.3.4 YouTube	24
1.3.5 LinkedIn	25
1.4 Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα των Social Media	26
1.4.1.Πλεονεκτήματα	26
1.4.1.1.Εύκολη επικοινωνία.....	26
1.4.1.2.Χρήση για την ενίσχυση της μάθησης και της ψυχοκοινωνικής ανάπτυξης	26
1.4.1.3.Ψυχοκοινωνική ανάπτυξη.....	27
1.4.1.4.Πλεονεκτήματα για παιδιά και εφήβους από τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από την προοπτική της κοινωνικής εργασίας.....	28
1.4.1.5.Τεχνολογία μέσω κοινωνικής δικτύωσης.....	28
1.4.1.6.Κοινωνικοποίηση	29
1.4.2.Μειονεκτήματα	31
1.4.2.1.Περιστατικά ψυχολογικού βιασμού.....	31
1.4.2.2.Σύγκριση του εαυτού μας με τα είδωλα που προβάλλουν	32
1.4.2.3.Εξάρτηση	32

1.4.2.4.Χειραγώγηση	32
1.4.2.5.Απειλές και παρενοχλήσεις μέσω του Διαδικτύου	32
1.4.2.6.Υπερκαταναλωτικές συμπεριφορές.....	33
1.4.2.7.Επιπτώσεις των Κοινωνικά Διαδραστικών Τεχνολογιών για τα Σχολεία	33
Κεφάλαιο 2: Ψυχολογία και Social Media.....	35
2.1. Η επιστήμη της Ψυχολογίας και η εξέλιξή της.....	35
2.2 Κλάδοι Ψυχολογίας	36
2.2.1 Γνωστική Ψυχολογία	36
2.2.2 Κοινωνική Ψυχολογία.....	36
2.2.3 Συμπεριφορισμός	37
2.2.4 Εξελικτική ψυχολογία	37
2.2.5 Κλινική ψυχολογία.....	37
2.2.6 Νευροψυχολογία.....	38
2.2.7 Οργανωτική ψυχολογία.....	38
2.2.8 Συμβουλευτική ψυχολογία.....	39
2.3 Ο χειρισμός των μέσων από τους χρήστες του.....	39
2.3.1 Ο τρόπος λειτουργίας των ΜΜΕ και ο χειρισμός τους από χρήστες του	39
2.3.2. Συνήθειες χρήσεις των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.....	41
2.3.3 Πως τα Social Media έχουν αλλάξει την κοινωνική ζωή των νέων	42
2.3.3.1.Μοναξιά.....	43
2.3.3.2.Προβλήματα που σχετίζονται με την υγεία.....	44
2.3.3.3.Κοινωνική σύγκριση.....	44
2.3.3.4.Προβλήματα απόδοσης.....	45
2.3.4. Η συναισθηματική επίδραση των Social Media στους χρήστες του	45
2.3.4.1.Αρνητικά συμπτώματα στην ψυχική υγεία	46
2.3.4.1.1.Βίαια Μέσα	47
2.3.4.1.2.Μυστικότητα	49

2.3.4.2.Θετικά συμπτώματα στην ψυχική υγεία.....	49
2.3.4.2.1.Κοινωνικοποίηση	49
2.3.4.2.2.Βελτιωμένες ευκαιρίες μάθησης	51
2.3.4.2.3.Πρόσβαση σε Πληροφορίες Υγείας	51
2.3.4.2.4.Αίσθημα αποδοχής	53
2.4 Έρευνες πάνω στην επίδραση των Social Media στην ψυχολογία των χρηστών τους	53
2.4.1 Ποια κοινωνικά μέσα χρησιμοποιούν πιο συχνά οι νέοι	53
2.4.2 Για ποιους λόγους χρησιμοποιούν τα Social Media	55
2.4.3 Ανασφάλειες των νέων μέσα από τα πρότυπα στα Social Media	56
2.4.4. Κατάθλιψη και Social Media	57
2.4.5. Αποτελέσματα έρευνας της Victor (2017) με θέμα: «The Psychological Impact of Media on Adolescents».....	59
2.4.6. Αποτελέσματα έρευνας των Best, Manktelow και Taylor (2014) με θέμα: «Online communication, social media and adolescent wellbeing: A systematic narrative review»	60
2.4.7. Ανησυχίες για την ασφάλεια των νέων.....	61
2.4.8. Ενημερία των νέων μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα	62
2.4.9. Εφηβεία.....	63
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Διαδικτυακός εκφοβισμός.....	64
3.1.Εισαγωγή.....	64
3.2.Παράγοντες κινδύνου για διαδικτυακό εκφοβισμό	66
3.3.Παραδοσιακός εκφοβισμός.....	67
3.4.Συμπεριφορά παραβίασης κανόνων.....	67
3.5.Κυβερνο-θυματοποίηση και παραδοσιακή θυματοποίηση	67
3.6.Συχνότητα διαδικτυακής επικοινωνίας.....	68
3.7.Ηθική απεμπλοκή	68

3.8.Ενσυναίσθηση	69
3.9.Αυτοεκτίμηση	69
3.10. Αποτελέσματα μελέτης των Sticca, Ruggieri, Alsaker και Perren (2013) με θέμα: « Longitudinal Risk Factors for Cyberbullying in Adolescence»	70
3.10.1.Παράγοντες κινδύνου για εμπλοκή στον διαδικτυακό εκφοβισμό ως εκφοβισμός	71
3.10.2.Συχνότητα της διαδικτυακής επικοινωνίας.....	71
3.10.3.Προγράμματα πρόληψης κατά του εκφοβισμού	73
3.10.4.Πρόληψη διαδικτυακού εκφοβισμού	73
3.11.Αποτελέσματα έρευνας του Crosby (2018) με θέμα: « Η σύνδεση μεταξύ του διαδικτυακού εκφοβισμού και της αυτοκτονίας εφήβων»	75
3.11.1.Αυτοκτονικές συμπεριφορές λόγω διαδικτυακού εκφοβισμού.....	75
3.11.2.Είδη διαδικτυακού εκφοβισμού: Κυβερνό-απειλές και Κυβερνό- παρακολούθηση.....	76
3.12.Εθνικά δημοσιευμένες μελέτες περίπτωσης εκφοβισμού που σχετίζεται με αυτοκτονία.....	77
3.12.1.Η υπόθεση του Ryan Halligan (2003).....	78
3.12.2.Υπόθεση της Megan Meier (2006).....	78
3.12.3.Υπόθεση του Tyler Clementi (2010).....	80
3.12.4.Περίπτωση της Amanda Todd (2012).....	81
3.12.5.Ανάλυση των περιπτώσεων εκφοβισμού.....	82
3.13.Χαρακτηριστικά των κυβερνοεκφοβιστών	82
3.14.Κίνητρα κυβερνοεκφοβιστών.....	85
3.15.Σχέση κυβερνοεκφοβισμού και αυτοκτονίας	86
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Διαμόρφωση κοινωνικής ταυτότητας των νέων μέσω των Social Media	89
4.1.Εισαγωγή.....	89
4.2.Social Media.....	89

4.3.Ποιός/α είμαι?	91
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Ο ρόλος των διαφημίσεων στα Social Media και οι επιπτώσεις αυτών στην ψυχολογία των νέων	94
5.1.Εισαγωγή.....	94
5.2.Τρόπος προσέγγισης των διαφημίσεων	95
5.3.Επιπτώσεις της διαφήμισης στην νεολαία	95
5.4.Χαρακτηριστικά του βαθμού επιρροής	96
5.4.1.Επιρροή στην αγοραστική δύναμη των νέων	97
5.5.Μάρκετινγκ ηλεκτρονικών πωλήσεων	97
5.6.Επιρροή των διαφημίσεων στα MME	99
5.7.Ο ρόλος των MME στην κάλυψη του διαδικτυακού εκφοβισμού	101
B. Εμπειρικό μέρος.....	103
Κεφάλαιο 1: Σκοπός και Αξία της Έρευνας.....	104
1.1 Σκοπός έρευνας και ερευνητικά ερωτήματα.....	104
1.2 Αξία έρευνας.....	105
Κεφάλαιο 2: Μεθοδολογία.....	106
2.1 Είδος έρευνας.....	106
2.2 Μέσο συλλογής δεδομένων	106
2.3 Δείγμα	109
2.3.1. Φύση δείγματος.....	109
2.3.2. Είδος Δειγματοληψίας.....	109
2.3.3.Ανάλυση Δειγματοληπτικών Χαρακτηριστικών του δείγματος	110
Κεφάλαιο 3: Ανάλυση αποτελεσμάτων.....	111
ΓΡΑΦΗΜΑ 1: Φύλλο	111
ΓΡΑΦΗΜΑ 2: Ηλικία.....	111
ΓΡΑΦΗΜΑ 3: Μορφωτικό επίπεδο	112
ΓΡΑΦΗΜΑ 4: Επαγγελματική κατάσταση	112
ΓΡΑΦΗΜΑ 5: Οικογενειακή κατάσταση	113

ΓΡΑΦΗΜΑ 6: Σε ποιο από τα παρακάτω κοινωνικά δίκτυα έχετε λογαριασμό.....	115
ΓΡΑΦΗΜΑ 7: Πόσο χρόνο την ημέρα αφιερώνεται σε καθένα από τα κοινωνικά δίκτυα;	116
ΓΡΑΦΗΜΑ 8: Ποιες από τις πλατφόρμες μέσω των κοινωνικών δικτύων χρησιμοποιείτε για να ενημερωθείτε για τον κορονοϊό;.....	117
ΓΡΑΦΗΜΑ 9: Ποια θέματα ειδήσεων σας ενδιαφέρουν περισσότερο;	119
ΓΡΑΦΗΜΑ 10: Πιστεύετε ότι με το να διαδίδονται νέα σχετικά με τον κορονοϊό όλο και περισσότερο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προκαλούν περισσότερο φόβο στο κόσμο;	119
ΓΡΑΦΗΜΑ 11: Έχετε δημοσιεύσει περιεχόμενο που να αφορά τον κορονοϊό στα κοινωνικά δίκτυα;	120
ΓΡΑΦΗΜΑ 12: Κατά την διάρκεια ανθρωπιστικών κρίσεων όπως της εξάπλωσης του κορονοϊού πιστεύετε ότι πρέπει να εγκατασταθούν "φίλτρα" στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;	120
ΓΡΑΦΗΜΑ 13: Πιστεύετε ότι κάνουν καλό στην ενημέρωση κάποιες σελίδες ή ομάδες στα κοινωνικά δίκτυα οι οποίες καλύπτουν πληροφορίες για τον κορονοϊό;.....	121
ΓΡΑΦΗΜΑ 14: Ποια από τις παρακάτω πληροφορίες που δημοσιεύονται στα κοινωνικά δίκτυα πιστεύετε ότι έχει την περισσότερη επίπτωση στο να δημιουργηθεί πανικός;	121
ΓΡΑΦΗΜΑ 15: Για ποια από τα παρακάτω θέματα έχετε ακούσει/διαβάσει τους τελευταίους 3 μήνες του 2020 στα κοινωνικά δίκτυα;	122
Συμπεράσματα-Συζήτηση.....	123
Περιορισμοί έρευνας-Μελλοντικές προτάσεις	127
Επίλογος	128
Βιβλιογραφία.....	130
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	169
Ερωτηματολόγιο έρευνας	169

Κατάλογος Γραφημάτων

ΓΡΑΦΗΜΑ 1: Φύλλο	100
ΓΡΑΦΗΜΑ 2: Ηλικία	100
ΓΡΑΦΗΜΑ 3: Μορφωτικό επίπεδο	101
ΓΡΑΦΗΜΑ 4: Επαγγελματική κατάσταση	101
ΓΡΑΦΗΜΑ 5: Οικογενειακή κατάσταση	102
ΓΡΑΦΗΜΑ 6: Σε ποιο από τα παρακάτω κοινωνικά δίκτυα έχετε λογαριασμό	103
ΓΡΑΦΗΜΑ 7: Πόσο χρόνο την ημέρα αφιερώνεται σε καθένα από τα κοινωνικά δίκτυα;	104
ΓΡΑΦΗΜΑ 8: Ποιες από τις πλατφόρμες μέσω των κοινωνικών δικτύων χρησιμοποιείτε για να ενημερωθείτε για τον κορονοϊό;	105
ΓΡΑΦΗΜΑ 9: Ποια θέματα ειδήσεων σας ενδιαφέρουν περισσότερο;	106
ΓΡΑΦΗΜΑ 10: Πιστεύετε ότι με το να διαδίδονται νέα σχετικά με τον κορονοϊό όλο και περισσότερο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προκαλούν περισσότερο φόβο στο κόσμο;	106
ΓΡΑΦΗΜΑ 11: Έχετε δημοσιεύσει περιεχόμενο που να αφορά τον κορονοϊό στα κοινωνικά δίκτυα;	107
ΓΡΑΦΗΜΑ 12: Κατά την διάρκεια ανθρωπιστικών κρίσεων όπως της εξάπλωσης του κορονοϊού πιστεύετε ότι πρέπει να εγκατασταθούν "φίλτρα" στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;	107
ΓΡΑΦΗΜΑ 13: Πιστεύετε ότι κάνουν καλό στην ενημέρωση κάποιες σελίδες ή ομάδες στα κοινωνικά δίκτυα οι οποίες καλύπτουν πληροφορίες για τον κορονοϊό;	108
ΓΡΑΦΗΜΑ 14: Ποια από τις παρακάτω πληροφορίες που δημοσιεύονται στα κοινωνικά δίκτυα πιστεύετε ότι έχει την περισσότερη επίπτωση στο να δημιουργηθεί πανικός;	108
ΓΡΑΦΗΜΑ 15: Για ποια από τα παρακάτω θέματα έχετε ακούσει/διαβάσει τους τελευταίους 3 μήνες του 2020 στα κοινωνικά δίκτυα;	109

Εισαγωγή

Ο σκοπός της εργασίας έχει να κάνει κυρίως με την επιρροή των κοινωνικών δικτύων στους ανθρώπους και το κατά πόσο επηρεάζουν αρνητικά ή θετικά τους χρήστες. Τα κοινωνικά δίκτυα έχουν αλλάξει πλέον όλο τον πλανήτη, θα μπορούσε να πει κανείς, και ο κόσμος μας πλέον είναι πιο κοντά στο κομμάτι της παγκοσμιοποίησης. Το γεγονός αυτό φαίνεται από το πόσο πολύ έχουν επηρεάσει τον τρόπο με τον οποίο πλέον επικοινωνούμε και ενημερωνόμαστε. Ειδικά στην περίοδο του κορονοϊού, παρατηρούμε πόσο σημαντικό ρόλο έχουν παίξει ακόμα και στην ψυχολογία των ανθρώπων. Πόσο πολύ έχουν επηρεάσει ψυχολογικά ανεξαρτήτου ηλικίας τον καθένα μας. Μέσα από την εργασία μας, βλέπουμε σε κοινωνικό και ψυχολογικό επίπεδο πως έχει αλλάξει πλέον η γενιά μας, πως έχουν αλλάξει γενικότερα τα πράγματα στους ανθρώπους και πόσο σημαντικό ρόλο στην εξέλιξη αυτή έχουν παίξει τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Στόχος της εργασίας, και μέσα από την έρευνα όχι μόνο τη θεωρητική, αλλά και από το ερωτηματολόγιό μας, είναι να δείξουμε στον κόσμο πόσο πολύ μας έχουν επηρεάσει σε ψυχολογικό επίπεδο τα κοινωνικά δίκτυα. Πολλές φορές γίνεται χωρίς να το καταλαβαίνουμε, όμως ακόμα και οι ώρες που περνάμε μπροστά από αυτά έχουν αρνητική επίδραση σε εμάς. Οι ώρες μπροστά από έναν υπολογιστή ή ένα κινητό μπορούν να επιφέρουν τα αντίθετα αποτελέσματα στον τρόπο, με τον οποίο, όχι μόνο συμπεριφερόμαστε απέναντι στους άλλους, αλλά και στον εαυτό μας. Είναι γεγονός ότι επηρεάζουν τη ψυχολογία μας σε αρνητικό επίπεδο, ακόμα και αν δεν το καταλαβαίνουμε και μέσα από αυτή την έρευνα και από τις απαντήσεις του ερωτηματολογίου φτάνουμε σε αυτό το συμπέρασμα. Στο πόσο αρνητικά μπορούν να επιδράσουν στην ψυχολογία των χρηστών.

Για την έρευνά μας χρησιμοποιήσαμε ένα ερωτηματολόγιο, το οποίο απαντήθηκε από 1.400 συμμετέχοντες και διανεμήθηκε στο Facebook και στο Instagram με σκοπό να πάρουμε όσες περισσότερες απαντήσεις γινόταν. Το ερωτηματολόγιο αφορούσε και τον covid-19, ο οποίος έχει επηρεάσει πολύ τη καθημερινότητά μας αλλά και τη ψυχολογία μας. Οι ερωτήσεις ήταν κλειστού τύπου και είχαν σκοπό να καταλάβουμε μέσα από αυτές πόσο πολύ έχει επηρεάσει η χρήση των κοινωνικών δικτύων τη ψυχολογία των νέων, από απλά ερωτήματα, τα οποία

καταλήγουν στα «προφίλ» των ανθρώπων που απάντησαν το ερωτηματολόγιο αυτό και μπορούμε να βγάλουμε συμπεράσματα για το πόσο πολύ έχουν επηρεαστεί ή όχι. Οι λόγοι που επιλέξαμε αυτό το είδος έρευνας είναι για λόγους ευκολίας. Λόγω του μικρού χρονικού περιορισμού διεξαγωγής συμπερασμάτων, αλλά και του μεγάλου όγκου των απαντήσεων, υπάρχει η διευκόλυνση κατανόησης του βαθμού επιρροής των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σήμερα, πρωταγωνιστώντας στη ζωή των ανθρώπων.

Στα κεφάλαια που ακολουθούν, αρχικά, γίνεται αναφορά στο τι ονομάζουμε Social Media, στο πως ξεκίνησαν να υπάρχουν, πώς έγιναν γνωστά στο ευρύ κοινό πως εξελίχθηκαν και γιατί είχαν τόση ανάπτυξη ως προς τη χρήση τους. Γίνεται αναφορά από το 1900 και μέχρι σήμερα για τις αλλαγές, οι οποίες έχουν γίνει, καθώς και για την δημιουργία του Web 2.0 και πως έπαιξε σημαντικό ρόλο στην επικοινωνία των ανθρώπων. Ο λόγος για τον οποίο ξεχώρισαν είναι η ευκολία στην πλοήγηση και η άνεση που έχει ένας χρήστης σε αυτά. Τα δημοφιλέστερα κοινωνικά δίκτυα είναι το Facebook, Instagram, Twitter, YouTube και LinkedIn. Το καθένα από αυτά προσφέρει στον χρήστη διαφορετικές δυνατότητες, αλλά ο κοινός τους σκοπός είναι η επικοινωνία των ανθρώπων και η ενημέρωση. Στην εποχή μας βλέπουμε, και μέσα από τους αριθμούς χρήσης τους, πόσο πολύ έχουν αλλάξει τη κοινωνία και πως πλέον οι άνθρωποι μέσα από αυτά έχουν αλλάξει ακόμα και τη καθημερινότητά τους. Φυσικά όλη αυτή η αλλαγή στην ανθρωπότητα έχει κάποιες επιπτώσεις, θετικές αλλά και αρνητικές.

Τα πλεονεκτήματα των Social Media έχουν να κάνουν με την εύκολη, πλέον, επικοινωνία των ανθρώπων και με το γεγονός ότι οι άνθρωποι μπορούν να ενημερωθούν για όλα τα θέματα, τα οποία τους αφορούν μέσα από αυτά και δημιουργείται το αίσθημα του ανήκειν στον πλανήτη γη, νιώθοντάς τον σαν ένα τεράστιο «σπίτι», στο οποίο ο καθένας μπορεί να έχει επαφή με όποιον θέλει, όσα χιλιόμετρα μακριά και αν είναι. Από την άλλη, όμως, μεριά, υπάρχουν αρκετά μειονεκτήματα ως προς τη χρήση των Social Media, καθώς οι πλατφόρμες αυτές έχουν, κυρίως, καταναλωτικούς σκοπούς. Οι διαφημίσεις ολοένα και αυξάνονται με σκοπό να αυξηθεί ο καταναλωτισμός των ανθρώπων και να υπάρχει κέρδος από τις εταιρίες, αλλά εκτός αυτού, πολλοί χρήστες πέφτουν και «θύματα» κατάθλιψης και

διαφόρων ψυχολογικών, ακραίων πολλές φορές, συμπεριφορών, οι οποίες επηρεάζουν αρνητικά τη ψυχολογία τους. Είναι όλα αλληλένδετα στοιχεία. Η ψυχολογία είναι η επιστήμη που μελετά την συμπεριφορά του ανθρώπου και τους λόγους που την καλλιεργούν. Οι πιο σημαντικοί κλάδοι είναι η γνωστική ψυχολογία, η πειραματική ψυχολογία, η εξελικτική ψυχολογία, η διαπολιτισμική ψυχολογία, η οργανωτική ψυχολογία, η σχολική ψυχολογία, η συμβουλευτική ψυχολογία, η ψυχολογία της προσωπικότητας, ενώ υπάρχουν και γειτνιάζοντες κλάδοι, όπως η βιοψυχολογία και η νευροψυχολογία με την βιολογία, η κλινική ψυχολογία με την ψυχιατρική και η κοινωνική ψυχολογία με την κοινωνιολογία. Στις μέρες μας, όπως αναφέραμε και σε προηγούμενο κεφάλαιο, πρωταρχικό ρόλο στην ενημέρωση των νέων αλλά και του γενικού πληθυσμού, αναμφισβήτητα, έχουν τα Social Media. Η επίδραση τους είναι πολύ μεγάλη και όσο περνάει ο καιρός αποκτούν όλο και περισσότερο έδαφος στο κομμάτι της ενημέρωσης, με αποτέλεσμα ο κόσμος σήμερα να έχει αρχίσει να τα εμπιστεύεται περισσότερο απ' ό,τι τα καθιερωμένα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης. Όλα αυτά μας δείχνουν το πόσο έχουν εισχωρήσει στην καθημερινή μας ζωή και πόσο πολύ μας επηρεάζουν, καθώς πλέον η επικοινωνία είναι πιο εύκολη με τους ανθρώπους από ό,τι ήταν παλιά. Τα κοινωνικά δίκτυα, τα οποία χρησιμοποιούσαν εικόνα προσφέρουν μεγαλύτερη συντροφικότητα στα άτομα που νιώθουν μοναξιά. Βέβαια η συνεχόμενη χρήση των συγκεκριμένων μέσων προκαλούν και προβλήματα που αφορούν τον ύπνο. Η καθιστική ζωή, η έλλειψη υγιεινής διατροφής, καθώς και η αποφυγή της σωματικής άσκησης συμβάλλουν στην αυξημένη εμφάνιση σωματικών προβλημάτων. Ακόμα υπάρχει και κοινωνική σύγκριση των ατόμων, καθώς η προβολή της προσωπικής ζωής στα Social Media μπορεί να δημιουργήσει συναισθήματα κατωτερότητας σε άτομα, τα οποία συγκρίνουν τη ζωή άλλων με τη δική τους μέσα από τις πλατφόρμες αυτές. Οι άνθρωποι που χρησιμοποιούν τα Social Media, κατά την διάρκεια της εργασίας τους υποβαθμίζουν τα επίπεδα της απόδοσης τους. Σύμφωνα με έρευνες οι χρήστες οι οποίοι αφιερώνουν αρκετό χρόνο στα Social Media νιώθουν ότι η ψυχολογία τους, μετά την πολύωρη χρήση, αλλοιώνεται. Μερικά από τα αρνητικά συμπτώματα, τα οποία προκαλούνται στους ανθρώπους με την χρήση των Social Media είναι κατάθλιψη, ενοχή, ντροπή και χαμηλή αυτοεκτίμηση. Όμως, εκτός από μειονεκτήματα, υπάρχουν

και πλεονεκτήματα, τα οποία επιδρούν και θετικά στον ψυχισμό των ανθρώπων. Τα άτομα κοινωνικοποιούνται πιο εύκολα, νιώθουν αισθήματα αποδοχής από το κοινό ή από άλλους χρήστες. Γι' αυτό και οι νέοι χρησιμοποιούν περισσότερο το Instagram και το YouTube, καθώς σε αυτά νιώθουν πιο «οικεία» και ευχάριστα για επικοινωνία και ψυχαγωγία. Ο λόγος, για τον οποίο ο κάθε χρήστης τα χρησιμοποιεί φυσικά και διαφέρει από άτομο σε άτομο. Παρόλα αυτά, είναι σημαντικό να δούμε τις ανασφάλειες, οι οποίες δημιουργούνται στους νέους μέσα από αυτά.

A. Θεωρητικό μέρος

Κεφάλαιο 1: Social Media

1.1 Ορισμός και ιστορία των Social Media

Με τον όρο Social Media ονομάζουμε την αλληλεπίδραση των ανθρώπων μέσω του διαδικτύου, με την ικανότητα να ανταλλάσσουν απόψεις, ιδέες και πληροφορίες μέσω μιας εικονικής πραγματικότητας. Σύμφωνα με τους Αντρέα Κάπλαν και Μάικλ Χένλαιν το 2014 χαρακτήρισαν τα Social Media ως «ένα σύνολο διαδικτυακών εφαρμογών που οικοδομούνται πάνω στα ιδεολογικά και τεχνολογικά θεμέλια του Web 2.0, κι επιτρέπουν τη δημιουργία και την ανταλλαγή περιεχομένου προερχόμενου από χρήστες». (Καρούνος, 2014)

Τα Social Media γίνονται γνωστά στο ευρύ κοινό τα τελευταία χρόνια, παρόλο που δημιουργήθηκαν πολλά χρόνια πριν και συγκεκριμένα το 1969. Στη συνέχεια εξελίχθηκαν πατώντας στα μέσα μαζικής ενημέρωσης και στην ανάγκη του κόσμου για άμεση επικοινωνία με κάθε οπτικοακουστικό μέσω όπως είναι η εφημερίδα, η τηλεόραση, το ραδιόφωνο. Ο λόγος της εκτίναξης των Social Media ήταν το ίδιο το διαδίκτυο, καθώς προσφέρει την δυνατότητα στους χρήστες του να επικοινωνούν με τον οποιονδήποτε άνθρωπο σε οποιοδήποτε μέρος του κόσμου σε μηδενικό χρόνο, όπως επίσης και να εκφράσουν τις απόψεις τους και να διαμορφώσουν γνώμη πάνω σε διάφορα κοινωνικά, πολιτικά και πολιτιστικά ζητήματα. (<https://sites.google.com/>)

Με αυτόν τον τρόπο τα Social Media διαφοροποιήθηκαν από τα παραδοσιακά μέσα ενημερώσεως και δημιούργησαν έναν συνδετικό κρίκο ανάμεσα στους ηλεκτρονικούς υπολογιστές. Η έναρξη ήταν το 1971 με την αποστολή του πρώτου email. Στη συνέχεια δημιουργήθηκαν τα USENET, ARPANET, LISTSERV και υπηρεσίες bulletin (BBS). Λίγα χρόνια μετά το THE WELL(1985), το Theglobe.com(1994), το Geocities(1994) και το Tripod(1995) έδιναν την δυνατότητα στους χρήστες του να επικοινωνήσουν μεταξύ τους διαδικτυακά μέσω ενός εικονικού δωματίου (chatroom). (<https://sites.google.com/site/koinonikidiktyosi/istorike-anadrome>).

Το 1994 ιδρύθηκε το Yahoo ως εταιρία διαδικτυακών υπηρεσιών με την δυνατότητα επικοινωνίας και ανταλλαγής ηλεκτρονικών μηνυμάτων μεταξύ των χρηστών της. Το 1995 και το 1997 δυο ακόμα υπηρεσίες «πήραν τη σκυτάλη» όπως το Classmates το οποίο επικεντρωνόταν στην επικοινωνία παλαιών συμμαθητών και το Sixdegrees το οποίο ήταν πιο εξελιγμένο, παρείχε την δυνατότητα δημιουργίας προφίλ, αποστολής μηνυμάτων και εύρεσης φίλων κάνοντας έναν συνδυασμό όλων των προηγούμενων δυνατοτήτων. (<https://sites.google.com/site/koinonikidiktyosi/istorike-anadrome>).

Μία ουσιώδης αλλαγή έγινε το 1997 όταν η AOL παρείχε την δυνατότητα μιας ολοκληρωμένης επικοινωνίας και ανταλλαγής γραπτών μηνυμάτων σε μηδενικό χρόνο. Την ίδια περίοδο δημιουργούνται τα Social Media LinkedIn (2002), Facebook (2004), Twitter (2006) και Instagram (2010), που γνωρίζουμε σήμερα, τα οποία έχουν εδραιωθεί στη ζωή μας και αποτελούν τόσο την κοινωνική όσο και την επαγγελματική μας ζωή. <https://sites.google.com/site/koinonikidiktyosi/istorike-anadrome>,

Ο Mohamed (2019) υποστηρίζει ότι το φαινόμενο των Social Media ξεκίνησε το 1997 με το site «SixDegrees.com» όπου ήταν ο πρώτος ιστότοπος που έδωσε την ευκαιρία στους χρήστες να δημιουργήσουν προφίλ, να σχολιάσουν ειδήσεις και να ανταλλάξουν μηνύματα με άλλους συμμετέχοντες. Αν και ο ιστότοπος «ExiDegrees.com» είναι ο πρωτοπόρος της κοινωνικής δικτύωσης, το «My Space.com». το 2003 έφερε την επανάσταση στους χρήστες (Hayaty, 2018).

Τότε άρχισε διαδοχικά η ανάδυση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, αλλά το ορόσημο είναι η εμφάνιση του «Facebook.com» που επιτρέπει στους χρήστες να μοιράζονται πληροφορίες μεταξύ τους και να επιτρέπουν σε φίλους την πρόσβαση στο προφίλ τους (Al-Shareef, 2014), με αποτέλεσμα η χρήση διαφόρων μέσων κοινωνικής δικτύωσης να έχει γίνει καθημερινό φαινόμενο στην καθημερινότητά μας (Mashaal, 2018).

Οι Asur και Huberman (2010) περιγράφουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως εικονικοί χώροι, όπου η επικοινωνία γίνεται μέσω διαλόγων, συνομιλιών, σχολίων, φωτογραφιών και γενικά αλληλεπίδρασης μεταξύ των χρηστών η οποία μπορεί να πραγματοποιηθεί χωρίς σύνορα.

Ο Al-Jazi (2018) περιγράφει το διαδίκτυο ως έναν εικονικό, απελευθερωτικό χώρο, όπου καμία πλευρά δεν το κατέχει, ενώ οι Asur και Huberman (2010) ορίζουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως υπηρεσίες που δημιουργούνται και προγραμματίζονται από μεγάλες εταιρείες για τη συγκέντρωση του μεγαλύτερου αριθμού χρηστών και φίλων που μοιράζονται δραστηριότητες και ενδιαφέροντα, αναζήτηση για περισσότερες φιλίες και δραστηριότητες με άλλα άτομα (Bailey et al., 2009).

Αυτά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρέχουν λειτουργίες όπως η ανταλλαγή άμεσων μηνυμάτων, τα δημόσια και ιδιωτικά μηνύματα και κοινή χρήση πολυμέσων φωνής, βίντεο, εικόνας και αρχείων (Rajah, 2019), που προσελκύουν εκατομμύρια χρηστών από όλο τον κόσμο. Οι Mansour (2014) και Al-Muti (2016) επισημαίνουν ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ηλεκτρονικά μέσα των οποίων η δομή αποτελείται από άτομα, ομάδες ή θεσμούς, σε κόμβους όπου αυτοί οι κόμβοι συνδέονται με διαφορετικούς τύπους σχέσεων, όπως για παράδειγμα η υποστήριξη μιας συγκεκριμένης αθλητικής ομάδας, η οποία ανήκει σε μία εταιρεία ή εθνικότητα μιας χώρας στον κόσμο. Αυτές οι σχέσεις μπορεί να συγκλίνουν σε βαθύτερους βαθμούς (Ali, 2019), όπως οι κοινωνικές καταστάσεις, οι πεποιθήσεις ή τάξη στην οποία ανήκει το άτομο (Salima & Fayza, 2014). Επίσης, υπάρχουν πολλά είδη μέσων κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιούνται από παιδιά και εφήβους, όπως Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat, WhatsApp κ.λπ. (Hamed, 2018).

Οι Asur και Huberman (2010) περιγράφουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως εικονικοί χώροι, όπου η επικοινωνία γίνεται μέσω διαλόγων, συνομιλιών, σχολίων, φωτογραφιών και γενικά αλληλεπίδρασης μεταξύ των χρηστών, η οποία μπορεί να πραγματοποιηθεί χωρίς σύνορα.

Ο Al-Jazi (2018) περιγράφει το διαδίκτυο ως έναν εικονικό, απελευθερωτικό χώρο, όπου καμία πλευρά δεν το κατέχει, ενώ οι Asur και Huberman (2010) ορίζουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως υπηρεσίες που δημιουργούνται και προγραμματίζονται από μεγάλες εταιρείες για τη συγκέντρωση του μεγαλύτερου αριθμού χρηστών και φίλων που μοιράζονται δραστηριότητες και ενδιαφέροντα, αναζήτηση για περισσότερες φιλίες και δραστηριότητες με άλλα άτομα (Bailey et al., 2009).

Αυτά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρέχουν λειτουργίες, όπως η ανταλλαγή άμεσων μηνυμάτων, τα δημόσια και ιδιωτικά μηνύματα και κοινή χρήση πολυμέσων φωνής, βίντεο, εικόνας και αρχείων (Rajah, 2019), τα οποία προσελκύουν εκατομμύρια χρηστών από όλο τον κόσμο. Οι Mansour (2014) και Al-Muti (2016) επισημαίνουν ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ηλεκτρονικά μέσα, των οποίων η δομή αποτελείται από άτομα, ομάδες ή θεσμούς, σε κόμβους όπου αυτοί οι κόμβοι συνδέονται με διαφορετικούς τύπους σχέσεων, όπως για παράδειγμα η υποστήριξη μιας συγκεκριμένης αθλητικής ομάδας, η οποία ανήκει σε μία εταιρεία ή εθνικότητα μιας χώρας στον κόσμο. Αυτές οι σχέσεις μπορεί να συγκλίνουν σε βαθύτερους βαθμούς (Ali, 2019), όπως οι κοινωνικές καταστάσεις, οι πεποιθήσεις ή τάξη στην οποία ανήκει το άτομο (Salima & Fayza, 2014). Επίσης, υπάρχουν πολλά είδη μέσων κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιούνται από παιδιά και εφήβους, όπως Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat, WhatsApp κ.λπ. (Hamed, 2018).

Όπως υποστηρίζουν οι Lenhart et al. (2005), τα νέα μέσα αναφέρονται στην πρόσβαση κατ' απαίτηση σε περιεχόμενο, ανά πάσα στιγμή, οπουδήποτε, σε οποιαδήποτε ψηφιακή συσκευή που δίνουν την δυνατότητα μετάδοσης διαδραστικών σχολίων των χρηστών και δημιουργικής συμμετοχής γύρω από το περιεχόμενο πολυμέσων. Οι περισσότερες τεχνολογίες που περιγράφονται ως νέα μέσα είναι

ψηφιακές και συνήθως διαθέτουν χαρακτηριστικά χειραγώγησης χρηστών, δημιουργίας δικτύου επαφών και διαδραστικής επικοινωνίας.

Παραδείγματα μπορεί να είναι το Διαδίκτυο, οι ιστότοποι, τα πολυμέσα υπολογιστών, τα βιντεοπαιχνίδια, τα CD-ROM και DVD.

Μέχρι τη δεκαετία του 1980 τα νέα κοινωνικά μέσα βασίζονταν κυρίως σε έντυπα και αναλογικά μοντέλα εκπομπής, όπως αυτά της τηλεόρασης και του ραδιοφώνου. Τα τελευταία είκοσι πέντε χρόνια παρατηρήθηκε η ταχεία μετατροπή σε μέσα ενημέρωση που βασίζονται στη χρήση ψηφιακών τεχνολογιών, όπως το Διαδίκτυο και τα βιντεοπαιχνίδια.

Ο. Shapiro (1999) υποστηρίζει ότι «η εμφάνιση νέων, ψηφιακών τεχνολογιών σηματοδοτεί μία δυνητικά ριζική αλλαγή του ποιος έχει τον έλεγχο των πληροφοριών, της εμπειρίας και των πόρων»

Ο Neuman (1991:132) επισημαίνει ότι: *«Βρισκόμαστε μάρτυρες της εξέλιξης ενός καθολικού διασυνδεδεμένου δικτύου επικοινωνιών ήχου, βίντεο και ηλεκτρονικού κειμένου που θα θολώσει την διάκριση μεταξύ διαπροσωπικής και μαζικής επικοινωνίας, καθώς και μεταξύ δημόσιας και ιδιωτικής επικοινωνίας»*

Η «επιστήμη των δικτύων» (Watts, 2007) έχει εξελιχθεί σημαντικά κατά τη διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας. Αυτή υποκινήθηκε από τη δημοτικότητα της διαδικτυακής επικοινωνίας μέσω των κοινωνικών δικτύων τεχνολογίας πολυμέσων. Μια ομάδα που έχει αγκαλιάσει πλήρως αυτό το νέο μέσο είναι οι νέοι, με ορισμένα διεθνή δεδομένα να υποδηλώνουν ότι το 83% των ατόμων ηλικίας 18-29 ετών χρησιμοποιούν ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης (Duggan & Brenner, 2013). Δεδομένα από το EU Kids Online εκτιμούν ότι ένας μέσος όρος ηλικίας 15-16 ετών ξοδεύει 118 λεπτά την ημέρα στο διαδίκτυο (O'Neill et al, 2011).

1.2. Η ιστορία του Web 2.0

Το Web 2.0 είναι η εξελιγμένη μορφή του Web. Η ανανεωμένη γενιά του παγκόσμιου ιστού δίνει την δυνατότητα στους χρήστες του να δημιουργούν, να συνομιλούν, να συνεργάζονται, να ανταλλάσσουν γνώσεις και πληροφορίες με έναν καινούριο τρόπο

επικοινωνίας και διαδραστικότητας. Το Web 2.0 εκτοξεύεται, σε σχέση με τους περιορισμούς της πλατφόρμας ενός υπολογιστή. Με αυτόν τον τρόπο, ο χρήστης μπορεί να πλοηγείται στον παγκόσμιο ιστό με την ίδια ευκολία που πλοηγείται έως τώρα στον υπολογιστή του (Ζυγομαλάς, 2018).

Πλέον αλλάζει ο τρόπος, με τον οποίο δομούνται οι ιστοσελίδες, καθώς βασίζονται στην αλληλεπίδραση με τον χρήστη. Πιο συγκεκριμένα, θα μπορεί να πραγματοποιήσει αλλαγές στο περιβάλλον της αλλά και στο περιεχόμενό της. Διαθέτει πολλά και ενδιαφέροντα εργαλεία, τα οποία βρίσκουμε εύκολα και διευκολύνουν την πλοήγησή μας στο διαδίκτυο. Κάποια από αυτά είναι η Wikipedia, το YouTube, το MySpace και το Flickr. Κάποια ακόμη εργαλεία του Web 2.0 είναι τα Social Media, τα wiki αλλά και τα blog. Τέλος, κάποια χαρακτηριστικά, όπως η επικοινωνία ανάμεσα στους χρήστες, οι συνομιλίες, οι ιστοσελίδες και άλλα πολλά, προϋπήρχαν κατά πολύ. Αυτό που ξεχώρισε σημαντικά και έφερε την αλλαγή είναι η ευκολία και η άνεση με την οποία πλοηγούμαστε στον παγκόσμιο ιστό (Ζυγομαλάς, 2018).

1.3 Τα δημοφιλέστερα κοινωνικά δίκτυα

1.3.1 Facebook

Το Facebook σε λιγότερο από 10 χρόνια κατάφερε να είναι το πιο γνωστό μέσο κοινωνικής δικτύωσης και κατάφερε να αλλάξει ολόκληρο τον δυτικό κόσμο, με τους χρήστες να ξεπερνούν τους 936 εκατομμύρια, έχοντας καθημερινή χρήση σε αυτό. Η εφαρμογή αυτή «έχει φέρει μια επανάσταση» στην επικοινωνία των ανθρώπων, αλλά και γενικότερα στη ζωή τους και έχει αλλάξει τα δεδομένα στη σύγχρονη κοινωνία (Steers, 2016).

Οι άνθρωποι, πλέον, επικοινωνούν με συγγενικά τους πρόσωπα, αλληλοεπιδρούν διαφορετικά ο ένας με τον άλλον και γενικότερα, μέσα από αυτή τη πλατφόρμα, οι άνθρωποι νιώθουν ότι ανήκουν σε ένα σύνολο και γίνονται αποδεκτοί. Ωστόσο, κάποιες φορές νιώθουν και το αντίθετο. Η χρήση του Facebook για κάθε άνθρωπο είναι διαφορετική. Κάποιοι το χρησιμοποιούν για επικοινωνία, άλλοι για ενημέρωση, πολλοί για να «προωθήσουν» τη προσωπική τους ζωή, αλλά και για

επαγγελματικούς λόγους όπως η προώθηση κάποιας εταιρείας ή οργανισμού. Δυστυχώς υπάρχουν και τα άτομα, τα οποία νιώθουν κοινωνικά αποδεκτά, μέσα από αυτή τη πλατφόρμα, και «εθίζονται» σε αυτό, καθώς υπάρχει τεράστια προβολή από τους ίδιους τους χρήστες (Steers, 2016).

Το Facebook χρησιμοποιεί έναν αλγόριθμο, ο οποίος για κάθε χρήστη είναι ξεχωριστός. Στην αρχική σελίδα του καθένα εμφανίζονται δημοσιεύσεις (φωτογραφίες, βίντεο, άρθρα), τα οποία κάνουν τον χρήστη να νιώθει ότι βρίσκεται σε ένα οικείο περιβάλλον, αφού του δείχνει και όσα δημοσιεύουν οι «φίλοι» του. Στη πραγματικότητα, όμως, είναι ένας τρομερά έξυπνος τρόπος για να διαφημίσει στον κάθε άνθρωπο αυτά που τον ενδιαφέρουν και να κάνει τους χρήστες να «εθίζονται σε αυτό», καθώς επηρεάζει συναισθηματικά τον εκάστοτε χρήστη (Steers, 2016).

1.3.2 Instagram

Το Instagram είναι το δεύτερο σε χρήση κοινωνικά δίκτυο. Έχει περισσότερους από 1 δισεκατομμύριο ενεργούς χρήστες μηνιαίως και πάνω από 500 εκατομμύρια χρήστες ενεργών ιστοριών καθημερινά (Instagram 2020). «Οι χρήστες του Instagram παρακινούνται από την αυτο-έκφραση και την κοινωνική αλληλεπίδραση». Η λειτουργικότητά του είναι πολύ ελκυστική για τους χρήστες, καθώς ο καθένας μπορεί να ανεβάζει φωτογραφικό υλικό αλλά και βίντεο και να ενημερώνει τους «followers» του (Jin, 2018).

Οι χρήστες μπορούν να επικοινωνήσουν και να αλληλοεπιδράσουν, νιώθουν ότι ανήκουν σε ένα σύνολο, αλλά αυτό έχει και τις αρνητικές του επιπτώσεις, καθώς αυτή η «κοινωνική σύγκριση» φέρνει αρκετά αρνητικά ψυχολογικά αποτελέσματα, όπως θα δούμε στη συνέχεια. Η πλατφόρμα περιέχει εικόνες και βίντεο και παρατηρείται ότι ολοένα και περισσότεροι χρήστες προβάλλουν τον εαυτό τους σε αυτή (Jin, 2018).

Η έρευνα αυτή φέρνει ως παράδειγμα και την ελληνική μυθολογία (τον Νάρκισσο) δείχνοντας ότι είναι ένα φαινόμενο, το οποίο υπήρχε αιώνες πριν από απλά μία εφαρμογή. Μέσα από όλες αυτές τις αναρτήσεις των χρηστών (κυρίως των selfies) βλέπουμε πως σχετίζονται με τη ψυχολογία τους και τι κερδίζει ο κάθε χρήστης μέσα

από αυτό. Το Instagram αποκτάει όλο και περισσότερους χρήστες, έχει τρομερή απήχηση στο νεανικό κοινό και είναι πολύ ενδιαφέρον να δούμε και σε ψυχολογικό επίπεδο πως επηρεάζει τις ζωές μας (Jin, 2018).

1.3.3 Twitter

Το Twitter είναι το τρίτο πιο δημοφιλές παγκόσμιο διαδικτυακό κοινωνικό δίκτυο μετά το Facebook και το Instagram, με 650 εκατομμύρια εγγεγραμμένους χρήστες. Κατατάσσεται σήμερα ως ο 49^{ος} πιο δημοφιλής ιστότοπος του κόσμου (Αντωνακάκη, 2021).

Το Twitter έχει 330 εκατομμύρια μηνιαίους ενεργούς χρήστες, 152 εκατομμύρια ενεργούς χρήστες καθημερινά και φιλοξενεί 500 εκατομμύρια tweets την ημέρα (LiveStats, 2018; Omnicore, 2018). Μέσα σε αυτή τη πλατφόρμα οι χρήστες αλληλοεπιδρούν και ανταλλάσσουν πληροφορίες. Ο λόγος που ξεχωρίζει από το Facebook και το Instagram αφορά στη χρήση του, η οποία σχετίζεται, κυρίως, για τη διάδοση ειδήσεων, καθώς οι λογαριασμοί, οι οποίοι υπάρχουν σε αυτό και είναι και οι πιο ενεργοί είναι πολιτικά πρόσωπα, οργανισμοί, πρακτορεία ειδήσεων κ.α.

Είναι ένα ενδιαφέρον μέσο πληροφόρησης και επικοινωνίας για όλο τον κόσμο. Σύμφωνα με αυτό, διαθέτει ένα μοντέλο δεδομένων, με το οποίο μπορεί να αντλήσει πληροφορίες από τους χρήστες και είναι ιδανικό για κοινωνικές μελέτες. Το Twitter χρησιμοποιείται από πολλά ερευνητικά άρθρα τα τελευταία χρόνια, καθώς θεωρείται ως μια μεγάλη ερευνητική πλατφόρμα (Αντωνακάκη, 2021).

1.3.4 YouTube

Το YouTube είναι η δεύτερη πιο δημοφιλής πλατφόρμα στον κόσμο και πρωτοεμφανίστηκε στο ευρύ κοινό το 2005. Δημιουργήθηκε με σκοπό ο κάθε χρήστης, ή αλλιώς συνδρομητής, να μπορεί να «ανεβάζει» οποιοδήποτε βίντεο θέλει (είτε ψυχαγωγίας είτε ενημέρωσης) από το «κανάλι» του (Duboní, 2020).

Με τον τρόπο αυτό μπορεί ο καθένας να αναζητήσει οποιαδήποτε πληροφορία και να ενημερωθεί από την ποικιλία των βίντεο που υπάρχουν στη πλατφόρμα αυτή, αλλά ακόμα και να περάσει ευχάριστα την ώρα του, παρακολουθώντας βίντεο της αρεσκείας

του. Εκτός όμως από αυτά, στο YouTube οι χρήστες μπορούν να αλληλοεπιδρούν. Σε κάθε βίντεο μπορεί ο καθένας να σχολιάζει και να εκφέρει την άποψη του, να δέχεται σχόλια στο σχόλιό του και να υπάρχει ένα είδος επικοινωνίας, μεταξύ των χρηστών, για όποιο θέμα εκείνοι θέλουν να συζητήσουν.

Αυτό καθιστά περισσότερο ενδιαφέρουσα τη πλατφόρμα αυτή, καθώς μέσα από όλα τα εκπαιδευτικά βίντεο και την αλληλεπίδραση των ανθρώπων μπορούμε να θεωρήσουμε ότι είναι μια διαδικασία «άτυπης μάθησης», χωρίς αυτό να σημαίνει ότι είναι πάντα αποτελεσματικό. Το YouTube προσφέρει μια σειρά λειτουργιών που μπορούν να βοηθήσουν τους χρήστες να αξιολογήσουν την ποιότητα και την αξιοπιστία του περιεχομένου των βίντεο, να βαθμολογήσουν αν ένα βίντεο τους αρέσει ή όχι, ακόμα και να κάνουν «αναφορά» σε κάποιον, εφόσον το θεωρήσουν ακατάλληλο (Duboni, 2020).

1.3.5 LinkedIn

Το LinkedIn είναι ένα ακόμα γνωστό μέσο κοινωνικής δικτύωσης, το οποίο διαφέρει από τα υπόλοιπα. Στόχος του είναι η επαγγελματική δικτύωση, καθώς παρέχει πληροφορίες για διάφορες εταιρείες, ανά τον κόσμο, αλλά και για εργαζομένους. Βοηθάει τους ανθρώπους να συνδεθούν σε επιχειρηματικό επίπεδο και ο καθένας δείχνει το βιογραφικό του στη πλατφόρμα αυτή, ώστε να μπορέσει ο κάθε επισκέπτης να μάθει πληροφορίες για τον κάθε χρήστη. Έχει πάνω από 650 εκατομμύρια χρήστες σε όλο τον κόσμο, εκ των οποίων 30 εκατομμύρια είναι εταιρίες. Επιπλέον, υπάρχουν πάνω από 20 εκατομμύρια θέσεις εργασίας (Lopez-Carril et al., 2020).

Ένας από τους κύριους στόχους του LinkedIn αποτελεί η δημιουργία ενός ισχυρού δικτύου επαφών. Για να το πετύχει αυτό ο κάθε χρήστης πρέπει να προσέξει πολύ το προφίλ του. Η εικόνα, η οποία έχουμε στα Social Media είναι πολύ σημαντική, καθώς δείχνουμε ένα κομμάτι του εαυτού μας και κάποιον που δε μας γνωρίζει μπορούν να καταλάβουν αρκετά από αυτά που προβάλλουμε. Για τον λόγο αυτό, το προφίλ μας στο LinkedIn πρέπει να είναι σωστά δομημένο, να ενημερώνεται τακτικά και να κάνει τον αναγνώστη ή τον εργοδότη να θέλει να ασχοληθεί με το προφίλ μας (Lopez-Carril et al., 2020).

1.4 Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα των Social Media

1.4.1.Πλεονεκτήματα

Τον όρο Social Media τον χρησιμοποιούν εδώ και πολλά χρόνια οι κοινωνιολόγοι προκειμένου να περιγράψουν μία κοινωνική δομή, η οποία μπορεί να αποτελείται από άτομα η επιχειρήσεις που συνδέονται μεταξύ τους με μία η με περισσότερες σχέσεις (Μήτρου, 2003).

Τα Social Media είναι ένα εργαλείο, το οποίο αναλόγως με τον τρόπο που τα χρησιμοποιούμε μπορούν, είτε να μας ωφελήσουν, είτε να μας «ρίξουν» στο κίνδυνο που κρύβουν. Για αυτό είναι πολύ σημαντικό να ξέρουμε πως πρέπει να τα χρησιμοποιούμε.

1.4.1.1.Εύκολη επικοινωνία

Το σημαντικότερο που μας προσφέρουν τα Social Media είναι η επικοινωνία. Μέσω αυτών έχουμε τη δυνατότητα να επικοινωνήσουμε με άτομα, τα οποία μπορεί να βρίσκονται χιλιόμετρα μακριά. Εκτός από αυτό όμως, τα συγκεκριμένα δίκτυα μας δίνουν και την δυνατότητα να γνωρίσουμε καινούρια άτομα που σε διαφορετική περίπτωση μπορεί να μην την είχαμε. Επίσης, πολύ σημαντική είναι και η συνεισφορά των Social Media στην παγκοσμιοποίηση, καθώς η συνεχόμενη διακίνηση ιδεών, ειδήσεων, εικόνων, ήχων κτλ. είναι πολύ μεγάλη.

1.4.1.2.Χρήση για την ενίσχυση της μάθησης και της ψυχοκοινωνικής ανάπτυξης

Πολλά σχολεία και κολέγια αγκαλιάζουν τοποθεσίες κοινωνικής δικτύωσης και άλλα δίκτυα υπολογιστών ως εργαλεία για την ενίσχυση της διδασκαλίας, της συνεργασίας και της επαγγελματικής ανάπτυξης (Davis, 2010). Επίσης, τα εκπαιδευτικά ιδρύματα χρησιμοποιούν ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης (μαζί με το Skype) για να δημιουργήσουν αίθουσα συνομιλίας φόρουμ και ομάδες για συζήτηση και διευκρινίσεις. Έτσι, παρέχουν μια σειρά από επιπλέον υποστηρίξεις για μάθηση και

διευκολύνουν την επικοινωνία με τις οικογένειες , ιδιαίτερα εκείνες που δυσκολεύονται να έχουν προσωπικές συναντήσεις με τους εκπαιδευτικούς.

Ορισμένα σχολεία χρησιμοποιούν smartphone για να επιτρέπουν στους μαθητές να στέλνουν άμεσο μήνυμα σε συνομηλίκους και εκπαιδευτικούς με ερωτήσεις σχετικές με την εργασία για το σπίτι και να διευκρινίσουν τυχόν ασάφειες σε μια δύσκολη ύλη.

Οι κοινωνικές αλληλεπιδράσεις, μέσω της τεχνολογίας, μπορούν, επίσης, να βοηθήσουν τους/τις μαθητές/τριες και τις οικογένειες για τις διάφορες κοινωνικές καταστάσεις (Pierce, 2009). Έτσι, όπως υποστηρίζουν οι Mazer et al. (2007), ενισχύουν τις σχέσεις μεταξύ εκπαιδευτικών και μαθητών/τριών.

1.4.1.3. Ψυχοκοινωνική ανάπτυξη

Όσον αφορά την επιρροή των Social Media στην ψυχοκοινωνική ανάπτυξη των νέων, οι Williams και Merten (2009) επισημαίνουν ότι η συμμετοχή στους ιστότοπους κοινωνικών δικτύων επηρεάζει θέματα, όπως ο σχηματισμός ταυτότητας και η ανάπτυξη κοινωνικών δεξιοτήτων.

Αποτελέσματα της μελέτης των Williams και Merten (2009) έδειξαν ότι η συμμετοχή στα Social Media μπορεί να έχει θετικά αποτελέσματα σε σχέση με τον τρόπο, με τον οποίο η νεολαία αντιμετωπίζει τη συναισθηματική δυσφορία, όπως το πένθος μετά το θάνατο κάποιου.

Για τους/τις μεγαλύτερους/ες μαθητές/τριες που προετοιμάζονται για το χώρο εργασίας, οι ιστότοποι προσφέρουν ευκαιρίες για βελτίωση των τεχνικών δεξιοτήτων και επιτρέπουν τη δικτύωση με επαγγελματίες για πρακτική άσκηση και ευκαιρίες εργασίας. Επιπλέον, αποτελέσματα μελέτης των Morris et al. (2010) υποδηλώνουν μια σχέση μεταξύ της χρήσης του Facebook και της παραμονής στο σχολείο.

Σύμφωνα με τους Gonzalez και Martinez –Dominguez (2022) οι εκπαιδευτικοί στα σχολεία δημιουργούν κοινότητες μάθησης και πρακτικής για κοινή χρήση και συνεχή εκπαίδευση, όπως για παράδειγμα :

- εκπαιδευτικά ιστολόγια
- ηλεκτρονικά χαρτοφυλάκια

- επίσημες και ad hoc κοινότητες
- chat rooms
- σύγχρονα φόρουμ

Για τους εκπαιδευτικούς, τα κοινωνικά δίκτυα είναι μία οδός για να «ανοίξει η πόρτα της τάξης» και να τερματιστεί η παραδοσιακή απομόνωση (και συχνά αλλοτρίωση).

1.4.1.4. Πλεονεκτήματα για παιδιά και εφήβους από τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από την προοπτική της κοινωνικής εργασίας

Οι O'Keeffe και Clarke-Pearson (2011) υποστηρίζουν ότι τα Social Media δίνουν την ευκαιρία να συνδεθούν φίλοι, οικογένεια και συνάδελφοι που μοιράζονται τα ίδια ενδιαφέροντα. Έτσι, μοιράζονται μεταξύ τους ιδέες, εμπειρίες, αναμνήσεις φωτογραφίες και στιγμές διασκέδασης.

Επίσης, όπως επισημαίνει ο Muzayd (2012) έχουν την ευκαιρία να συμμετάσχουν σε έργα κοινωφελών υπηρεσιών που είναι γνωστά ως «ηλεκτρονικός εθελοντισμός», όπου αναπτύσσονται ατομικές και συλλογικές δραστηριότητες με ανταλλαγή συμβουλών, τεχνικών έργων και καινοτόμων εμπειριών. Επίσης, δίνεται η ευκαιρία για:

- μάθηση
- ανταλλαγή σεβασμού
- ανοχής και
- επικοινωνητικού διαλόγου για παγκόσμια ανθρωπιστικά ζητήματα, καθώς και για την προώθηση της ταυτότητας του ανθρώπου και των κοινωνικών δεξιοτήτων (Abdul - Jalil, 2011).

1.4.1.5. Τεχνολογία μέσων κοινωνικής δικτύωσης

Όλο και περισσότερο, η ακαδημαϊκή έρευνα έχει επικεντρωθεί στα πιθανά οφέλη αλλά και στις παγίδες των σύγχρονων τεχνολογιών, ιδίως όσον αφορά τα SMT. Ιδιαίτερο

ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι τοποθεσίες κοινωνικής δικτύωσης (SNS) που ορίζονται ως «ιστοσελίδες που καθιστούν δυνατό τον σχηματισμό διαδικτυακών κοινοτήτων όπου οι χρήστες μοιράζονται το περιεχόμενο που δημιουργείται» (Kim et al., 2010:112). Αυτή η τεχνολογία επιτρέπει την άμεση, χαμηλού κόστους, ιδιωτική και κρυφή επικοινωνία. Επιπλέον, παρέχει την ευκαιρία για σύγχρονη (άμεση) και ασύγχρονη (καθυστερημένη) επικοινωνία (Stefanone et al., 2011).

Οι Ellison et al. (2007) τονίζουν τα θετικά οφέλη για την ψυχική υγεία των νέων που χρησιμοποιούν SNS, ενώ οι Milani et al. (2009) επισημαίνουν τους διαδικτυακούς κινδύνους, όπως ο διαδικτυακός εκφοβισμός, η κοινωνική απομόνωση και η εκμετάλλευση. Άλλοι όμως ερευνητές αποφεύγουν την διχοτομία μεταξύ των θετικών και των αρνητικών απόψεων και αντιλαμβάνονται ότι η πραγματικότητα είναι «κάπου ανάμεσα σε αυτά τα δύο άκρα» (Bryant et al., 2006).

Ωστόσο, τα SNS (social networking service) είναι μόνο μία μορφή SMT (surface mount technology) (Moorhead et al., 2013). Αυτή η διάκριση είναι σημαντική, καθώς τα μεμονωμένα SMT έχουν μοναδικά χαρακτηριστικά και μπορεί να επηρεάσουν την ευημερία το χρήστη.

Αυτό φαίνεται όταν κάποιος εξετάζει τη βιβλιογραφία για τους τύπους προσωπικότητας και την διαδικτυακή επικοινωνία, από την οποία μπορούν να επωφεληθούν τόσο οι εσωστρεφείς όσο και οι εξωστρεφείς χρήστες, χρησιμοποιώντας SMT's. Με αυτό τον τρόπο επιλέγουν, συνήθως, να χρησιμοποιήσουν διαφορετικές πλατφόρμες. Για παράδειγμα, οι εσωστρεφείς μπορεί να προτιμούν τα chat rooms (όπου υπάρχει ανωνυμία), ενώ οι εξωστρεφείς μπορεί να προτιμούν το Facebook (Ryanand & Xenos, 2011).

1.4.1.6. Κοινωνικοποίηση

Ο Li (2006) επισημαίνει ότι είναι προφανές ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν οδηγήσει σε αυξημένη διαδικτυακή κοινωνικοποίηση μεταξύ των νέων. Η σύνδεση στο Διαδίκτυο επιτρέπει νέους τρόπους δημιουργίας φιλίας και υποστήριξης με βάση τις πραγματικές σχέσεις της ζωής. Οι συνομιλίες, τα φόρουμ, οι ιστοσελίδες και οι πιο

πρόσφατες τεχνολογίες Web 2.0 επιτρέπουν στους χρήστες να ανταλλάσσουν πληροφορίες και να κοινωνικοποιούνται με πολύ δημιουργικούς τρόπους.

Αποτελέσματα μελέτης των Wolak et al., (2002) αποκάλυψαν ότι το να είσαι μέλος μιας ή περισσότερων εικονικών κοινοτήτων είναι σύνηθες φαινόμενο. Περίπου 55 τοις εκατό των νέων 12 έως 16 ετών είναι μέλος σε κάποια εικονική κοινότητα. Το 67 τοις εκατό των κοριτσιών και το 42 τοις εκατό των αγοριών είναι μέλη μιας από αυτές τις κοινότητες.

Επίσης, οι κοινωνικά διαδραστικές τεχνολογίες μπορούν να βοηθήσουν τη νεολαία να βγει από την κοινωνική απομόνωση, καθώς ενθαρρύνει την κοινωνικοποίησή τους (Turrow, 1999).

Όμως, οι Kavanaugh et al.(2005) επισημαίνουν ότι δεν έχουν διεξαχθεί πολλές έρευνες σχετικά με τις επιπτώσεις της χρήσης των διαδικτυακών τεχνολογιών στους εφήβους. Αυτές οι έρευνες θα βοηθήσουν στην κατανόηση της δυναμικής επικοινωνίας ενός ολόκληρου δικτύου π.χ. ομάδας φίλων στο σχολείο ή σε μια αίθουσα συνομιλίας, σε υποσύνολα χρηστών διαδικτύου, όπως π.χ. κλίκα "δημοφιλών" παιδιών και πως επηρεάζουν το δίκτυο στο σύνολό του, όπως και άλλων χρηστών, όπως καινούργιοι χρήστες που ανταλλάσσουν άμεσα μηνύματα.

Οι Livingstone και Bober (2005) αναφέρουν ότι έχουν γίνει ελάχιστες έρευνες για τις επιπτώσεις της κοινωνικών διαδραστικών τεχνολογιών σε εφήβους και άτομα στη προεφηβεία και το πως η τεχνολογία επικοινωνίας διαμεσολαβεί πιο έντονα στην δική τους κοινωνική ζωή, απ' ότι σε ενήλικες.

Επίσης, οι Madden και Rainie (2003) υποστηρίζουν ότι, αν και έχει διεξαχθεί σημαντική έρευνα σχετικά με την επικοινωνία μέσω email και την ανταλλαγή άμεσων μηνυμάτων, υπήρξε σχετικά μικρή έρευνα για τα γραπτά μηνύματα. Παρόλο που το κείμενο στο κινητό είναι χαμηλού κόστους και η ανταλλαγή μηνυμάτων αποτελεί μια πολύ δημοφιλή μέθοδος επικοινωνίας μεταξύ των εφήβων σε παγκόσμιο επίπεδο, η έρευνα φαίνεται να είναι περιορισμένη (Lenhart, et al., 2005).

1.4.2.Μειονεκτήματα

Οι κοινωνικά διαδραστικές τεχνολογίες μπορούν να βοηθήσουν τη νεολαία να βγει από την κοινωνική απομόνωση, καθώς ενθαρρύνει την κοινωνικοποίησή τους (Turrow, 1999).

Όμως, οι Kavanaugh et al.(2005) επισημαίνουν ότι δεν έχουν διεξαχθεί πολλές έρευνες σχετικά με τις επιπτώσεις της χρήσης των διαδικτυακών τεχνολογιών στους εφήβους. Αυτές οι έρευνες θα βοηθήσουν στην κατανόηση της δυναμικής επικοινωνίας ενός ολόκληρου δικτύου π.χ. ομάδας φίλων στο σχολείο ή σε μια αίθουσα συνομιλίας, σε υποσύνολα χρηστών διαδικτύου όπως π.χ. κλίκα "δημοφιλών" παιδιών και πως επηρεάζουν το δίκτυο στο σύνολό του, όπως και άλλων χρηστών όπως καινούργιοι χρήστες που ανταλλάσσουν άμεσα μηνύματα.

Οι Livingstone και Bober (2005) αναφέρουν ότι έχουν γίνει ελάχιστες έρευνες για τις επιπτώσεις της κοινωνικών διαδραστικών τεχνολογιών σε εφήβους και σε άτομα στη προεφηβεία και το πως η τεχνολογία επικοινωνίας διαμεσολαβεί πιο έντονα στην δική τους κοινωνική ζωή, απ' ότι σε ενήλικες.

Επίσης, οι Madden και Rainie (2003) υποστηρίζουν ότι, αν και έχει διεξαχθεί σημαντική έρευνα σχετικά με την επικοινωνία μέσω email και την ανταλλαγή άμεσων μηνυμάτων, υπήρξε σχετικά μικρή έρευνα για τα γραπτά μηνύματα. Παρόλο που το κείμενο στο κινητό είναι χαμηλού κόστους και η ανταλλαγή μηνυμάτων αποτελεί μια πολύ δημοφιλή μέθοδος επικοινωνίας μεταξύ των εφήβων σε παγκόσμιο επίπεδο, η έρευνα φαίνεται να είναι περιορισμένη (Lenhart, et al., 2005).

1.4.2.1.Περιστατικά ψυχολογικού βιασμού

Από την αντίθετη πλευρά, η μη σωστή χρήση των συγκεκριμένων μέσων μπορούν να αποτελέσουν ένα πολύ επικίνδυνο εργαλείο, τόσο για το κάθε άτομο ξεχωριστά, όσο και για ολόκληρη την κοινωνία. Σε ατομικό επίπεδο, δεν είναι λίγες οι φορές που έχουν αναφερθεί περιστατικά βιασμού τόσο σε ψυχολογικό όσο και σε σωματικό επίπεδο. Οι χρήστες των Social Media και, κυρίως, οι νεότερες ηλικίες θα πρέπει να είναι πολύ προσεκτικές, καθώς δεν γνωρίζουν με σιγουριά με ποια άτομα επικοινωνούν.

1.4.2.2.Σύγκριση του εαυτού μας με τα είδωλα που προβάλλουν

Στην ίδια κλίμακα εντάσσεται και η ψυχολογική επίδραση των μέσων πάνω στους χρήστες. Η συνεχόμενη σύγκριση του εαυτού μας με άτομα που παρακολουθούμε στα Social Media μπορεί στην κυριολεξία να μας καταστρέψει, καθώς οι περισσότεροι άνθρωποι θεωρούν ότι αυτό που παρακολουθούν στα δίκτυα είναι και η πραγματικότητα. Για αυτό πρέπει να υπάρχει κριτική σκέψη και να μπορεί να γίνει διαχωρισμός του πραγματικού κόσμου από τον διαδικτυακό.

1.4.2.3.Εξάρτηση

Η εξάρτηση παίζει καθοριστικό ρόλο, καθώς οι περισσότεροι άνθρωποι που χρησιμοποιούν τα Social Media καταλήγουν να περνάνε απεριόριστες ώρες μπροστά σε μία οθόνη και αυτό, φυσικά, έχει άμεσο αντίκτυπο στην προσωπική ζωή τους, καθώς την παραμελούν και «επενδύουν» περισσότερο στην ψηφιακή παρά στην πραγματική τους, με αποτέλεσμα την απομόνωση και την αποξένωση.

1.4.2.4.Χειραγώγηση

Έχει αποδειχθεί ότι μέσω των Social Media προωθούνται δημοσιεύσεις που χειραγωγούν το ευρύ κοινό με απώτερο σκοπό, είτε να αλλάξουν την κοινή γνώμη σε διάφορα θέματα, όπως είναι η πολιτική, η οικονομία, η υγεία και πολλά ακόμη, είτε να κατευθύνουν το κοινό σε μία συγκεκριμένη (Φαφάρα, 2018-2019).

1.4.2.5.Απειλές και παρενοχλήσεις μέσω του Διαδικτύου

Η απειλή και η παρενόχληση μέσω του Διαδικτύου γίνεται μέσω της διάδοσης ψευδών πληροφοριών και της ενοχλητικής ή εχθρικής αλληλεπίδρασης από άλλους. Αυτός είναι ένας από τους μεγαλύτερους κινδύνους της χρήσης του διαδικτύου για τους εφήβους, όπου μπορεί να προκαλέσει βαθιές κοινωνικές και ψυχολογικές συνέπειες όπως κατάθλιψη, άγχος, απομόνωση και αυτοκτονία (Nomar, 2012).

Άλλο είδος παρενόχλησης είναι η αποστολή σεξουαλικών μηνυμάτων (sexting) και εικόνων μέσω κινητών τηλεφώνων, υπολογιστών και άλλων ψηφιακών δεκτών, όπου οι εικόνες διαδίδονται γρήγορα μέσω κινητού τηλέφωνο και του διαδικτύου. Αποτελέσματα έρευνας του AL-Oubli (2011) έδειξαν ότι το 20% των εφήβων δημοσίευσε δικές τους φωτογραφίες όπου παρουσιάζονται γυμνοί ή ημίγυμνοι, ενώ κάποιοι από αυτούς έχουν κατηγορηθεί και καταδικαστεί για κακούργημα για δημοσίευση πορνό.

1.4.2.6.Υπερκαταναλωτικές συμπεριφορές

Η χρήση των Social Media, ανεξαρτήτως ηλικίας, ωθεί πολλές φορές τους χρήστες σε υπερκαταναλωτικές συμπεριφορές, είτε άμεσα είτε έμμεσα. Πολλές επιχειρήσεις προϊόντων χρησιμοποιούν τα συγκεκριμένα μέσα για να προβάλλουν και να προωθούν τα προϊόντα τους με αυτόν τον τρόπο, έτσι ώστε οι χρήστες, βλέποντας κάποιο προϊόν σε οποιοδήποτε Social Media να τους έρχεται η επιθυμία για απόκτηση. Ενώ από την άλλη, έχουμε και τους «influencer» οι οποίοι προωθούν διάφορα αντικείμενα, μέσω των φωτογραφιών που δημοσιεύουν.

1.4.2.7.Επιπτώσεις των Κοινωνικά Διαδραστικών Τεχνολογιών για τα Σχολεία

Υπάρχουν πραγματικές ανησυχίες σχετικά με τους ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης. Όπως αναφέρει ο Tynes (2007:48-56): *«Μπορεί να κάνουμε κακό στους εφήβους όταν περιορίζουμε τη συμμετοχή τους σε αυτούς τους χώρους, γιατί τα εκπαιδευτικά και ψυχοκοινωνικά οφέλη αυτού του τύπου επικοινωνίας μπορεί να υπερβαίνουν κατά πολύ τους πιθανούς κινδύνους. Αυτά τα οφέλη περιλαμβάνουν την ανάπτυξη γνωστικών δεξιοτήτων που συνάδουν με αυτά που απαιτούνται σε εκπαιδευτικά περιβάλλοντα και δεξιότητες λήψης προοπτικής που είναι απαραίτητες για ιθαγένεια σε μια ολοένα και πιο πολυπολιτισμική κοινωνία».*

Οι επιπτώσεις τους στους/στις μαθητές/τριες που χρησιμοποιούν κοινωνικές διαδραστικές τεχνολογίες είναι δύο:

- Οι τεχνολογίες παρέχουν σημαντικές ευκαιρίες για την ενίσχυση της μάθησης και άλλα θετικά αποτελέσματα, και
- Παρουσιάζουν, επίσης, σημαντικές προκλήσεις, καθώς αντικατοπτρίζουν τις ανησυχίες που συζητήθηκαν ανωτέρω.

Κεφάλαιο 2: Ψυχολογία και Social Media

2.1. Η επιστήμη της Ψυχολογίας και η εξέλιξή της

Η ψυχολογία είναι η επιστήμη που μελετά την συμπεριφορά του ανθρώπου και τους λόγους που την καλλιεργούν. «Γεννήθηκε» από την φιλοσοφία κατά την αρχαιότητα. Ο όρος «ψυχολογία» («ψυχή» και «λόγος») ευρέθηκε πολλά χρόνια μετά από τον φιλόσοφο Gocckel, ενώ από τον 19^ο αιώνα και μετά, αποτελεί ανεξάρτητη επιστήμη χάρη στον Wilhelm Wundt, ο οποίος δημιούργησε το πρώτο πειραματικό εργαστήριο ψυχολογίας και η μελέτη του στόχευσε στην «περιγραφή των δομών που συνθέτουν το μυαλό». Αυτό το σημείο στάθηκε σταθμός για τον συγκεκριμένο κλάδο, καθώς από τότε η ψυχολογία σημείωσε μία αδιάκοπη πορεία πάνω στην ανθρώπινη συμπεριφορά στηριζόμενη πάντα στην έρευνα, χρησιμοποιώντας επιστημονικά εργαλεία που οδηγούσαν σε ασφαλή αποτελέσματα (<https://www.psychologynow.gr/psychologia/i-epistimi-tis-psyxologias.html>).

Σε αυτήν την ανοδική πορεία η ψυχολογία «αναγκάστηκε» να χωριστεί σε διάφορους κλάδους ανάλογα με το τι μελετούσε ο κάθε ένας από αυτούς. Οι πιο σημαντικοί κλάδοι ήταν η γνωστική ψυχολογία, η πειραματική ψυχολογία, η εξελικτική ψυχολογία, η διαπολιτισμική ψυχολογία, η οργανωτική ψυχολογία, η σχολική ψυχολογία, η συμβουλευτική ψυχολογία και η ψυχολογία της προσωπικότητας. Κάποιοι από αυτούς του κλάδους «συγγένευαν» με άλλους κλάδους όπως η βιοψυχολογία και η νευροψυχολογία με την βιολογία, η κλινική ψυχολογία με την ψυχιατρική και η κοινωνική ψυχολογία με την κοινωνιολογία (<https://www.psychologynow.gr/psychologia/kladoi-psyxologias.html>, 2020).

Η ψυχολογία στην Ελλάδα είναι κάτι καινούριο. Είχε ξεκινήσει ως ένα κομμάτι της φιλοσοφίας και αυτός ήταν ο λόγος που άργησε να αυτονομηθεί και να στηριχθεί ως ένας ξεχωριστός κλάδος. Η χρονιά της ανεξαρτητοποίησης για την ψυχολογία ήταν το 1964, όπου μέσω διαφόρων ενεργειών η ψυχολογία κατάφερε να «στηριχτεί» στις δικές της δυνάμεις και να αποτελέσει επιστήμη από μόνη της. Από εκείνο το σημείο και έπειτα ο κλάδος της ψυχολογίας άρχισε να λαμβάνει χώρα σε πανεπιστήμια, αλλά και σε εταιρείες με σκοπό την εφαρμογή της. Την αρχή στον ακαδημαϊκό χώρο έκαναν τα πανεπιστήμια της Θεσσαλονίκης και των Ιωαννίνων το 1964, παρόλο που το πρώτο

ανεξάρτητο τμήμα εδραιώθηκε στο πανεπιστήμιο Κρήτης το 1987. Στη συνέχεια πραγματοποιήθηκαν και άλλες δράσεις από ιδρύματα και σωματεία, οι οποίες ήταν καθοριστικές για την πορεία της ψυχολογίας στην Ελλάδα (Καζολέα – Ταβουλάρη, 2002).

2.2 Κλάδοι Ψυχολογίας

2.2.1 Γνωστική Ψυχολογία

Κατά ένα γενικό όρο η γνωστική ψυχολογία, όπως αναφέρει ο Matlin & Farmer «είναι ένα υπο-πεδίο της πειραματικής ψυχολογίας, το οποίο πραγματεύεται τις νοητικές διεργασίες που πυροδοτούν τις αντιλήψεις και τις ερμηνείες μας σχετικά με τον κόσμο που μας περιβάλλει. Η γνωστική ψυχολογία είναι η επιστήμη του νου» (Matlin & Farmer, 2019).

Η γνωστική ψυχολογία έχει δύο ερμηνείες. Κάποιες φορές έχει να κάνει με τις ανθρώπινες νοητικές δραστηριότητες, πιστεύοντας ότι με αυτόν τον τρόπο υπάρχει η δυνατότητα να ερμηνευθεί η συμπεριφορά του ανθρώπου. Η γνωστική ψυχολογία ερμηνεύεται, επίσης, και με την οπτική του να αποδίδει έμφαση στις διεργασίες τις σκέψεις και τις γνώσεις των ανθρώπων (Whitley & Kite, 2010).

Επίσης, κάποιες από τις νοητικές λειτουργίες, οι οποίες αφορούν τον τρόπο που λαμβάνουμε, ερμηνεύουμε και χρησιμοποιούμε τις γνώσεις, στην καθημερινότητά μας είναι η αντίληψη, η προσοχή, η μνήμη, η σκέψη και η γλώσσα. Οι γνωστικές αυτές διεργασίες λειτουργούν με έναν πολύ ιδιαίτερο και συγκεκριμένο τρόπο για να μας χαρίζουν συνειδητές εμπειρίες (Matlin & Farmer, 2019).

2.2.2 Κοινωνική Ψυχολογία

Ο συγκεκριμένος κλάδος βρίσκεται ανάμεσα στην ψυχολογία και την κοινωνιολογία. Συγκεκριμένα, μελετά τον τρόπο που επηρεάζεται ένας άνθρωπος από τους άλλους ανθρώπους γύρω του και κατ' επέκταση τα συναισθήματα, οι σκέψεις και οι συμπεριφορές που δημιουργούνται από την μεταξύ τους αλληλεπίδραση. Βασικό αντικείμενο μελέτης της κοινωνικής ψυχολογίας είναι η νοοτροπία, οι σχέσεις, η

διαγωγή, η δράση κάθε ατόμου και πως αυτά επηρεάζονται από το περιβάλλον και το κοινωνικό σύνολο το οποίο το άτομο ζει (Παπαπαύλου, 2018).

2.2.3 Συμπεριφορισμός

Ο συμπεριφορισμός στηρίζεται στην παρατήρηση της συμπεριφοράς του μαθητευόμενου κατά τη διάρκεια της μάθησης. Σύμφωνα με αυτή τη θεωρία, η μάθηση αντιμετωπίζεται *«ως μια διαδικασία απόκτησης της γνώσης μέσω αλληλεπίδρασης του μαθητευόμενου με τα ερεθίσματα του περιβάλλοντός του»* (Γαρμπής-Λαδοβρέχης, 2018).

Ο συμπεριφορισμός μελετά τα χαρακτηριστικά της συμπεριφορά ενός ατόμου και όχι τις εσωτερικές ενέργειες του ατόμου που δημιουργούνται κατά τη διαδικασία της μάθησης (Ράπτης & Ράπτη, 2007).

2.2.4 Εξελικτική ψυχολογία

Ο κλάδος της εξελικτικής ψυχολογίας μελετά τις αλλαγές στην συμπεριφορά και την σκέψη του ανθρώπου από την στιγμή της γέννησής του, μέχρι και την στιγμή του θανάτου του. Ο συγκεκριμένος κλάδος επικεντρώνεται στην εξέλιξη των ατόμων σε όλα τα στάδια της ηλικίας του. Κυρίως εστιάζει στην βρεφική και στην παιδική ηλικία αλλά μελετά και τα υπόλοιπα στάδια της ζωής ενός ατόμου. Επίσης τον συγκεκριμένο κλάδο «συμβουλευονται» και άλλοι κλάδοι της ψυχολογίας όπως η Κοινωνική Ψυχολογία, η Γνωστική Ψυχολογία, η Οικολογική Ψυχολογία και η Συγκριτική Ψυχολογία (Παπαπαύλου, 2018).

2.2.5 Κλινική ψυχολογία

Ο κλάδος της κλινικής ψυχολογίας είναι ευρέως γνωστός. Λαμβάνει υπόψη την διάγνωση, την τροποποίηση (θεραπεία) και την πρόληψη καθόλη την διάρκεια μιας θεραπείας με έναν ασθενή, έχοντας ως στόχο την κατανόηση και την ανακούφιση των δυσλειτουργιών του ανθρώπου. Με άλλα λόγια, συνδυάζει κλινική γνώση, θεωρία και επιστήμη. Επίσης, η κλινική ψυχολογία συλλέγει πληροφορίες για τον τρόπο συμπεριφοράς από το φιλικό και οικογενειακό περιβάλλον του ασθενούς για να

«αποκτήσει» μια συνολική εικόνα για τον τρόπο συμπεριφοράς του (Παπαπαύλου, 2018).

2.2.6 Νευροψυχολογία

Η νευροψυχολογία είναι ο επιστημονικός κλάδος που μελετά *«τις σχέσεις μεταξύ της δομής και της λειτουργίας του εγκεφάλου και των ψυχολογικών λειτουργιών και της ανθρώπινης συμπεριφοράς»*. Κατά μία περίπτωση, η νευροψυχολογία αποτυπώνει τις αλλαγές στις ψυχολογικές λειτουργίες του ανθρώπου (καθημερινές συμπεριφορές, σκέψεις κ.α.), οι οποίες όμως συνδυάζονται με την ανατομική και λειτουργική ακεραιότητα του εγκεφάλου. Ως κλάδος είναι αρκετά συνδεδεμένος με τον κλάδο της Γνωστικής Ψυχολογίας, αλλά και πιο γενικά με τις Γνωστικές Επιστήμες (<https://www.psychologynow.gr/psychologia/kladoi-psychologias.html>).

2.2.7 Οργανωτική ψυχολογία

Η Οργανωτική Ψυχολογία είναι υπο-κλάδος της εφαρμοσμένης Ψυχολογίας και εμβαθύνει στον χαρακτήρα, στις αντιδράσεις και στη συμπεριφορά του εργαζομένου. Παράλληλα εστιάζει στον τρόπο που επικοινωνεί με το εργασιακό του περιβάλλον, καθώς ερευνά και την αλληλεπίδραση ανάμεσα σε αυτόν και τους συναδέλφους του, με τη χρήση ψυχολογικών θεωριών και ερευνητικών μεθόδων. Ο σκοπός του οργανωτικού Ψυχολόγου είναι να αποτελέσει ένα μέρος της επιτυχίας ενός οργανισμού με το να εισχωρήσει στον χώρο εργασίας, στις επιδόσεις του κάθε εργαζομένου, στην ικανοποίηση και την ηρεμία των εργαζομένων.

Μία ακόμα αρμοδιότητα του οργανωτικού ψυχολόγου είναι να μελετά και να αντιλαμβάνεται το πώς οι διάφορες συμπεριφορές και αντιδράσεις των εργαζομένων μπορούν να καλυτερεύσουν χρησιμοποιώντας πρακτικές προσλήψεων, εκπαιδευτικά προγράμματα και συστήματα ανατροφοδότησης και διαχείρισης. Ο ρόλος του, επίσης, είναι να προσφέρει την βοήθειά του σε οργανισμούς, οι οποίοι βρίσκονται σε μεταβατικές περιόδους αλλαγών και εξέλιξης (<https://www.psychologynow.gr/psychologia/kladoi-psychologias.html>).

2.2.8 Συμβουλευτική ψυχολογία

Η συμβουλευτική ψυχολογία προσπαθεί να βελτιώσει τη ζωή και την καθημερινότητα των ανθρώπων, βασιζόμενη σε συναισθηματικές και κοινωνικές ανησυχίες, αλλά και σε αυτές που σχετίζονται με τα επαγγέλματα, την εκπαίδευση και διάφορες αναπτυξιακές ανησυχίες, καθώς και σε ανησυχίες που σχετίζονται με την υγεία, χωρίς να υπάρχουν απαραίτητα ψυχοπαθολογικές καταστάσεις. Η συμβουλευτική ψυχολογία εστιάζει σε ήπια και συνηθισμένα αναπτυξιακά ζητήματα, αλλά και σε δυσλειτουργικά και σπάνια. Τέτοια είναι η ατομική, οικογενειακή και οργανωτική ανθρώπινη εμπειρία.

Παράλληλα, η συμβουλευτική ψυχολογία αναλαμβάνει ανθρώπους που αντιμετωπίζουν προβλήματα, όπως σωματικές, συναισθηματικές και ψυχικές διαταραχές. Επίσης, τους βοηθά στο να βελτιώσουν την ποιότητα ζωής τους, αλλά και να έρθουν αντιμέτωποι με δυσκολότερα ζητήματα, όπως η δυσφορία και η διαταραχή. Ο ρόλος που έχει εδώ η συμβουλευτική ψυχολογία είναι να τους βοηθήσει να επιλύσουν τις κρίσεις που αντιμετωπίζουν για να διαχειριστούν όλη αυτή την κατάσταση, έτσι ώστε να μπορέσουν να ζήσουν μια πιο λειτουργική ζωή. Γενικότερα, υποστηρίζει την εδραίωση προσωπικών στόχων και μας οδηγεί σε μία διαδικασία να «αντιγράψουμε» υγιή πρότυπα ούτως ώστε να ενισχύσουμε την «δυνατή» πλευρά του εαυτού μας, αλλά και να κάνουμε περισσότερο λειτουργική και ποιοτική τη ζωή μας (Παπαπαύλου, 2018).

2.3 Ο χειρισμός των μέσων από τους χρήστες του

2.3.1 Ο τρόπος λειτουργίας των ΜΜΕ και ο χειρισμός τους από χρήστες του

Στις μέρες μας, όπως αναφέραμε και σε προηγούμενο κεφάλαιο, πρωταρχικό ρόλο στην ενημέρωση των νέων αλλά και του γενικού πληθυσμού αναμφισβήτητα έχουν τα Social Media. Η επίδραση τους είναι πολύ μεγάλη και όσο περνάει ο καιρός αποκτούν όλο και περισσότερο έδαφος στο κομμάτι της ενημέρωσης, με αποτέλεσμα ο κόσμος σήμερα να έχει αρχίσει να τα εμπιστεύεται περισσότερο απ' ό,τι τα καθιερωμένα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης. Ωστόσο, πριν αναπτυχθούν τα Social

Media ο κόσμος ενημερωνόταν αποκλειστικά από τα παραδοσιακά ΜΜΕ τα οποία ήταν και η μοναδική λύση των ανθρώπων σε αντίθεση με σήμερα. Σύμφωνα με τον Τσενέ «ως Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης ορίζουμε κάθε μέσο με το οποίο μπορούμε να ενημερωνόμαστε για γεγονότα τα οποία διαδραματίζονται αυτή την στιγμή ή για θέματα που αφορούν το παρελθόν» (Τσενέ, 2012).

Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης χωρίζονται σε δύο κατηγορίες. Στα σύγχρονα μέσα που σε αυτά εντάσσεται η τηλεόραση , το ραδιόφωνο , το διαδίκτυο , τα Social Media και στα παραδοσιακά μέσα, όπως είναι η εφημερίδα και τα περιοδικά. Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης έχουν καταφέρει να είναι σε θέση να μπορούν να συνδυάσουν δύο βασικές προϋποθέσεις: την εικόνα και τον ήχο, όπου με αυτά μπορούν να εξασφαλίσουν την γεφύρωση μεταξύ της πληροφορίας με την ενημέρωσης. Βασικός στόχος των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης είναι η διάδοση της πληροφορίας σε όσο τον δυνατόν μεγαλύτερο κοινό γίνεται. Επίσης, τα ΜΜΕ προσπαθούν να διαδώσουν μία πληροφορία γρήγορα έτσι ώστε να την μεταδώσουν γρηγορότερα από τα υπόλοιπα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης.

Είναι αξιοσημείωτο το γεγονός ότι τα τελευταία χρόνια τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και τα Social Media παίζουν καθοριστικό ρόλο στην διαμόρφωση των κοινωνικών αντιλήψεων. Όπως αναφέρει και ο καθηγητής D. McQuail (1997), τα ΜΜΕ αποτελούν: «Πηγή εξουσίας, και μπορούν να αποτελέσουν και μέσο επιρροής, στο πλαίσιο μιας κοινωνίας. Πεδίο, στο οποίο μπορούν να δημοσιεύονται διάφορα θέματα όπως είναι η δημόσια ζωή, τόσο σε δημόσιο όσο και σε εθνικό επίπεδο. Κύρια πηγή, από την οποία και ορίζεται αλλά και απεικονίζεται η κοινωνική πραγματικότητα. Βασική δίοδος, τόσο για την φήμη και κοινωνική αναγνώριση όσο και για ενεργό παρουσία στην δημόσια ζωή. Πηγή, από την οποία εκρέει ένα σύστημα που οριοθετεί και νοηματοδοτεί τη δημόσια ζωή».

Τα τελευταία χρόνια οι άνθρωποι έχουν στραφεί περισσότερο προς τα νέα μέσα με άμεσο αποτέλεσμα τα παραδοσιακά μέσα να μην επηρεάζουν τόσο πολύ την κοινή γνώμη. Αυτό φυσικά δεν πραγματοποιήθηκε από την μία μέρα στην άλλη, αλλά έπρεπε να περάσουν πολλές δεκαετίες, έτσι ώστε οι άνθρωποι να στραφούν στα νέα μέσα και να ξεκινήσει μία καινούρια εποχή.

Με την έναρξη της νέας εποχής και με την δημιουργία των νέων μέσων βασικός στόχος ήταν ο τρόπος, με τον οποίο θα διαχειρίζεται ο καθένας τα κοινωνικά δίκτυα. Είναι πολύ σημαντικό να αναφέρουμε ότι καθοριστικό ρόλο παίζει ο τρόπος με τον οποίον θα αξιοποιήσει τα Social Media. Αν κάποιος τα διαχειρίζεται με τον σωστό τρόπο θα έχει και τα αντίστοιχα αποτελέσματα, ενώ αν τα χειρίζεται με λάθος τρόπο τότε μπορεί να αποβούν και επιβλαβή.

Σύμφωνα με μία έρευνα που πραγματοποίησε ο Lenhart et al. (2010), σε ένα ευρύ φάσμα ανθρώπων που ασχολούνται με τα Social Media, είχε σαν στόχο να ανακαλύψει για ποιους λόγους οι νέοι και οι έφηβοι χρησιμοποιούν τα Social Media. Κατέληξε στο συμπέρασμα ότι οι χρήστες τα χρησιμοποιούν και για πιο χρήσιμους λόγους εκτός από το να επικοινωνούν και να σχολιάζουν τα προφίλ των φίλων τους. Πιο συγκεκριμένα το 38% των εφήβων και το 30% των ενηλίκων συμμετέχουν σε διαμοιρασμό περιεχομένου και σε ενεργή χρήση ιστολογιών, το 72% και το 71%, αντίστοιχα, χρησιμοποιούν τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης για την αναζήτηση πληροφοριών που αφορούν την υγεία, το 62% των εφήβων και το 71% των ενηλίκων ενημερώνονται για τις τρέχουσες εξελίξεις, ενώ το 32% των ενηλίκων ενημερώνονται για τις πολιτικές εξελίξεις.

2.3.2. Συνήθειες χρήσεις των μέσων κοινωνικής δικτύωσης

Η συνομιλία είναι η πιο κοινή δραστηριότητα μεταξύ των χρηστών. Ακολουθείται από την προσθήκη ανάγνωσης αναρτήσεων από άλλους ανθρώπους. Το Facebook και το WhatsApp είναι τα πιο χρησιμοποιούμενα κανάλια κοινωνικών μέσων, με το Facebook να είναι το κορυφαίο κανάλι κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιήθηκε σε συνολικό επίπεδο (Ofcom, 2008). Κατά μέσο όρο, το ένα τρίτο των χρηστών ξοδεύουν λιγότερο από 30 λεπτά ανά περίοδο σύνδεσης όταν χρησιμοποιούν μέσα κοινωνικής δικτύωσης και το 5% ξοδεύει περισσότερες από 4 ώρες ανά περίοδο συνεδρίαση. Περισσότεροι από τους μισούς χρήστες είναι πιο ενεργοί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κατά τις βραδινές ώρες. Περισσότεροι από τους μισούς χρήστες στον κόσμο χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, κυρίως, για να συνδεθούν με τους ανθρώπους. Κατά τη λήψη πληροφοριών, η

παρακολούθηση βίντεο ,η ακρόαση μουσικής και η κοινή χρήση φωτογραφιών ήταν ο δεύτερος κύριος λόγος για τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Arab Social Media Report, 2015).

Οι πληθυσμοί στον αραβικό κόσμο θεωρούνται νεανικοί αφού περισσότερο από το ένα τρίτο του πληθυσμού αποτελείται από άτομα ηλικίας 25 ετών και κάτω (Ito, 2008).

Η νεολαία βρέθηκε να αντιπροσωπεύει την πλειοψηφία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης τον Ιούνιο του 2013, με το ποσοστό των συνολικών χρηστών μεταξύ 16 και 34 ετών να κυμαίνεται στο 77%. Επίσης, τον Μάιο του 2014 το ποσοστό του συνόλου των χρηστών του Facebook, μεταξύ 15 και 29, ετών έφτασε στο 67% (Victor, 2017). Επιπλέον στατιστικά στοιχεία αφορούν σε:

□ Μηνύματα κειμένου-Δυνατότητα κινητού τηλεφώνου -το 75% όλων των εφήβων έχουν κινητό τηλέφωνο και το 88% των ατόμων που κατέχουν κινητό τηλέφωνο είναι έφηβοι χρήστες. Το 72% όλων των εφήβων χρησιμοποιούν μηνύματα κειμένου.

□ Ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης - Facebook, Twitter, LinkedIn, Messenger, Whatsapp - το 73% των νεαρών ενηλίκων έχει χρησιμοποιήσει ιστότοπο κοινωνικής δικτύωσης(Boyd & Ellison, 2007).

□ Διαδικτυακοί ιστότοποι βίντεο - YouTube.com- Το 63% των διαδικτυακών εφήβων παρακολουθούν διαδικτυακά βίντεο.

□ Διαδικτυακά παιχνίδια - το 61% των διαδικτυακών νέων παίζουν παιχνίδια στο διαδίκτυο, συμπεριλαμβανομένων των διαδικτυακών παιχνιδιών για πολλούς παίκτες.

□ Blogging σε ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης – Facebook- το 52% των διαδικτυακών εφήβων έχουν σχολιάσει σε ένα blog (Victor, 2017).

2.3.3 Πως τα Social Media έχουν αλλάξει την κοινωνική ζωή των νέων

Όπως αναφέραμε και σε προηγούμενο κεφάλαιο, τα Social Media έχουν εισχωρήσει στην καθημερινότητα μας, με αποτέλεσμα να τα αντιμετωπίζουμε την σήμερον ημέρα σαν αυτονόητο κομμάτι της καθημερινότητας μας. Αυτό έρχεται σε αντίθεση με τα παλαιότερα χρόνια όπου η μόνη επικοινωνία των ανθρώπων μεταξύ τους ήταν, είτε

διαπροσωπική είτε τηλεφωνική. Όπως αντιλαμβανόμαστε, αυτό πλέον δεν υπάρχει και το θεωρούμε σχεδόν δεδομένο ότι στις μέρες μας όλοι οι άνθρωποι έχουν πρόσβαση στα Κοινωνικά Δίκτυα.

Σύμφωνα με τους επιστήμονες, τα Social Media έχουν επηρεάσει σημαντικά την κοινωνική ζωή των ανθρώπων και πιο συγκεκριμένα των νέων, καθώς ο εθισμός των νέων στα συγκεκριμένα μέσα βρίσκεται σε πολύ ανησυχητικά επίπεδα. Μέσω του εθισμού οι νέοι έχουν αποξενωθεί από την υπόλοιπη κοινωνία.

Και το ερώτημα που δημιουργείται είναι: Ποιες είναι οι επιπτώσεις της απομάκρυνσης των ατόμων από την κοινωνία;

Βέβαια είναι προφανές ότι υπάρχει σχέση μεταξύ των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και της επίδρασής στην αλλαγή συμπεριφοράς στους νέους. Τα μηνύματα, τα οποία χρησιμοποιούν οι νέοι μπορούν να φτάσουν σε κοινό και ομάδες-στόχους σε πραγματικό χρόνο και μπορούν να δημιουργήσουν αλλαγές και τάσεις. Σήμερα, οι νέες γενιές μεγαλώνουν, έχοντας επαφή με διάφορα είδη μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Αποκτούν εύκολα «ψηφιακή παιδεία» και ζουν σε έναν ψηφιακό κόσμο, στον οποίο οι ενήλικες είναι μόνο «πολιτογραφημένοι πολίτες» (Njoroge, 2011).

Ο Tapscott (1998) μιλάει για το μέγαλωμα σε ένα ψηφιακό περιβάλλον, αναφερόμενος στη νεολαία ως τη «γενιά του διαδικτύου». Τα παιδιά κοινωνικοποιούνται σε έναν υβριδικό εικονικό χώρο, μαθαίνοντας με καινοτόμους τρόπους, όπου δημιουργείται μια νέα γλώσσα και γίνεται άσκηση νέων πολυπολιτισμικών αξιών (Tapscott, 1998). Τα κύρια χαρακτηριστικά της κουλτούρας του «N-Gen» είναι: ανεξαρτησία, συναισθηματική και διανοητική διαφάνεια, ένταξη, ελεύθερη έκφραση και ισχυρές απόψεις, καινοτομία, ευχαρίστηση από την έρευνα, την αμεσότητα και την ευαισθησία για το συλλογικό συμφέρον, την αίσθηση εμπιστοσύνης (Tapscott, 1998).

2.3.3.1.Μοναξιά

Είναι πολύ ενδιαφέρον να αναφέρουμε μία έρευνα, την οποία πραγματοποίησαν οι Pittman και η Reich (2016), οι οποίοι ασχολήθηκαν με την σχέση που υπάρχει μεταξύ της αίσθησης της μοναξιάς και της ευτυχίας μέσα από τα Social Media που περιέχουν

κείμενο (όπως είναι το Facebook και το Twitter) και σε εκείνα που βασίζονται στις φωτογραφίες (όπως είναι το Instagram). Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι τα κοινωνικά δίκτυα, τα οποία χρησιμοποιούσαν εικόνα προσφέρουν μεγαλύτερη συντροφικότητα στα άτομα που νιώθουν μοναξιά.

2.3.3.2. Προβλήματα που σχετίζονται με την υγεία

Πέρα από τις επιπτώσεις που έχουν τα κοινωνικά δίκτυα στην κοινωνική ζωή των ανθρώπων, είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι η συνεχόμενη χρήση των συγκεκριμένων μέσων προκαλούν και προβλήματα που αφορούν τον ύπνο. Σύμφωνα με έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί η αϋπνία και γενικότερα τα σωματικά προβλήματα που δημιουργούνται, κατά την διάρκεια του ύπνου, είναι άμεσα συνδεδεμένα με την αυξημένη χρήση των Social Media. Η καθιστική ζωή, η έλλειψη υγιεινής διατροφής, καθώς και η αποφυγή της σωματικής άσκησης συμβάλλουν στην αυξημένη εμφάνιση σωματικών προβλημάτων (Τσακάλου & Πετρική, 2019).

2.3.3.3. Κοινωνική σύγκριση

Η κοινωνική σύγκριση αποτελεί ένα μέρος του τρόπου, με τον οποίο επεξεργάζονται πληροφορίες οι χρήστες των Social Media και γίνεται σύγκριση του τρόπου ζωής των ίδιων σε σχέση με τους άλλους (Weisten, 2017).

Αυτός που ανέφερε για πρώτη φορά την έννοια της κοινωνικής σύγκρισης ήταν ο Festinger (1954), ο οποίος ανέφερε ότι έχει διπλό κίνητρο, την αυτοβελτίωση και την αυτοαξιολόγηση. Με βάση τον ορισμό της κοινωνικής σύγκρισης, οι άνθρωποι συγκρίνονται με αυτούς που θεωρούν όμοιους τους, έτσι ώστε να μπορούν να αξιολογούν τους εαυτούς τους.

Η θεωρία της κοινωνικής σύγκρισης έχει θεωρηθεί ότι σχετίζεται με την εικόνα του σώματος και σύμφωνα με έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί η έκθεση σε λεπτά και καλλίγραμμα σώματα μπορεί να προκαλέσει τεράστια δυσαρέσκεια στο άτομο που τα παρακολουθεί, ειδικά στο γυναικείο φύλο (Bessenoff et al., 2016).

2.3.3.4. Προβλήματα απόδοσης

Έχει παρατηρηθεί ότι οι άνθρωποι οι οποίοι είναι εθισμένοι στα Social Media προσπαθούν συνεχώς να δίνουν περισσότερη έμφαση σε αυτά και προσπαθούν να αποφύγουν άλλες υποχρεώσεις. Σύμφωνα με μία πρόσφατη μελέτη που πραγματοποιήθηκε, ένας εργαζόμενος, ο οποίος ήταν εξαρτημένος από τα συγκεκριμένα μέσα έχασε τη θέση του εξαιτίας του συγκεκριμένου εθισμού. Με την βοήθεια του συγκεκριμένου γεγονότος αποδείχθηκε ότι οι άνθρωποι που χρησιμοποιούν τα Social Media, κατά την διάρκεια της εργασίας τους, υποβαθμίζουν τα επίπεδα της απόδοσης τους. Τέλος, τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει και πολλές έρευνες σε φοιτητές σχετικά με την απόδοσή τους στις ακαδημαϊκές τους υποχρεώσεις.

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι φοιτητές, οι οποίοι ήταν και αυτοί εθισμένοι στα Social Media είχαν πολύ χαμηλότερη απόδοση σε σχέση με αυτούς που μπορούσαν να τα διαχειριστούν (Τσακάλου & Πετρίκη, 2019) .

2.3.4. Η συναισθηματική επίδραση των Social Media στους χρήστες του

Ενώ έχουμε αναφερθεί με σύντομο τρόπο και σε προηγούμενα κεφάλαιο για την επίδραση που έχουν τα Social Media στην ψυχική υγεία των νέων, είναι εύλογο και αναγκαίο να αναφερθούμε αναλυτικά σε ένα υποκεφάλαιο για τα αποτελέσματα που έχουν τα Social Media στην ψυχική υγεία των νέων. Αναμφισβήτητα τα Social Media αποτελούν ένα εργαλείο, το οποίο, είτε το διαχειριζόμαστε με σωστό τρόπο είτε όχι, αποτελεί έναν στρεσογόνο παράγοντα στην καθημερινή μας ζωή. Σύμφωνα με έρευνες, οι χρήστες, οι οποίοι αφιερώνουν αρκετό χρόνο στα Social Media νιώθουν ότι η ψυχολογία τους μετά την πολύωρη χρήση αλλοιώνεται. Επίσης, η κοινωνική σύγκριση στις μέρες μας είναι αυτό που επηρεάζει τους περισσότερους νέους. Διότι η κοινωνική σύγκριση κάνει τα άτομα συνεχώς να μειονεκτούν συγκριτικά με αυτούς που παρακολουθούν, έχοντας ως αποτέλεσμα την μείωση των θετικών συναισθημάτων και την αύξηση των αρνητικών (Haferkamp & Kramer, 2011).

2.3.4.1.Αρνητικά συμπτώματα στην ψυχική υγεία

Κατάθλιψη: Όσον αφορά το Facebook, οι Steers et al. (2014) αποφάσισαν να πραγματοποιήσουν μία έρευνα, στην οποία μελέτησαν τον ρόλο της κοινωνικής σύγκρισης στην σχέση του χρόνου χρήσης του Facebook και των καταθλιπτικών συμπτωμάτων, διαπιστώνοντας ότι όσο περισσότερο χρόνο αφιερώνει ένας χρήστης στο Facebook τόσο πιο πολύ αυξάνονται και τα καταθλιπτικά συμπτώματα που αφορούν την κοινωνική σύγκριση.

Άλλη μία έρευνα η οποία αποδεικνύει ακριβώς το ίδιο αποτέλεσμα είναι από τους Appel et al. (2015), οι οποίοι απέδειξαν ότι η συχνή κοινωνική σύγκριση αυξάνει τα καταθλιπτικά συμπτώματα.

Ντροπή - Ενοχή: Το συγκεκριμένο αίσθημα αφορά κυρίως το γυναικείο φύλο. Οι νέες κοπέλες στα Social Media έρχονται καθημερινά αντιμέτωπες με διαδικτυακές φωτογραφίες που αφορούν γυναίκες με όμορφα χαρακτηριστικά και καλλίγραμμα σώματα. Οι συγκεκριμένες φωτογραφίες, στην πλειοψηφία τους, έχουν υποστεί επεξεργασία, ωστόσο στο υποσυνείδητο των κοριτσιών που τις παρακολουθούν πάντα μένει το αποτέλεσμα. Σύμφωνα με μία έρευνα που πραγματοποιήθηκε από καναδούς επιστήμονες, η γυναικεία ανασφάλεια έχει αυξηθεί από τα κοινωνικά μέσα (www.lifo.gr).

Χαμηλή αυτοεκτίμηση: Η χαμηλή αυτοεκτίμηση συνδέεται άμεσα με την κοινωνική σύγκριση, καθώς, όπως έχουμε προαναφέρει, οι επιπτώσεις που φέρνει η κοινωνική σύγκριση είναι πολύ καταστροφικές για την υγεία του χρήστη. Ο χρήστης συγκρίνει συνεχώς τον εαυτό με άλλους και αυτό επηρεάζει σημαντικά την ψυχική του υγεία, καθώς ο χρήστης συνεχώς θεωρεί ότι δεν είναι αρκετά όμορφος ή ψηλός, όπως το εκάστοτε άτομο που παρακολουθεί. Σύμφωνα με την Έλια Θεοτοκά, η οποία είναι κλινική ψυχολόγος-ψυχοθεραπεύτρια στο Αιγινήτειο Νοσοκομείο αναφέρει ότι ο εθισμός στο διαδίκτυο και τα κοινωνικά δίκτυα κρύβει ένα φαύλο κύκλο μοναξιάς και χαμηλής αυτοεκτίμησης.

2.3.4.1.1.Βίαια Μέσα

Όλα όσα βλέπουν ή ακούν οι νεαροί ενήλικες στα μέσα ενημέρωσης, νωρίς στη ζωή τους, τους επηρεάζουν με κάποιο τρόπο. Τα θετικά πρότυπα γονεϊκού ρόλου υποδεικνύουν ότι, προς το συμφέρον των παιδιών, οι γονείς πρέπει να περιορίσουν την έκθεσή τους σε βίαιες πράξεις. Δυστυχώς όμως, η βία είναι μια από τις πιο δημοφιλείς μορφές ψυχαγωγίας. Πάνω από το 60% των τηλεοπτικών εκπομπών που προβάλλονται στο primetime περιέχουν κάποια μορφή βίας. Πάνω σε αυτό το θέμα υπάρχουν δύο πολύ αντίθετες πλευρές. Τα μέσα ενημέρωσης που εμπορεύονται τη βίαιη τηλεόραση, τα βιντεοπαιχνίδια και άλλες μορφές ψυχαγωγίας διαφωνούν ότι δεν είναι ασφαλής ψυχαγωγία, ενώ άλλοι υποστηρίζουν ότι η βία προάγει τη βία.

Η έρευνα του Victor (2017) τείνει να συμφωνεί με τους υποστηρικτές που επισημαίνουν ότι η βία που προβάλλεται από τα μέσα ενημέρωσης συνδέεται άμεσα με την επιθετική συμπεριφορά των νέων. Αυτή η επικίνδυνη συμπεριφορά μπορεί να περιλαμβάνει βία εναντίον άλλων, αλλά και έλλειψη τύψεων για τις συνέπειες αυτής.

Η λανθασμένη σκέψη για την βία δημιουργεί στρεσογόνους παράγοντες στα παιδιά, που μπορεί να οδηγήσουν στην εμφάνιση πολλών διαφορετικών συμπτωμάτων. Τα παιδιά που βλέπουν τη βία στα μέσα ενημέρωσης είναι πιο πιθανό να έχουν αυξημένα συναισθήματα εχθρότητας, μειωμένη συναισθηματική απόκριση στην απεικόνιση της βίας και των τραυματισμών που οδηγούν σε βίαιη συμπεριφορά, μέσω της μίμησης.

Η μίμηση αυτού που έχουν δει σε μια τηλεοπτική εκπομπή προκαλεί πρώτα τραυματισμό στον εαυτό τους και μετά στους άλλους γύρω τους. Μια άλλη άποψη από ερευνητές υποδηλώνει ότι η εκτέλεση βίαιων πράξεων στα βιντεοπαιχνίδια μπορεί να συμβάλλει περισσότερο στην επιθετικότητα των παιδιών, σε σχέση με τη παθητική παρακολούθηση βίαιων πράξεων στην τηλεόραση (Cesarone, 1994).

Ένα άλλο θέμα είναι ότι στα περισσότερα βιντεοπαιχνίδια, οι γυναίκες απεικονίζονται συνήθως ως πρόσωπα, στα οποία γίνεται μια πράξη παρά ως εμπνευστές δράσης, δηλαδή απεικονίζονται ως θύματα. Η ταινία Matrix, για παράδειγμα, λέγεται ότι ήταν το έναυσμα για να γίνουν οι μαθητές γυμνασίου βίαιοι και να φοράνε καμπαρντίνες. Μια άλλη έρευνα διαπίστωσε ότι οι άντρες παίζουν

βιντεοπαιχνίδια συχνότερα από τις γυναίκες, τα οποία όμως μπορεί να είναι ένας παράγοντας παραγωγής βίας.

Σύμφωνα με τον Victor (2017), η βία σε αντίθεση με την απλή θέαση της βίας κάνει τα παιδιά να εξοικειωθούν περισσότερο με το πώς να ενεργούν με βία χωρίς να πιστεύουν ότι θα έχουν συνέπειες. Από την άλλη, οι κατασκευαστές αυτών των βίαιων τύπων μέσων όπως π.χ. οι ταινίες, τα βιντεοπαιχνίδια και η τηλεόραση υποστηρίζουν ότι τα βίαια παιδιά έλκονται από αυτούς τους τύπους βίαιης ψυχαγωγίας. Αυτοί οι άνθρωποι πιστεύουν ότι το παιδί πρέπει να έχει εκτεθεί σε κάτι περισσότερο από τον απλό προγραμματισμό παιχνιδιών, προκειμένου να εκδηλώσουν συμπεριφορές που μπορεί να έχουν δει στην τηλεόραση ή στα μέσα ενημέρωσης.

Κάποιοι θα υποστηρίξουν, ωστόσο, ότι το πραγματικό αποτέλεσμα είναι τόσο μικρό που στην πραγματικότητα μια υπόθεση υποδηλώνει ότι η έκθεση σε βίαια μέσα μπορεί πραγματικά να προσφέρει απελευθέρωση των τρομακτικών συναισθημάτων των παιδιών και των νεαρών ενηλίκων. Όταν τα παιδιά αρχίζουν να παίζουν βιντεοπαιχνίδια δεν έχουν αναπτύξει σε ικανοποιητικό βαθμό την ικανότητα να διακρίνουν μεταξύ τι είναι πραγματικότητα και τι δεν είναι. Αυτό μπορεί να αναγκάσει τα μικρά παιδιά να ενεργήσουν βίαια, όπως έχουν δει στην τηλεόραση, τα βιντεοπαιχνίδια και άλλα, μη γνωρίζοντας ότι αυτό που κάνουν είναι λάθος ή ακατάλληλο (Victor, 2017).

Το μόνο μέρος του ζητήματος στο οποίο συμφωνούν οι ερευνητές είναι ότι οι βίαιοι τύποι μέσων δεν είναι η μόνη αιτία των παιδιών που διαπράττουν βίαιες πράξεις. Η εμπλοκή των γονέων στο τι παρακολουθούν τα παιδιά τους, στο πώς η οικογένεια αλληλοεπιδρά μεταξύ τους, στο τι εκτίθενται τα παιδιά στο περιβάλλον τους, πώς θα συμπεριφερθούν και ποιο σύστημα αξιών θα ακολουθήσουν είναι σημαντικότερα από τα βιντεοπαιχνίδια. Αποτελέσματα μελέτης του Victor (2017) αποκάλυψαν ότι οι παρορμητικοί νεαροί εμφάνισαν αυξημένες ποσότητες βίαιης επιθετικότητας προς τα αντικείμενα που παίζουν. Ωστόσο, σε μια αντιφατική μελέτη διαπιστώθηκε ότι εκεί δεν υπήρχε διαφορά μεταξύ των παιδιών που εκτέθηκαν σε βίαια μέσα και εκείνων που εκτέθηκαν σε μη βίαια μέσα. Η θεωρία της κάθαρσης αμφισβητεί τον ισχυρισμό ότι το βίαιο περιεχόμενο βιντεοπαιχνιδιών ενθαρρύνει την επιθετικότητα (Victor, 2017).

Αυτή η θεωρία προτείνει ότι η συναισθηματική ορμή που προκαλείται από το βίαιο βιντεοπαιχνίδι μειώνει την πιθανότητα ενός παιδιού να εκδηλώσει βίαιη συμπεριφορά στην πραγματικότητα. Το παιχνίδι φαντασίας και οι φανταστικές ενέργειες μειώνουν τις πιθανότητες να εμφανίσει το παιδί επιθετικότητα στην πραγματική συμπεριφορά (Ivory, 2001).

2.3.4.1.2.Μυστικότητα

Ο Youn (2009) επισημαίνει ότι οι έφηβοι ενδιαφέρονται να έχουν ιδιωτική ζωή. Όταν ανησυχούν για κινδύνους, συμμετέχουν σε συμπεριφορές προστασίας του απορρήτου, όπως η προσαρμογή των προφίλ τους σε "ιδιωτική" από "δημόσια" πρόσβαση, άρνηση παροχής στοιχείων ταυτοποίησης ή ψευδών πληροφοριών και αποφυγή ορισμένων ιστοσελίδων.

Ωστόσο, οι περισσότεροι νέοι δεν διαβάζουν τις πολιτικές απορρήτου των ιστότοπων ή μπορεί να μην γνωρίζουν ότι οι πληροφορίες τους διατρέχουν κίνδυνο γνωστοποίησης σε τρίτα μέρη όπως οι διαφημιστές. Αν και ανησυχούν να μιλήσουν με άτομα που δεν γνωρίζουν στο διαδίκτυο, φαίνεται να ανησυχούν λιγότερο για τη δημοσίευση πληροφοριών για τον εαυτό τους. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα το 21% των νεαρών να πιστεύουν ότι είναι ασφαλές να δημοσιεύουν προσωπικές πληροφορίες, συμπεριλαμβανομένων φωτογραφιών, στο διαδίκτυο με ένα δημόσιο προφίλ (Cox, 2007).

2.3.4.2.Θετικά συμπτώματα στην ψυχική υγεία

2.3.4.2.1.Κοινωνικοποίηση

Ένα από τα πλεονεκτήματα που παρέχουν τα Social Media είναι και η κοινωνικοποίηση των νέων. Πολλές έρευνες έχουν αποδείξει ότι νέοι, οι οποίοι μπορεί στην κοινωνική τους ζωή να μην τόσο ανοιχτοί, μέσω των Social Media μπόρεσαν και έκαναν νέες γνωριμίες. Αυτό μπορεί να επηρεάσει άμεσα θετικά την ψυχική υγεία των ανθρώπων, καθώς με τον συγκεκριμένο τρόπο οι άνθρωποι νιώθουν ότι είναι κοινωνικά αποδεκτοί με άμεσο αποτέλεσμα και να τους αυξάνεται το αίσθημα της

αυτοπεποίθησης αλλά και το αίσθημα της αυτοαποδοχής, κάτι που στις μέρες μας οι άνθρωποι το ψάχνουν διαρκώς.

Όπως υποστηρίζει ο Victor (2017) η συμμετοχή των νέων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί επίσης να τους προσφέρει βαθύτερα οφέλη που επεκτείνονται από την άποψη που έχουν για τον εαυτό τους, για την κοινότητα και για όλο τον κόσμο. Συγκεκριμένα, τους δίνει την ευκαιρία για συμμετοχή στην κοινότητα μέσω:

- φιλανθρωπίας και εθελοντισμού',
- συμμετοχή σε τοπικές εκδηλώσεις (Ito et Al., 2008).
- ενίσχυση της ατομικής και συλλογικής δημιουργικότητας, μέσω ανάπτυξης και ανταλλαγής καλλιτεχνικών και μουσικών προσπαθειών και ανάπτυξης ιδεών με τη δημιουργία ιστολογίων, podcast, βίντεο και ιστότοπους παιχνιδιών.

Όπως επισημαίνει ο Boyd (2008) η επέκταση των διαδικτυακών συνδέσεων ενός νέου με άλλα άτομα που έχουν κοινά ενδιαφέροντα, από διαφορετικά κοινωνικοοικονομικά υπόβαθρα, ενισχύει την ατομική ταυτότητα και τις μοναδικές κοινωνικές δεξιότητές του (Boyd, 2008).

Οι Blumenfeld και Cooper (2010) αναφέρουν ότι νέοι που μπορεί να τους λείπουν οι παραδοσιακές σχέσεις, εκείνοι που ζουν με μια ασθένεια ή αναπηρία ή εκείνοι που μπορεί να αισθάνονται σωματικά μη ελκυστικοί, μπορούν μέσω των Social Media να βρουν υποστήριξη. Αποτελέσματα έρευνας του Nielsen (2009) επισημαίνουν ότι το 57% των νέων προσφεύγουν στο διαδίκτυο για συμβουλές και διαδικτυακές αναζητήσεις για να λάβουν απαντήσεις σε πολλές από τις ανησυχίες για την υγεία τους. Το 31% των διαδικτυακών χρηστών λαμβάνει πληροφορίες για την υγεία, τη δίαιτα ή τη φυσική κατάσταση από το Διαδίκτυο, ενώ το 17 % του πληθυσμού που χρησιμοποιεί το Διαδίκτυο αναφέρει ότι το χρησιμοποιεί για να συλλέξει πληροφορίες για θέματα υγείας που είναι δύσκολο να συζητηθούν με άλλους, όπως η χρήση ναρκωτικών και η σεξουαλική υγεία (Victor, 2017).

Οι Lenhart et al. (2010) επισημαίνουν ότι το 80% των νέων, των οποίων οι οικογένειες έχουν χαμηλά εισοδήματα είναι πιο πιθανό να χρησιμοποιούν κοινωνικά δίκτυα, από ό,τι νέοι από πλουσιότερα νοικοκυριά (70%). Επίσης, οι ίδιοι μελετητές

διαπίστωσαν ότι απέκτησαν περισσότερη ανεξαρτησία και ελευθερία μέσω της ιδιοκτησίας ενός κελιού τηλεφώνου, που τους επιτρέπει να επικοινωνούν με τους γονείς τους και ότι συχνά χρησιμοποιούν φωνητικές κλήσεις για να αναζητήσουν κοινωνική υποστήριξη ή να συζητήσουν προσωπικά θέματα.

2.3.4.2.2.Βελτιωμένες ευκαιρίες μάθησης

Οι μαθητές/τριες Γυμνασίου και Λυκείου χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να συνδεθούν μεταξύ τους στις εργασίες και σε ομαδικά έργα (Boyd, 2008). Για παράδειγμα, το Facebook και παρόμοια προγράμματα μέσω κοινωνικής δικτύωσης επιτρέπουν στους μαθητές να συγκεντρωθούν εκτός τάξης να συνεργαστούν και να ανταλλάξουν ιδέες για εργασίες. Ορισμένα σχολεία χρησιμοποιούν με επιτυχία ιστολόγια ως εργαλεία διδασκαλίας (Bojja,2005), τα οποία προσφέρουν το πλεονέκτημα της ενίσχυσης των δεξιοτήτων στη γραπτή έκφραση και τη δημιουργικότητα (Victor, 2017).

2.3.4.2.3.Πρόσβαση σε Πληροφορίες Υγείας

Οι έφηβοι διαπιστώνουν ότι μπορούν να έχουν πρόσβαση σε διαδικτυακές πληροφορίες σχετικά με τα προβλήματα υγείας τους εύκολα και ανώνυμα. Οι εξαιρετικοί πόροι υγείας διατίθενται ολόένα και περισσότερο στους νέους για ποικίλα θέματα ενδιαφέροντος, όπως σεξουαλικά μεταδιδόμενες λοιμώξεις, μείωση του στρες και σημάδια κατάθλιψης. Έφηβοι με χρόνιες ασθένειες μπορούν να έχουν πρόσβαση σε ιστότοπους, μέσω των οποίων μπορούν να αναπτύξουν υποστηρικτικά δίκτυα ατόμων με παρόμοια προβλήματα (Lenhart et al., 2010).

Τα κινητά τηλέφωνα και η ανταλλαγή μηνυμάτων έχουν ήδη επιφέρει πολλαπλές βελτιώσεις στην υγειονομική περίθαλψη, όπως αυξημένη τήρηση φαρμάκων, καλύτερη κατανόηση της νόσου και λιγότερες παραλείψεις στα ραντεβού (Krishna et al., 2009). Επίσης, αποδεικνύεται ότι οι νέοι χώροι κοινωνικής δικτύωσης διαθέτουν εφαρμογές στα κινητά όπου οι έφηβοι θα έχουν ευκαιρίες να μάθουν για τα θέματα υγείας τους και να επικοινωνήσουν μαζί με τους γιατρούς τους.

Ωστόσο, λόγω της νεαρής ηλικίας τους, οι έφηβοι μπορεί να συναντήσουν ανακρίβειες, κατά τη διάρκεια αυτών των αναζητήσεων, και απαιτείται η συμμετοχή των γονέων για να βεβαιωθούν ότι χρησιμοποιούν αξιόπιστους διαδικτυακούς πόρους και ότι ερμηνεύουν τις πληροφορίες σωστά, αλλά και να μην κατακλύζονται από τις πληροφορίες που διαβάζουν. Οι γονείς πρέπει να ενθαρρύνονται να ρωτούν για τις διαδικτυακές αναζητήσεις των παιδιών και των εφήβων και να συζητούν για θέματα Ψυχικής Υγείας Εφήβων στα μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Victor, 2017).

Οι περισσότεροι έφηβοι που συμμετείχαν σε έρευνα του Rideout (2010) είναι τακτικοί χρήστες των κοινωνικών δικτύων, με πολλούς φίλους και τα πάνε καλά με τους γονείς και το σχολείο. Ο Hartup (1996) αναφέρει ότι σε αντίθετη περίπτωση, η απόρριψη από τους συνομηλίκους και η έλλειψη στενών φίλων είναι μεταξύ των ισχυρότερων προγνωστικών παραγόντων εμφάνισης της κατάθλιψης και των αρνητικών αντιλήψεων για τον εαυτό τους.

Ο Rideout (2010) επισημαίνει ότι σύμφωνα με έρευνα που διεξήγαγε το California Health Interview Survey (2005) το 21% από τους νέους που ρωτήθηκαν βρέθηκαν να κινδυνεύουν για την εμφάνιση κατάθλιψης. Επιπλέον, το 68% των κοριτσιών σε εθνικό επίπεδο αναφέρει ότι έχει αρνητική εμπειρία σε ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης.

Μερικοί από αυτούς ανέφεραν ότι το Facebook μπορεί να υποκινήσει καβγάδες, ειδικά με τη δημιουργία σελίδων «καψίματος» που δημιουργήθηκαν με ρητό σκοπό να χλευάζουν ή να πειράζουν τους άλλους (Boyar, 2011).

Όλοι οι έφηβοι, αγόρια και κορίτσια, τείνουν να συγκρίνουν τον εαυτό τους με μοντέλα σε τηλεοπτικές διαφημίσεις, πιο συχνά σε αυτή την ηλικία. Ωστόσο, αυτό έχει ως αποτέλεσμα οι περισσότεροι έφηβοι να αισθάνονται ανασφάλεια και έλλειψη εμπιστοσύνης στον εαυτό τους. Αυτό οδήγησε, επίσης, σε ανθυγιεινό τρόπο ζωής που είναι ένα από τα πιο σοβαρά πράγματα που πρέπει να προσέξουν οι γονείς. Τα κορίτσια κάνουν σκληρή δίαιτα για να αποκτήσουν το απρόσιτο σώμα αυτών των μοντέλων που βλέπουν στις διαφημίσεις και τα αγόρια συχνά καταφεύγουν στη χρήση στεροειδών και στην υπερβολική άσκηση για να επιτύχουν ένα μυώδες σώμα (Droomgoole, 2006).

Η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δημιουργεί, επίσης, μια ευκαιρία για συναισθηματική δυσφορία από τη λήψη απειλών, παρενόχληση ή ταπεινωτική επικοινωνία από άλλον έφηβο, που ονομάζεται διαδικτυακός εκφοβισμός.

Στην Καλιφόρνια, περίπου το 23% των νέων αναφέρουν ότι απειλούνται από έναν συνομήλικο. Ο διαδικτυακός εκφοβισμός εμφανίζεται παρόμοιος με τον εκφοβισμό εκτός Διαδικτύου (Lenhart,2007). Όμως, έχει αποδειχθεί ότι προκαλεί υψηλότερα επίπεδα κατάθλιψης και άγχους στα θύματα από ό,τι ο παραδοσιακός εκφοβισμός και έχει, επίσης, συνδεθεί με περιπτώσεις νεανικής αυτοκτονίας (Kowalski, 2010).

2.3.4.2.4.Αίσθημα αποδοχής

Το αίσθημα αποδοχής είναι πολύ σημαντικό για τους νέους και γενικότερα για τους ανθρώπους, διότι με αυτόν τον τρόπο οι άνθρωποι νιώθουν ότι είναι κοινωνικά αποδεκτοί από το υπόλοιπο σύνολο. Μέσω των Κοινωνικών Δικτύων, οι χρήστες εκτός από το ότι μπορούν να επικοινωνούν με άλλους, προσπαθούν συνεχώς να ‘αντιγράψουν’ και την μόδα που κυκλοφορεί στα κοινωνικά δίκτυα.

2.4 Έρευνες πάνω στην επίδραση των Social Media στην ψυχολογία των χρηστών τους

2.4.1 Ποια κοινωνικά μέσα χρησιμοποιούν πιο συχνά οι νέοι

Η χρήση των Social Media ξεκίνησε ως προσωπική κοινή χρήση και ως ένα μέρος ψυχαγωγίας ιδιαίτερα για τους νέους. *«Ένα σημαντικό κίνητρο του χρήστη ήταν η ανακούφιση των ψυχοκοινωνικών προβλημάτων»* (Kim et al., 2009). Η κατάσταση αυτή, ωστόσο, άλλαξε όταν εμπορευματοποιήθηκε από τις εταιρίες. Αν κάποτε το «κλίμα» το οποίο επικρατούσε στα Social Media ήταν χαλαρό και έδινε ένα αίσθημα χαλάρωσης και ψυχαγωγίας, πλέον έχει γίνει μία ολόκληρη βιομηχανία. Όλα αυτά έχουν φέρει ως αποτέλεσμα να νομίζουν οι νέοι ότι «η δημόσια προσωπικότητα είναι αξιόπιστη» (Ledbetter & Redd, 2016). Ως αποτέλεσμα, τείνουν να εμπιστεύονται

εταιρίες αλλά και πρόσωπα, τα οποία έχουν απήχηση στο κοινό, καθώς νιώθουν ότι είναι αξιόπιστα (Ledbetter & Meisner, 2020).

Ακόμα και στο YouTube, οι θεατές οι οποίοι παρακολουθούν ένα κανάλι, αρχίζουν να ταυτίζονται και να νιώθουν οικεία με το άτομο που έχουν στην οθόνη τους. Αποκτούν ένα είδος οικειότητας με τον «δημιουργό» των βίντεο και νιώθουν ότι υπάρχει κάποιος, ο οποίος έχει τις ίδιες απόψεις με αυτούς. Δημιουργείται, λοιπόν, ένα περιβάλλον «ασφάλειας» για τον χρήστη, στο οποίο νιώθει ότι ανήκει σε μία ομάδα ανθρώπων, οι οποίοι έχουν τις ίδιες απόψεις με αυτόν και μπορεί να μοιραστεί ελεύθερα την άποψή του. Σε όλη αυτή τη θετική διάθεση που προσφέρει το YouTube, όπως και στο Instagram, οι εταιρείες δε χάνουν την ευκαιρία για ακόμα μία φορά να προωθήσουν τα προϊόντα τους και έτσι οι νέοι πέφτουν ξανά θύματα του υπερκαταναλωτισμού (Ledbetter & Meisner, 2020).

Στην εποχή της τεχνολογίας και σε έναν κόσμο με γρήγορους ρυθμούς, το Instagram έχει βρει το κλειδί της επιτυχίας στο να αποκτά σταθερό κοινό και να κερδίζει όλο και περισσότερους χρήστες καθημερινά. Το 2018, το Instagram συγκέντρωσε ένα δισεκατομμύριο χρήστες με περισσότερους από 500 εκατομμύρια χρήστες να συνδέονται κάθε μέρα για να μοιράζονται και να περιηγούνται σε εικόνες που φορτώνονται μέσω της πλατφόρμας (Katai, 2018). Το 72% των αποφάσεων αγοράς χρηστών του Instagram βασίζεται σε περιεχόμενο που δημοσιεύτηκε στο Instagram (Rebecca, 2017).

Είναι το δημοφιλέστερο σε χρήση Social Media, καθώς ξέρει πώς να επηρεάζει την ψυχολογία των χρηστών του και να προωθεί σωστά τα προϊόντα όσων θέλουν να διαφημίσουν την επιχείρησή τους. Εκμεταλλεύεται τη τεράστια οπτικοακουστική κουλτούρα των καταναλωτών-χρηστών και καταφέρνει να προβάλλει προϊόντα και για τον λόγο αυτό, στο Instagram τα προϊόντα ένδυσης είναι το νούμερο ένα στη κατηγορία των αγοραστών. Στην εποχή του «φαίνεσθαι» όπου όλοι αναζητούν αναγνώριση και αποδοχή και ο υπερκαταναλωτισμός είναι στα ύψη, το Instagram έχει καταφέρει να μπει στην ψυχοσύνθεση των χρηστών και να αυξήσει τα κέρδη των εταιρειών, χρησιμοποιώντας τη διαφήμιση προς όφελός του (Djafarova & Bowes, 2020).

2.4.2 Για ποιους λόγους χρησιμοποιούν τα Social Media

Η μόδα στους νέους είναι τρόπος έκφρασης. Η ανάγκη να έχει ο καθένας όσα περισσότερα γίνεται δημιουργεί έναν «ανταγωνισμό» στη κοινωνία και οι νέοι καταλήγουν να γίνονται ευτυχισμένοι με τα υλικά αγαθά. Η ταχύτητα είναι σημαντική για οποιεσδήποτε δραστηριότητες αναλαμβάνει η Generation Z. Η έρευνα δείχνει ότι το 41% των καταναλωτών Generation Z είναι αγοραστές ώθησης, ακολουθούμενοι από τους Millennials στο 34% και το Generation X στο 32%.

Μέσα από τη μόδα οι νέοι εκφράζονται και δείχνουν την προσωπικότητά τους. Οι εταιρίες, γνωρίζοντας τη κατάσταση αυτή, δημιουργούν συνέχεια καινούργιες στρατηγικές marketing, έχοντας ως στόχο το κέρδος, χωρίς να νοιάζεται κανείς για τον ψυχικό κόσμο των νέων και πόσο αρνητικά επηρεάζει τους ίδιους ως καταναλωτές. Ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό ανθρώπων παίρνει ιδέες από εικόνες, τις οποίες βλέπει στο Instagram, καθώς βρίσκουν αυτούς τους ιστότοπους ως χώρους έμπνευσης. Το περιβάλλον, μέσα στο οποίο ο καθένας αναζητά κάτι κάνει τον χρήστη να νιώθει οικεία, ασφάλεια και ταυτόχρονα να πέφτει «θύμα» αυτής της νέα αγοράς (Yang, Kim & Tannoff, 2020).

Τα Social Media παίζουν, πλέον, καθοριστικό ρόλο στη ζωή των ανθρώπων και ιδιαίτερα των νέων. Γίνεται όλο και περισσότερο χρήση καθώς υπάρχει μία τεράστια αλληλεπίδραση με τους χρήστες. Κάθε άνθρωπος, ο οποίος χρησιμοποιεί τα Social Media έχει διαφορετικούς στόχους στη ζωή του, έχει διαφορετικά κίνητρα, τα οποία παίζουν σημαντικό ρόλο χωρίς αυτό πάντα να σημαίνει ότι χρησιμοποιεί με διαφορετικό τρόπο τα Social Media από κάποιον άλλον.

Οι στόχοι κάποιου ανθρώπου μπορεί να επηρεάσουν όχι μόνο τον τρόπο που κάποιος συνδέεται με άλλους στα Social Media, αλλά και τις αντιλήψεις των κοινωνικών δεσμών που συνοδεύουν μια τέτοια δραστηριότητα κοινωνικών μέσων. Λόγω του ότι τα Social Media έχουν πολλούς και διαφορετικούς τρόπους χρήσης εξετάζουμε τους τύπους χρήσης των κοινωνικών μέσων, ώστε να καταλάβουμε πως λειτουργεί ο καθένας και τι επιπτώσεις έχει στη ψυχολογία του κάθε χρήστη (Brinkman et al., 2020).

Υπάρχουν τρεις τύποι χρήσης κοινωνικών μέσων: 1) Οι δραστηριότητες κοινωνικών μέσων που επιτρέπουν στα άτομα να αλληλοεπιδράσουν με ένα ευρύ κοινό (δηλ. Δημοσίευση / απάντηση σε περιεχόμενο μόνο εάν κάποιος πιστεύει ότι μεγάλος αριθμός ατόμων θα το δουν ή / και θα ανταποκριθούν), 2) ενεργή ανάρτηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. δημοσίευση φωτογραφιών, ενημερώσεις κατάστασης ή tweets) και 3) χρήση κοινωνικών μέσων με σκοπό την πρόοδο ή τη διατήρηση κοινωνικών σχέσεων. Επίσης, εκτός από τον τρόπο, με τον οποίο οι άνθρωποι χρησιμοποιούν τα Social Media, υπάρχει και ένας άλλος σημαντικό παράγοντας, ο οποίος επηρεάζει τη ψυχολογία τους και είναι οι κοινωνικοί στόχοι, οι οποίοι είναι διαφορετικοί σε κάθε χρήστη. Τα άτομα αυτά έχουν μεγαλύτερη αίσθηση κοινωνικής σύνδεσης (Brinkman et al., 2020).

2.4.3 Ανασφάλειες των νέων μέσα από τα πρότυπα στα Social Media

Κάθε άνθρωπος, όπως προαναφέρθηκε, έχει διαφορετικό στόχο στη ζωή του και αυτό φαίνεται ακόμα και στα Social Media, στα οποία όσοι έχουν ισχυρότερους στόχους αποφυγής επίδειξης τείνουν να έχουν χαμηλότερη κοινωνική αποτελεσματικότητα και ικανοποίηση με τις κοινωνικές σχέσεις (Ryan & Shim, 2006). Από την άλλη, τα άτομα με ισχυρότερους τρόπους αποφυγής επίδειξης τείνουν να έχουν χαμηλότερη δημοτικότητα μεταξύ των συνομηλίκων (Rodkin et al., 2013) και περισσότερα αρνητικά συναισθήματα (Shim et al., 2013).

Θετικά αποτελέσματα παρατηρούνται σε όσους έχουν στόχους κοινωνικής ανάπτυξης, ενώ αρνητικά σε όσους έχουν στόχους κοινωνικής επίδειξης ή αποφυγής. «Τα άτομα με στόχους κοινωνικής επίδειξης ενδιαφέρονται περισσότερο να παρουσιάσουν μια θετική εικόνα του εαυτού τους (προσέγγιση επίδειξης) ή να αποφύγουν μια αρνητική εικόνα του εαυτού τους (αποφυγή επίδειξης), αντί να αναπτύξουν σχέσεις με άλλους (Ryan & Shim, 2006).

Τα Social Media δημιουργούν ένα αίσθημα κοινωνικής επιτυχίας και σύνδεσης, καθώς επιτρέπουν στους χρήστες να δημιουργούν περιεχόμενο, το οποίο έχει να κάνει με τη προσωπική τους ζωή και το ποιο είναι, να παρουσιάσουν δηλαδή τον εαυτό τους σε ένα ευρύ κοινό, το οποίο φυσικά είναι ο στόχος όσων έχουν στόχους κοινωνικής

επίδειξης. Βεβαίως, όλες αυτές οι «σχέσεις», οι οποίες δημιουργούνται μέσα από τα Social Media, τις περισσότερες φορές, είναι επιφανειακές και δεν έχουν διάρκεια στο χρόνο, σε αντίθεση με τις προσωπικές σχέσεις, τις οποίες δημιουργούμε όταν υπάρχει και προσωπική επαφή. Παρόλο που αυτά τα άτομα έχουν υψηλούς στόχους κοινωνικής επίδειξης, δεν δίνουν ιδιαίτερη βάση στο πόσο «ποιοτικές» είναι οι σχέσεις αυτές, καθώς ο στόχος τους είναι να είναι κοινωνικά αποδεκτοί και να έχουν κοινωνική επιτυχία (Brinkman et al., 2020).

2.4.4. Κατάθλιψη και Social Media

Τα Social Media είναι ένα σύνολο εφαρμογών, τα οποία ο κάθε χρήστης τα χρησιμοποιεί με διαφορετικό τρόπο. Υπάρχουν δύο ειδών χρήσεις: η παθητική και η ενεργή. Ως παθητική εννοούμε την προβολή εικόνων και την καταναλωτική χρήση των Social Media. Αντίθετα, ενεργή θεωρούμε τη χρήση από κάποιον, όταν χρησιμοποιεί τις πλατφόρμες αυτές για να δημοσιεύει υλικό και να δημιουργεί δημόσιο και ιδιωτικό περιεχόμενο. Δημόσιο περιεχόμενο είναι τα tweets ή η ενημέρωση κατάστασης, ενώ ιδιωτικό θεωρούμε τα προσωπικά μηνύματα. Παρόλο που τα Social Media έχουν κοινωνική χρήση, όπως λέει το όνομά τους εξάλλου, πλέον οι χρήστες τα χρησιμοποιούν περισσότερο για ενημέρωση και για καταναλωτική χρήση, παρά για επικοινωνία με άτομα της ηλικίας τους. Το γεγονός αυτό έχει φέρει αρκετά αρνητικά αποτελέσματα στην ψυχολογία των νέων (Kingsbur et al., 2020).

Η εφηβεία είναι η πιο ευάλωτη περίοδος κατά τη διάρκεια ζωής ενός ανθρώπου. Είναι το μεταβατικό στάδιο προς την ενήλικη ζωή και αυτό το κάνει αρκετά δύσκολο, όχι μόνο για τα ίδια τα παιδιά, αλλά και για τους ίδιους τους γονείς τους, οι οποίοι έρχονται αντιμέτωποι με αλλαγές συμπεριφορών και πολλές φορές καταστροφικές για τα ίδια τα παιδιά. Σύμφωνα με έρευνες των Kross et al., (2013) και Sagioglou & Greitemeyer (2014) η χρήση των Social Media συνδέεται με αρνητικά αποτελέσματα, όπως η κατάθλιψη. Οι αυτοτραυματισμοί και οι αυτοκτονικές συμπεριφορές είναι ένα σύνθηρες φαινόμενο, το οποίο, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο οργανισμό υγείας (2019), αποτελεί τη δεύτερη αιτία θανάτου σε άτομα ηλικίας 15-29 ετών παγκοσμίως (Kingsbur et al., 2020).

Οι νέοι περνάνε αρκετές ώρες στα Social Media, πολλοί έως και 18 ώρες. Οι γυναίκες περνούν περισσότερο χρόνο σε αυτά σε αντίθεση με τους άντρες, το οποίο μπορεί να εξηγηθεί με λογικά επιχειρήματα, καθώς οι περισσότερες εταιρείες και ο κόσμος της μόδας απευθύνεται περισσότερο σε γυναικείο κοινό αλλά και γιατί οι γυναίκες καταναλώνουν πολλά περισσότερα πράγματα από τους άντρες. Εκτός όμως από αυτό το γεγονός, παρατηρούνται περισσότερες ψυχολογικές διαταραχές και τάσεις αυτοκτονίας στο γυναικείο φύλο, καθώς περνούν περισσότερο χρόνο στα Social Media και επηρεάζονται από όλα τα κοινωνικά πρότυπα, τα οποία προβάλλονται και αποκτούν τάσεις κατωτερότητας και ηττοπάθειας. Σε ακραίες καταστάσεις φτάνουν μέχρι και την αυτοκτονία (Kingsbur et al., 2020).

Γενικότερα, η χρήση δημόσιων μέσων κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. δημοσίευση συνδέσμων, φωτογραφιών ή ενημερώσεων κατάστασης) σχετίζεται με αυξημένο κίνδυνο και αυτοκτονία στους νέους. Σε ένα δείγμα εφήβων, ανέφεραν ότι η δημόσια χρήση συσχετίστηκε με μεγαλύτερη καταθλιπτική διάθεση (Frison & Eggermont, 2016). Σύμφωνα με τους Frison & Eggermont, (2015), η χρήση του Facebook δημιουργεί καταθλιπτική διάθεση στους νέους, γεγονός που οφείλεται στα σχόλια φωτογραφιών ή δημοσιεύσεων. Ωστόσο, δεν είναι λίγες οι φορές που και η έλλειψη σχολίων οδηγεί δύναται να οδηγήσει σε αυτό το αποτέλεσμα (Kingsbur et al., 2020).

Τα προφίλ όσων χρησιμοποιούν τα Social Media και είναι ενεργά σε καθημερινή βάση είναι αρκετά προσεγμένα και τις περισσότερες φορές βλέπουμε μόνο τις καλύτερες στιγμές ενός ανθρώπου και πιστεύουμε ότι όλα είναι αψεγάδιαστα. Η παθητική χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης υποτίθεται ότι διευκολύνει δυσμενείς κοινωνικές συγκρίσεις, θέτοντας τους χρήστες σε κίνδυνο για συναισθήματα φθόνου και μειωμένης αυτοεκτίμησης (Appel et al., 2016). Δυστυχώς πολλοί νέοι, και ιδιαίτερα οι έφηβοι, πέφτουν θύματα της σύγχρονης διαδικτυακής εποχής (Kingsbur et al., 2020).

Στα Social Media βλέπουμε μόνο τη «φανταχτερή» πλευρά των ανθρώπων, καθώς αυτή μας παρουσιάζεται μέσα από αυτά. Κανένας δεν δημοσιεύει τα προβλήματά του ή τις «κακές» στιγμές του. Όλοι θέλουν να έχουν ένα «τέλειο» προφίλ

για τον κόσμο. Ως αποτέλεσμα, οι νέοι συγκρίνουν την προσωπική τους ζωή με όσα βλέπουν μέσα από τα Social Media και γι' αυτό οι περισσότεροι δεν νιώθουν ευτυχισμένοι με τη ζωή τους και πέφτουν σε κατάθλιψη, νομίζοντας πως η ζωή τους δεν είναι τέλεια. Αποκτούν ανασφάλειες, καθώς προσπαθούν να μοιάσουν σε όλα τα πρότυπα, τα οποία προβάλλονται και πολλοί είναι αυτοί, οι οποίοι δεν καταλαβαίνουν ότι είναι όλα ψέματα.

Για όλους τους ανωτέρω λόγους, εκτός από κατάθλιψη και ηττοπάθεια, σε πιο ακραίες περιπτώσεις οι νέοι και ιδιαίτερα οι έφηβοι αποκτούν αυτοκτονικές τάσεις και οδηγούνται ακόμα και στην ίδια την αυτοκτονία. Δυστυχώς τα νούμερα αυτά θα συνεχίζουν να αυξάνονται, αν οι ίδιοι δεν αλλάξουμε τον τρόπο, με τον οποίο χρησιμοποιούμε τα Social Media. Τα παιδιά από μικρή ηλικία πρέπει να γνωρίζουν τι στόχους εξυπηρετούν όλες αυτές οι εφαρμογές και να καταλάβουν πως οτιδήποτε ανεβαίνει στο διαδίκτυο έχει πάντα κάποιον απώτερο σκοπό. Στο χέρι μας είναι να καταλάβουμε τι είναι αλήθεια και τι ψέμα σε έναν κόσμο «τέλειο» όπως θέλουν να μας τον παρουσιάζουν. Ο κάθε άνθρωπος είναι ξεχωριστός και πρέπει να αγαπάμε τη ζωή μας και τον εαυτό μας. Οφείλουμε να κάνουμε αυτοκριτική και να συνειδητοποιούμε πως ό,τι βλέπουμε στα Social Media δεν αντικατοπτρίζει πάντα την αλήθεια (Kingsbur et al., 2020).

2.4.5. Αποτελέσματα έρευνας της Victor (2017) με θέμα: «The Psychological Impact of Media on Adolescents»

Οι έφηβοι σε όλη τη χώρα χρησιμοποιούν τακτικά το διαδίκτυο, τα κινητά τηλέφωνα και τα βιντεοπαιχνίδια για να συλλέγουν πληροφορίες και να επικοινωνούν μεταξύ τους. Αυτή η ικανότητα αλληλεπίδρασης με άλλους είναι το μοναδικό χαρακτηριστικό των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που παρέχουν ισχυρούς νέους τρόπους στους εφήβους να δημιουργήσουν και να περιηγηθούν στα κοινωνικά περιβάλλοντα. Ο ψυχολογικός αντίκτυπος των μέσων ενημέρωσης των εφήβων εμφανίζεται ταυτόχρονα με την αναπτυσσόμενη ταυτότητά τους, την αναδυόμενη σεξουαλικότητα, τη σωματική ανάπτυξη και την ηθική συνείδηση (Sourander et al., 2010). Τα τελευταία χρόνια, τα

ηλεκτρονικά παιχνίδια, οι υπολογιστές στο σπίτι και το Διαδίκτυο έχουν καταλάβει μια σημαντική θέση στη ζωή μας.

Ο Purcell (2011) υποστηρίζει ότι καμία έρευνα που διεξήχθη δεν μπορεί να αποδείξει τα θετικά ή αρνητικά μακροπρόθεσμα αποτελέσματα των βίαιων ΜΜΕ. Το γεγονός είναι ότι οι γονείς πρέπει να παρακολουθούν και να είναι πιο προσεκτικοί με τα παιδιά τους, παρόλο που καθώς ζούνε οι περισσότεροι μία πολυάσχολη ζωή, τείνουν να ξεχνούν τα πραγματικά ζητήματα της ζωής.

2.4.6. Αποτελέσματα έρευνας των Best, Manktelow και Taylor (2014) με θέμα: «Online communication, social media and adolescent wellbeing: A systematic narrative review»

Οι Best, Manktelow και Taylor (2014) επισημαίνουν ότι υπάρχει μεγάλη συζήτηση και πόλωση σχετικά με τον αντίκτυπο του Διαδικτύου στην ψυχική ευημερία των νέων. Στόχος της έρευνας τους ήταν η συστηματική ανασκόπηση και σύνθεση της τρέχουσας εμπειρικής έρευνας για την διαδικτυακή επικοινωνία, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και την ευημερία των εφήβων.

Οι Best, Manktelow και Taylor (2014) διερεύνησαν τις ευεργετικές όσο και τις βλαβερές συνέπειες της διαδικτυακής επικοινωνίας και της τεχνολογίας των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μεταξύ των νέων. Η έρευνά τους διήρκησε δέκα έτη, από τον Ιανουάριο του 2003 έως τον Απρίλιο του 2013. Τα οφέλη που αναφέρθηκαν από την χρήση των διαδικτυακών τεχνολογιών ήταν:

- η αυξημένη αυτοεκτίμηση
- η αντιληπτή κοινωνική υποστήριξη
- το αυξημένο κοινωνικό κεφάλαιο
- ο ασφαλής πειραματισμός ταυτότητας και
- οι αυξημένες ευκαιρίες για αυτοαποκάλυψη.

Οι επιβλαβείς επιπτώσεις που αναφέρθηκαν είναι η αυξημένη έκθεση σε:

- βλάβη
- κοινωνική απομόνωση
- κατάθλιψη και διαδικτυακό εκφοβισμό.

Η πλειονότητα των μελετών ανέφεραν είτε μικτές, είτε καθόλου επιδράσεις των διαδικτυακών κοινωνικών τεχνολογιών για την ευημερία των εφήβων.

Τα συμπεράσματα που βγήκαν από την συστηματική αφηγηματική ανασκόπηση των Best, Manktelow και Taylor (2014) αποκάλυψαν αντιφατικά στοιχεία, ενώ αποκάλυψαν την απουσία δυνατής αιτιολογικής έρευνας σχετικά με τον αντίκτυπο των κοινωνικών μέσα ενημέρωσης για την ψυχική ευημερία των νέων. Καθώς αυξάνονται οι διαδικτυακές τεχνολογίες χρησιμοποιούνται για σκοπούς υγείας και κοινωνικής φροντίδας, αλλά απαιτείται περαιτέρω έρευνα που θα διαβεβαιώσει ότι είναι κατάλληλα σχεδιασμένα για την προαγωγή της ψυχικής υγείας, της φροντίδας και της υποστήριξης των νέων.

2.4.7. Ανησυχίες για την ασφάλεια των νέων

Όπως υποστηρίζουν οι Livingstone και Bober (2005), οι γονείς πιστεύουν ότι τα παιδιά μέσα από τα Social Media δεν ζούνε την πραγματικότητα της καθημερινής ζωής.

Οι ανησυχίες για την ασφάλεια, την υγεία και την ισορροπημένη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να ταξινομηθούν σε τρεις κύριες ομάδες:

- ανησυχίες για την έκθεση σε ανεπιθύμητο υλικό
- την διαδικτυακή θυματοποίηση και
- τις επικίνδυνες διαδικτυακές συμπεριφορές

Οι Berson και Berson (2005) επισημαίνουν ότι οι νέοι είναι ενεργοί χρήστες που, μέσω της επικοινωνίας των Social Media μπορούν να χειραγωγήσουν, να προσαρμόσουν, να δημιουργήσουν και να διαδώσουν ιδέες και προϊόντα.

Ο Tapscott (1998) υποστηρίζει τα παιδιά είναι αυθεντίες στο διαδίκτυο και ότι ο ψηφιακός γραμματισμός που διακατέχεται από τη νεολαία έχει δώσει αυτονομία και δύναμη στις σχέσεις των παιδιών με τους ενήλικες.

Επίσης, οι σύγχρονες τεχνολογικές εξελίξεις έχουν συμβάλει στον εκδημοκρατισμό της οικογένειας, ιδιαίτερα σε χώρες που είναι πρωτοπόροι στις Τεχνολογίες Πληροφορικής Επικοινωνίας (ΤΠΕ.)

Οι Livingstone και Bober (2005) αναφέρουν ότι η χρήση των Social Media γίνεται από νέους άσχετα από την κουλτούρα τους, την εθνικότητα και την ταυτότητά τους. Όμως, παράλληλα, οι ίδιοι ερευνητές αντιπαραβάλλουν τις ανησυχίες τους για τη μοναχική φύση της χρήσης των νέων μέσων και για τις χαμένες κοινοτικές παραδόσεις και αξίες.

Πιο συγκεκριμένα, οι Livingstone και Bober υποστηρίζουν ότι τα εντατικά ή υψηλά επίπεδα διαδικτυακής συμμετοχής έχουν συσχετιστεί με τον διαδικτυακό κίνδυνο, καθώς ούτε η απλή χρήση του διαδικτύου δεν μπορεί να προβλέψει τον κίνδυνο (Palfrey et al., 2009).

Οι Berson και Berson (2005) εξηγούν ότι η αλματώδη χρήση του διαδικτύου από τους νέους μπορεί να εξηγηθεί με το γεγονός ότι μέσω αυτού λαμβάνουν πολλαπλές αισθητηριακές εισροές που είναι απαραίτητες για την ανάπτυξη των γνωστικών πόρων και μπορούν να ενισχύσουν την ικανότητα των παιδιών να συμμετέχουν στη λήψη αποφάσεων με στοχαστικό τρόπο .

Όμως, στην νεαρή ηλικία, τα παιδιά δεν γνωρίζουν τους κινδύνους και χρειάζονται την επίβλεψη από ενήλικα, ιδίως στην διάρκεια της εφηβείας, όπου η ικανότητα του παιδιού να κάνει επιλογές ζωής είναι ακόμη υπό ανάπτυξη (Berson & Berson, 2005). Στην πραγματικότητα, οι έφηβοι, συχνά, θεωρούνται ευάλωτοι σε επικίνδυνες συμπεριφορές, όπως η κατανάλωση ναρκωτικών ή αλκοόλ και η ανεξέλεγκτη διαδικτυακή έρευνα.

2.4.8. Ευημερία των νέων μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα

Όπως υποστηρίζουν οι Best, Manktelow και Taylor (2014) ο όρος ευημερία (WB) μπορεί να θεωρηθεί ως μία αφηρημένη και εντελώς εξατομικευμένη έννοια, της οποίας το νόημα εμφανίζεται σε συνεχή ροή. Η έρευνα σε αυτόν τον τομέα έχει χωρίσει την ευημερία σε δύο περιοχές:

(1) Ηδονική και

(2) Ευδαιμονική.

Οι Ryan και Deci (2001) θεωρούν την ευημερία ως ένα παράδειγμα ευχαρίστησης εναντίον της δυσαρέσκειας. Διερευνώντας την ηδονική ευημερία,

χρησιμοποίησαν την Υποκειμενική Ευημερία (SWB) ως ένα μέτρο αξιολόγησης που αποτελείται από τις συνιστώσες της ικανοποίησης από τη ζωή που επηρεάζουν θετικά ή αρνητικά την ποιότητα της ζωής. Οι Ryff και Singer (2000) διακρίνουν την ηδονική ευημερία από την «ευτυχία», την οποία μετράνε με το πώς ένα άτομο ζει και εκπληρώνει τους στόχους τη ζωής του.

Οι Ryan και Deci (2001) υποστηρίζουν ότι υπάρχει ισχυρή σύνδεση μεταξύ της κοινωνικής υποστήριξης και ευημερίας. Προηγούμενες μελέτες τόσο από τον Argyle (1987) όσο και από τον De Neve (1999) έχουν δείξει συσχέτιση μεταξύ ευημερίας και υψηλής «συγγένειας» που παρέχεται από τα κοινωνικά δίκτυα. Μια ερευνητική ανασκόπηση από τον Nezlek (2000) κατέληξε, επίσης, στο συμπέρασμα ότι γενικά όσοι έχουν μεγαλύτερη οικειότητα και υψηλότερης ποιότητας σχέσεις, βιώνουν, επίσης, υψηλότερη ευημερία.

Οι DeNeve και Cooper (1998) επισημαίνουν ότι έχουν μεγάλη σημασία τα δίκτυα κοινωνικής υποστήριξης, αν ληφθεί υπόψη το ψυχολογικό κόστος που σχετίζεται με την καταστολή των συναισθημάτων που προκαλούνται από την περιορισμένη κοινωνική υποστήριξη. Οι Cohen και Ashby-Wills (1985) βρήκαν, επίσης, αποδεικτικά στοιχεία μιας ρυθμιστικής υπόθεσης σύμφωνα με την οποία η κοινωνική υποστήριξη μετριάσει την βλάβη που δημιουργούν τα αρνητικά γεγονότα στην ζωή του ανθρώπου. Έτσι, είναι κατανοητές οι συνέπειες της ευημερίας που προκαλεί η διαδικτυακή κοινωνική δικτύωση (OSN) στον αναπτυξιακά ευάλωτο έφηβο.

2.4.9. Εφηβεία

Το Ταμείο Πληθυσμού των Ηνωμένων Εθνών υπολογίζει ότι υπάρχουν πάνω από 1,8 δισεκατομμύρια νέοι, ηλικίας 10-24 ετών στον κόσμο σήμερα (UN-DESA, 2010), πολλά από τα οποία αντιμετωπίζουν σημαντικές νέες πιέσεις και προκλήσεις, λόγω των αυξανόμενων απαιτήσεων της σύγχρονης κοινωνίας (Stengård & Appelqvist-Schmidlechner, 2010).

Οι Mathur και Freeman (2002) επισημαίνουν ότι τα παιδιά σήμερα χρειάζονται περισσότερη υποστήριξη, εκπαίδευση και δεξιότητες αντιμετώπισης και οι γονείς και

το σχολείο πρέπει να τα προετοιμάζουν για μια «πιο πολύπλοκη και τεχνολογικά προηγμένη κοινωνία».

Η δημιουργία και η διατήρηση δικτύων φιλίας θεωρείται σημαντική και αναπτυξιακά σημαντική διαδικασία κατά την εφηβεία (Manago et al., 2012). Σε αυτό το στάδιο της ζωής, η ομάδα συνομηλίκων αποκτά καίρια σημασία γι' αυτούς και εκτοπίζει τις γονικές σχέσεις ως την κύρια πηγή της κοινωνικής υποστήριξης για το νέο άτομο (Boyd & Bee, 2012).

Τα δημοφιλή SNS κυκλοφόρησαν μετά το 2003 (Boyd & Ellison, 2007) με αποτέλεσμα η σημερινή γενιά των εφήβων να είναι η πρώτη ομάδα που «μεγάλωσε» στο διαδίκτυο κοινωνικής δικτύωσης. Μέχρι σήμερα, η ακαδημαϊκή προσοχή σε αυτόν τον τομέα φαίνεται στραμμένη προς την κατεύθυνση νεαρών ενηλίκων πληθυσμών, συγκεκριμένα φοιτητών/τριών μεγαλύτερης ηλικίας (Manago et al., 2012).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Διαδικτυακός εκφοβισμός

3.1.Εισαγωγή

Η ταχεία ανάπτυξη των σύγχρονων τεχνολογιών επικοινωνίας, την τελευταία δεκαετία, οδήγησε σε μια σειρά από νέες δυνατότητες διαδικτυακής αλληλεπίδρασης (Clifford, 2009). Τα έξυπνα τηλέφωνα κατέκτησαν την αγορά και ένας αυξανόμενος αριθμός ανθρώπων έχουν πρόσβαση μέσω κινητού στο Διαδίκτυο και μπορεί να είναι online όλο το εικοσιτετράωρο. Για παράδειγμα, στην Ελβετία, το 95% των εφήβων ηλικίας 12-19 ετών έχουν πρόσβαση στο Διαδίκτυο στο σπίτι, ενώ το 75% έχει, επίσης, πρόσβαση στο Διαδίκτυο από το δικό του δωμάτιο. Επιπλέον, σχεδόν κάθε Ελβετός έφηβος έχει κινητό τηλέφωνο (Willemse et al., 2010).

Αυτή η εξέλιξη στις τεχνολογίες επικοινωνίας έχει οδηγήσει σε προβληματικά πρότυπα διαπροσωπικής επικοινωνίας. Ένα τέτοιο προβληματικό μοτίβο είναι ο διαδικτυακός εκφοβισμός (Barve et al., 2015). Ο διαδικτυακός εκφοβισμός μπορεί να θεωρηθεί ως μια σύγχρονη μορφή εκφοβισμού, που ορίζεται ως μια επιθετική συμπεριφορά που πραγματοποιείται με πρόθεση (εχθρική) και επανειλημμένα (επανάληψη) εναντίον ενός ανυπεράσπιστου θύματος (ανισορροπία εξουσίας)· (Olweus, 1993).

Το σύγχρονο στοιχείο του διαδικτυακού εκφοβισμού είναι η χρήση ηλεκτρονικών μορφών επικοινωνίας (π.χ. Διαδίκτυο ή κινητά τηλέφωνα) (Smith et al., 2008). Ωστόσο, η επανάληψη και η ανισορροπία ισχύος είναι χαρακτηριστικά του παραδοσιακού εκφοβισμού που μπορεί να είναι δύσκολο να εννοηθούν στο πλαίσιο του διαδικτυακού εκφοβισμού (Nocentini et al., 2010).

Στην πραγματικότητα, η επανάληψη και η ανισορροπία δύναμης μερικές φορές παραλείπονται από τον ορισμό και τη λειτουργικότητα του διαδικτυακού εκφοβισμού, με αποτέλεσμα να είναι δύσκολο να συγκριθούν στις υπάρχουσες μελέτες (Tokunaga, 2010) από τον παραδοσιακό εκφοβισμό, εξαιτίας:

- (i) της ανωνυμίας των δραστών
- (ii) του δυνητικά άπειρου κοινού
- (iii) της αδυναμίας του εκφοβιστή να παρατηρήσει την άμεση αντίδραση του στόχου και
- (iv) της απουσίας χρονικών και χωρικών περιορισμών (Slonje & Smith, 2008).

Την τελευταία δεκαετία, ο διαδικτυακός εκφοβισμός έχει προσελκύσει μεγάλη προσοχή τόσο στα μέσα ενημέρωσης όσο και στην επιστημονική έρευνα. Αυτό έχει ενισχυθεί από έναν αριθμό αυτοκτονιών που οφείλονται σε σοβαρές εμπειρίες διαδικτυακού εκφοβισμού (ABC News, 2007).

Ωστόσο, η έρευνα για τον διαδικτυακό εκφοβισμό είναι τόσο νέα όσο και το ίδιο το φαινόμενο και τα αποτελέσματα που έχουν ληφθεί μέχρι στιγμής είναι αρκετά κατακερματισμένα. Σύμφωνα με τον Tokunaga (2010), η τρέχουσα έρευνα για τον διαδικτυακό εκφοβισμό έχει πολλές ελλείψεις:

- (i) ανεπίλυτα ζητήματα ορισμού και μέτρησης του διαδικτυακού εκφοβισμού
- (ii) έλλειψη θεωρητικού υποβάθρου
- (iii) υπερβολική εξάρτηση από σύγχρονα δεδομένα και
- (iv) τάση ανάλυση με απλοϊκές προσεγγίσεις.

3.2. Παράγοντες κινδύνου για διαδικτυακό εκφοβισμό

Οι Sourander et al. (2010) υποστηρίζουν ότι οι σύγχρονες μελέτες δεν μπορούν να διακρίνουν την αιτία και το αποτέλεσμα του διαδικτυακού εκφοβισμού. Έτσι δεν γνωρίζουμε ποιες εγκάρσιες συσχετίσεις του διαδικτυακού εκφοβισμού μπορούν να θεωρηθούν ως παράγοντες διαχρονικού κινδύνου, δηλαδή ως παράγοντες που αυξάνουν τις πιθανότητες εμπλοκής σε διαδικτυακό εκφοβισμό.

Οι Sticca et al. (2013) διεξήγαγαν μία έρευνα με θέμα: «Διαχρονικοί Παράγοντες Κινδύνου για τον Διαδικτυακό Εκφοβισμό στην Εφηβεία». Διερεύνησαν διαχρονικές συσχετίσεις μεταξύ του διαδικτυακού εκφοβισμού και ορισμένων πιθανών παραγόντων κινδύνου. Οι ερευνητές συμπεριέλαβαν μία σειρά μεταβλητών που βρέθηκαν ότι σχετίζονται με τον διαδικτυακό εκφοβισμό και άλλες μορφές αντικοινωνικής συμπεριφοράς (π.χ. παραδοσιακό εκφοβισμό) από προηγούμενες έρευνες. Τα διαπροσωπικά χαρακτηριστικά περιλάμβαναν:

- αντικοινωνικές συμπεριφορές (δηλαδή παραδοσιακές συμπεριφορές εκφοβισμού και παραβίασης κανόνων)
- εμπειρίες θυματοποίησης (δηλαδή θυματοποίηση στον κυβερνοχώρο)
- παραδοσιακή θυματοποίηση και
- συχνότητα διαδικτυακής επικοινωνίας.

Τα ενδοπροσωπικά χαρακτηριστικά περιλάμβαναν:

- το φύλο
- την ηθική αποδέσμευση
- την ενσυναίσθηση και την
- αυτοεκτίμηση (Barve et al., 2015).

3.3.Παραδοσιακός εκφοβισμός

Ένα από τα πιο συνεπή ευρήματα στην έρευνα για τον διαδικτυακό εκφοβισμό είναι η σχέση μεταξύ της εμπλοκής στον διαδικτυακό εκφοβισμό και του παραδοσιακού εκφοβισμού. Πολλοί διαδικτυακοί εκφοβιστές είναι παράλληλα και παραδοσιακοί εκφοβιστές (Smith, 2011b).

Κατά συνέπεια, ο διαδικτυακός εκφοβισμός μπορεί να θεωρηθεί ένας επιπρόσθετος τρόπος επίθεσης των ανθρώπων, παρά ως κάτι εννοιολογικά διαφορετικό (Gradinger et al, 2010). Για τη διερεύνηση συγκεκριμένων παραγόντων κινδύνου για τον διαδικτυακό εκφοβισμό, και πάνω από τον παραδοσιακό εκφοβισμό, είναι σημαντικό να ληφθεί υπόψη αυτή η εμπειρική και εννοιολογική επικάλυψη, δηλαδή ο έλεγχος εάν ο εκφοβιστής μπορεί ταυτόχρονα να κάνει παραδοσιακό εκφοβισμό.

3.4.Συμπεριφορά παραβίασης κανόνων

Μια άλλη μορφή αντικοινωνικής συμπεριφοράς που βρέθηκε να σχετίζεται με τον διαδικτυακό εκφοβισμό είναι η συμπεριφορά παραβίασης κανόνων. Οι Ybarra και Mitchell (2004) διαπίστωσαν ότι οι εκφοβιστές του κυβερνοχώρου εμφανίζουν αυξημένες συμπεριφορές παραβίασης κανόνων (π.χ. καταστροφή περιουσίας, κατανάλωση τσιγάρων/αλκοόλ), υποδεικνύοντας έτσι την ανάγκη για αποσαφήνιση του διαχρονικού ρόλου αυτού του δυνητικού παράγοντα κινδύνου.

3.5.Κυβερνο-θυματοποίηση και παραδοσιακή θυματοποίηση

Όπως υποστηρίζουν οι Mitchel et al.(2011) η κυβερνο-θυματοποίηση έχει βρεθεί ότι σχετίζεται θετικά με τον διαδικτυακό εκφοβισμό, ενώ οι Ybarra και Mitchell (2004) πρότειναν ότι τα παραδοσιακά θύματα θα μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν τον διαδικτυακό εκφοβισμό ως ένα τρόπο για αντίποινα. Όμως, αποτελέσματα μελετών των Vandebosch & Van Cleemput (2009) δεν το επιβεβαίωσαν.

Ωστόσο, οι Law et al. (2012) έχουν προτείνει ότι στη δυναμική του διαδικτυακού εκφοβισμού υπάρχουν πολλοί έφηβοι που λένε ψέματα ότι είναι θύματα του κυβερνοχώρου. Οι συγγραφείς υποστήριξαν ότι αυτό μπορεί να οφείλεται στο γεγονός

ότι υπάρχει λιγότερη άμεση επαφή και ότι οι ανισορροπίες εξουσίας δεν είναι τόσο σημαντικές και επιδραστικές στον κυβερνοχώρο όσο στον πραγματικό κόσμο. Επομένως, η αντίδραση με επιθετικό τρόπο σε μια εμπειρία θυματοποίησης στο διαδίκτυο, μπορεί να είναι πιο πιθανή από ό,τι στον πραγματικό κόσμο.

3.6.Συχνότητα διαδικτυακής επικοινωνίας

Η επικίνδυνη χρήση του Διαδικτύου έχει βρεθεί ότι είναι σημαντικός προγνωστικός παράγοντας εμπλοκής στον διαδικτυακό εκφοβισμό (Erdur-Baker, 2010). Επιπλέον, οι διαδικτυακοί εκφοβιστές περνούν σημαντικά περισσότερο χρόνο στο διαδίκτυο από τους συνομηλίκους τους (Erdur-Baker, 2010), χρησιμοποιώντας προγράμματα ανταλλαγής άμεσων μηνυμάτων (Ybarra & Mitchell, 2004). Η συχνή διαδικτυακή επικοινωνία μπορεί, επομένως, να θεωρηθεί ως παράγοντας κινδύνου για διαδικτυακό εκφοβισμό με την έννοια της επίδρασης έκθεσης.

Όσον αφορά το φύλο, αν και τα προηγούμενα ευρήματα δείχνουν ξεκάθαρα ότι τα αγόρια εμπλέκονται σε περισσότερο σωματικό, λεκτικό και σχεσιακό εκφοβισμό από ό,τι τα κορίτσια (Olweus, 2010), τα αποτελέσματα για τις διαφορές των φύλων στον διαδικτυακό εκφοβισμό είναι ανάμεικτα. Ορισμένες μελέτες αναφέρουν υψηλότερη συμμετοχή των αγοριών (Erdur-Baker, 2010), ενώ ορισμένες δεν βρίσκουν σημαντικές διαφορές (Smith et al., 2008) και άλλες βρίσκουν τα κορίτσια να συμμετέχουν περισσότερο από τα αγόρια (Kowalski & Limber, 2007).

3.7.Ηθική απεμπλοκή

Προηγούμενες έρευνες έδειξαν ότι η ηθική αποδέσμευση σχετίζεται με την αντικοινωνική συμπεριφορά σε παιδιά και εφήβους (Yadava et al., 2001; Perren et al., 2011). Αυτές και άλλες στρατηγικές ηθικής αποδέσμευσης βρέθηκαν επίσης να συνδέονται θετικά με τον διαδικτυακό εκφοβισμό (Pornari & Wood, 2010). Ωστόσο, οι Pornari και Wood (2010) υποστήριξαν ότι παρόλο που η ηθική αποδέσμευση είναι ένας συσχετισμός τόσο του διαδικτυακού εκφοβισμού, όσο και του παραδοσιακού εκφοβισμού, ο διαδικτυακός εκφοβισμός απαιτεί χαμηλότερα επίπεδα ηθικής

αποδέσμευσης, λόγω της μεγαλύτερης ανωνυμίας του και επειδή οι αντιδράσεις του θύματος δεν είναι άμεσα παρατηρήσιμες.

Υπάρχουν επίσης μελέτες που υποδεικνύουν ότι η ηθική απεμπλοκή μπορεί να μην σχετίζεται καθόλου με τον διαδικτυακό εκφοβισμό, ειδικά εάν ληφθεί υπόψη ο παραδοσιακός εκφοβισμός (Perren & Gutzwiller-Helfenfinger, 2012).

3.8.Ενσυναίσθηση

Υπάρχουν ισχυρές ενδείξεις για μια θετική σχέση μεταξύ της αντικοινωνικής συμπεριφοράς και των χαμηλών επιπέδων ενσυναίσθησης (Jolliffe & Farrington, 2004). Ωστόσο, μόνο η χαμηλή συναισθηματική ενσυναίσθηση βρέθηκε να σχετίζεται με τον εκφοβισμό (Jolliffe & Farrington, 2011), ενώ αντίθετα η χαμηλή γνωστική ενσυναίσθηση δεν συσχετίστηκε (Jolliffe & Farrington, 2011).

Αυτά τα αποτελέσματα δείχνουν ότι οι εκφοβιστές είναι σε θέση να κατανοήσουν τα συναισθήματα του θύματος αλλά δεν τα μοιράζονται (Sutton et al., 1999). Σε σχέση με τον διαδικτυακό εκφοβισμό, αποδείχθηκε ότι σχετίζεται με χαμηλότερα επίπεδα συναισθηματικής και γνωστικής ενσυναίσθησης (Ang & Goh, 2010) και, επίσης, με χαμηλότερα επίπεδα παγκόσμιας ενσυναίσθησης (Steffgen et al., 2012).

3.9.Αυτοεκτίμηση

Η κατεύθυνση της σχέσης μεταξύ αυτοεκτίμησης και εκφοβισμού δεν είναι συνεπής για τους εκφοβιστές. Έχουν βρεθεί θετικές, αρνητικές και μη σημαντικές συσχετίσεις μεταξύ του παραδοσιακού εκφοβισμού και της αυτοεκτίμησης (Patchin & Hinduja, 2010).

Αποτελέσματα μελέτης των Patchin και Hinduja (2010) αποκάλυψαν ότι οι διαδικτυακοί εκφοβιστές αναφέρουν χαμηλότερα επίπεδα αυτοεκτίμησης από τους μη εμπλεκόμενους μαθητές. Συνοπτικά, ο ρόλος της αυτοεκτίμησης ως διαχρονικού παράγοντα κινδύνου για τον διαδικτυακό εκφοβισμό δεν έχει ακόμη διερευνηθεί.

3.10. Αποτελέσματα μελέτης των Sticca, Ruggieri, Alsaker και Perren (2013) με θέμα: « Longitudinal Risk Factors for Cyberbullying in Adolescence»

Οι Sticca et al. (2013) επισημαίνουν ότι ο διαδικτυακός εκφοβισμός έχει εμφανιστεί ως μια νέα μορφή αντικοινωνικής συμπεριφοράς στο πλαίσιο της διαδικτυακής επικοινωνίας τις δύο τελευταίες δεκαετίες. Η μελέτη τους διερευνά πιθανούς διαχρονικούς παράγοντες κινδύνου για διαδικτυακό εκφοβισμό.

Οι συμμετέχοντες στην μελέτη ήταν συνολικά 835 Ελβετοί μαθητές/τριες της έβδομης τάξης, οι οποίοι συμμετείχαν σε μια βραχυπρόθεσμη διαχρονική μελέτη (δύο αξιολογήσεις με διαφορά 6 μηνών). Οι μαθητές/τριες ανέφεραν:

- τη συχνότητα του διαδικτυακού εκφοβισμού
- τον παραδοσιακό εκφοβισμό
- τη συμπεριφορά παραβίασης κανόνων
- την κυβερνοθυματοποίηση
- την παραδοσιακή θυματοποίηση και
- τη συχνότητα της διαδικτυακής επικοινωνίας (διαπροσωπικά χαρακτηριστικά).

Επιπλέον, οι ερευνητές αξιολόγησαν:

- την ηθική αποδέσμευση
- την ενσυναίσθηση και
- την παγκόσμια αυτοεκτίμηση (ενδοπροσωπικά χαρακτηριστικά).

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι:

- ο παραδοσιακός εκφοβισμός
- η συμπεριφορά παραβίασης κανόνων και
- η συχνότητα της διαδικτυακής επικοινωνίας

είναι διαχρονικοί παράγοντες κινδύνου για τη συμμετοχή στον διαδικτυακό εκφοβισμό, ως εκφοβιστές. Έτσι, ο διαδικτυακός εκφοβισμός συνδέεται στενά με αντικοινωνικές συμπεριφορές του πραγματικού κόσμου. Επίσης, η συχνή διαδικτυακή επικοινωνία μπορεί να θεωρηθεί ως παράγοντας έκθεσης

που αυξάνει την πιθανότητα εμπλοκής σε διαδικτυακό εκφοβισμό. Αντίθετα, οι εμπειρίες θυματοποίησης και ενδοπροσωπικών χαρακτηριστικών δεν διαπιστώθηκε ότι αυξάνουν τον διαχρονικό κίνδυνο για διαδικτυακό εκφοβισμό, πέρα από την αντικοινωνική συμπεριφορά και τη συχνότητα της διαδικτυακής επικοινωνίας.

3.10.1. Παράγοντες κινδύνου για εμπλοκή στον διαδικτυακό εκφοβισμό ως εκφοβισμός

Οι διμεταβλητές αναλύσεις της μελέτης των Sticca et al. (2013) έδειξαν ότι οι περισσότεροι από τους πιθανούς παράγοντες κινδύνου δείχνουν σημαντικές συσχετίσεις με τον διαδικτυακό εκφοβισμό. Ωστόσο, κατά τον έλεγχο του παρελθόντος διαδικτυακού εκφοβισμού και του πρόσφατου παραδοσιακού εκφοβισμού, οι διαχρονικές αναλύσεις έδωσαν μια διαφορετική εικόνα:

- Οι αντικοινωνικές συμπεριφορές (παραδοσιακός εκφοβισμός και συμπεριφορές παραβίασης κανόνων) και
- η συχνή διαδικτυακή επικοινωνία

αποτελούν διαχρονικούς παράγοντες κινδύνου για τον διαδικτυακό εκφοβισμό

3.10.2. Συχνότητα της διαδικτυακής επικοινωνίας

Εκτός από τις αντικοινωνικές συμπεριφορές, η συχνότητα της διαδικτυακής επικοινωνίας είναι ένας άλλος κεντρικός παράγοντας κινδύνου για διαδικτυακό εκφοβισμό. Όσο περισσότερο χρόνο περνούν οι έφηβοι, επικοινωνώντας στο Διαδίκτυο, τόσο μεγαλύτερος είναι ο κίνδυνος εμπλοκής σε διαδικτυακό εκφοβισμό.

Επιπλέον, η διαδικτυακή επικοινωνία αυξάνει, επίσης, τον κίνδυνο θυματοποίησης του κυβερνοχώρου (Juvonen & Gross, 2008). Ως εκ τούτου, ο ρόλος της διαδικτυακής επικοινωνίας μπορεί να θεωρηθεί ως ένα αποτέλεσμα έκθεσης που μπορεί να είναι ισχυρότερο για τους εφήβους που έχουν τη δυνατότητα να επικοινωνούν διαδικτυακά από το δικό τους δωμάτιο (Law et al., 2010) ή από κινητές συσκευές.

Επίσης, οι Sticca et al. (2013) επεσήμαναν ότι ο ρόλος των αντικοινωνικών συμπεριφορών και η συχνότητα της διαδικτυακής επικοινωνίας δείχνουν ότι οι εμπειρίες θυματοποίησης και ενδοπροσωπικών χαρακτηριστικών δεν αυξάνουν τις πιθανότητες εμπλοκής σε διαδικτυακό εκφοβισμό.

Επιπλέον, ούτε το φύλο ούτε η αυτοεκτίμηση βρέθηκε να συνδέονται με τον διαδικτυακό εκφοβισμό σε διμεταβλητό επίπεδο. Ωστόσο, η παγκόσμια αυτοεκτίμηση βρέθηκε να σχετίζεται αρνητικά με τον διαδικτυακό εκφοβισμό. Επομένως, τα αποτελέσματά των Sticca et al. (2013) υποστηρίζουν αυτά των Smith et al., (2008) και Patchin and Hinduja (2006), οι οποίοι, επίσης, δεν βρήκαν σημαντική συσχέτιση μεταξύ του διαδικτυακού εκφοβισμού και του φύλου και συμφωνούν εν μέρει με εκείνους των Patchin και Hinduja (2010), οι οποίοι διαπίστωσαν ότι ο διαδικτυακός εκφοβισμός έχει χαμηλότερα επίπεδα αυτοεκτίμησης.

Αν και οι εμπειρίες θυματοποίησης και ενδοπροσωπικών χαρακτηριστικών δεν βρέθηκαν να αποτελούν παράγοντες κινδύνου για μελλοντική εμπλοκή στον διαδικτυακό εκφοβισμό, βρέθηκαν σημαντικές διμεταβλητές συσχετίσεις με τον διαδικτυακό εκφοβισμό για εμπειρίες θυματοποίησης, ηθικής αποδέσμευσης και ενσυναίσθησης. Αυτές οι μεταβλητές ενδέχεται να διαδραματίζουν πιο κεντρικό ρόλο ως παράγοντες κινδύνου για άλλες μορφές εκφοβισμού (π.χ. παραδοσιακός εκφοβισμός) (Stassen Berger, 2007).

Ωστόσο, δεν έχουν άμεση σχέση με αλλαγές στις συμπεριφορές διαδικτυακού εκφοβισμού. Η διμεταβλητή συσχέτιση μεταξύ του διαδικτυακού εκφοβισμού και των εμπειριών θυματοποίησης, ηθικής αποδέσμευσης και ενσυναίσθησης μπορεί να διαμεσολαβείται από αντικοινωνικές συμπεριφορές. Δηλαδή, όσοι βίωσαν θυματοποίηση, έχουν υψηλούς βαθμούς ηθικής αποδέσμευσης ή δεν έχουν ενσυναίσθηση, γεγονός που μπορεί να τους/τις κάνει πιο επιρρεπείς σε παραδοσιακές μορφές αντικοινωνικών συμπεριφορών και, ως εκ τούτου, να τείνει στον διαδικτυακό εκφοβισμό με έμμεσο τρόπο.

Συνοπτικά, τα δεδομένα της μελέτης των Sticca et al. (2013) υποδηλώνουν ότι η εμπλοκή του διαδικτυακού εκφοβισμού δεν εξαρτάται άμεσα από τα χαρακτηριστικά των εμπειριών θυματοποίησης ή ενδοπροσωπικής, αλλά από την ατομική τάση να

εμπλέκονται σε αντικοινωνικές συμπεριφορές, συμπεριλαμβανομένων παλαιότερων πράξεων διαδικτυακού εκφοβισμού και στη συχνότητα της διαδικτυακής επικοινωνίας.

3.10.3. Προγράμματα πρόληψης κατά του εκφοβισμού

Υπό το φως αυτών των ευρημάτων, μπορούν να εξαχθούν ορισμένα συμπεράσματα σχετικά με την πρόληψη του διαδικτυακού εκφοβισμού. Δεδομένου ότι ο παραδοσιακός εκφοβισμός είναι ο ισχυρότερος διαχρονικός παράγοντας κινδύνου για τον εκφοβισμό στον κυβερνοχώρο, τα προγράμματα πρόληψης κατά του παραδοσιακού εκφοβισμού ενδέχεται να στοχεύουν έμμεσα και στον διαδικτυακό εκφοβισμό (Salmivalli et al., 2011).

Παραδείγματα τέτοιων προγραμμάτων παρέμβασης είναι:

α. το Πρόγραμμα Πρόληψης του Εκφοβισμού Olweus (Olweus, 1991), το οποίο ενέπνευσε τα περισσότερα προγράμματα κατά του εκφοβισμού που αναπτύχθηκαν τα τελευταία 20 χρόνια (Farrington, 2009) και

β. το Πρόγραμμα κατά του εκφοβισμού KiVa (Salmivalli et al., 2010), το οποίο εστιάζει στον ρόλο της συμπεριφοράς των περαστικών στην αποτελεσματική πρόληψη του εκφοβισμού.

3.10.4. Πρόληψη διαδικτυακού εκφοβισμού

Η γενική πρόληψη αντικοινωνικών συμπεριφορών παίζει, επίσης, βασικό ρόλο στην πρόληψη του διαδικτυακού εκφοβισμού. Ένας αριθμός προγραμμάτων για την καταπολέμηση αντικοινωνικών συμπεριφορών, όπως:

α. το πρόγραμμα The First Step (Walker et al., 1998) ή

β. το πρόγραμμα The Incredible Years (Reid et al., 2007),

έχουν αναπτυχθεί τις τελευταίες δεκαετίες. Κεντρικό στοιχείο αυτών των προγραμμάτων είναι η ανάπτυξη κοινωνικών δεξιοτήτων και ικανοτήτων και θετικών διαπροσωπικών σχέσεων για την υποστήριξη της κοινωνικής και σχολικής προσαρμογής (McCloughlin, 2009).

Επίσης τα αποτελέσματα της μελέτης των Sticca et al. (2013) υποδηλώνουν ότι η μείωση της συχνότητας της διαδικτυακής επικοινωνίας μειώνει, επίσης, τον κίνδυνο

εμπλοκής σε διαδικτυακό εκφοβισμό. Αν και αυτό είναι ένα λογικό συμπέρασμα, είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι οι ηλεκτρονικές μορφές επικοινωνίας είναι απλώς εργαλεία και όχι από μόνες τους αιτίες προβληματικών συμπεριφορών (Junonen & Gross, 2008).

Ως εκ τούτου, η εστίαση θα πρέπει να επικεντρωθεί στην πρόληψη συγκεκριμένων παραγόντων κινδύνου και στην προώθηση της ασφάλειας στο Διαδίκτυο και όχι στη συχνότητα της διαδικτυακής επικοινωνίας αυτή καθαυτή. Η εκπαίδευση στις στρατηγικές ασφάλειας στον κυβερνοχώρο μπορεί να βοηθήσει στη μείωση μιας ποικιλίας επικίνδυνων συμπεριφορών, όπως:

- η δημοσίευση ιδιωτικού περιεχομένου ή
- η παροχή κωδικών πρόσβασης.

Μια ολοκληρωμένη λίστα διαδικτυακών κινδύνων και αντίστοιχων στρατηγικών για την ασφάλεια στον κυβερνοχώρο (π.χ. ευαισθητοποίηση, στόχευση νέων χρηστών, δημιουργία υποστήριξης της βιομηχανίας για την ασφάλεια στο διαδίκτυο) προτάθηκε από τους Livingstone et al. (2011).

Επειδή ο διαδικτυακός εκφοβισμός σχετίζεται με άλλες δυναμικές ομάδας (π.χ. παραδοσιακός εκφοβισμός) και οι επιθετικές συμπεριφορές εμφανίζονται νωρίς στην παιδική ηλικία (Monks, 2011), υπάρχει ανάγκη για ολοκληρωμένα προγράμματα που να είναι ικανά να στοχεύουν διαφορετικές αντικοινωνικές συμπεριφορές (Bostic & Brunt, 2011), ξεκινώντας από την προσχολική ηλικία (Monks, 2011).

Επιπλέον, απαιτούνται προληπτικές προσπάθειες για τη συμμετοχή και την ενεργή υποστήριξη τόσο του σχολείου όσο και των γονέων για την υλοποίηση του προγράμματος πρόληψης (Smith, 2011b).

Ο περιορισμός στην μελέτη των Sticca et al. (2013) είναι ότι ορισμένοι σημαντικοί πιθανοί παράγοντες κινδύνου δεν μπορούσαν να συμπεριληφθούν στη μελέτη, όπως:

- νοημοσύνη
- προσωπικότητα
- κοινωνικοοικονομική κατάσταση
- κοινωνικό πλαίσιο (Welsh & Farrington, 2007).

Αυτά τα στοιχεία θα έδιναν μια πιο λεπτομερή εικόνα των χαρακτηριστικών που συμβάλλουν ανεξάρτητα από την ανάπτυξη του διαδικτυακού εκφοβισμού.

Τελευταίο, αλλά εξίσου σημαντικό, το χρονικό διάστημα των 6 μηνών μεταξύ των αξιολογήσεων είναι πολύ σύντομο.

Από την μελέτη των Sticca et al. (2013) βγαίνει το συμπέρασμα ότι τα διαπροσωπικά χαρακτηριστικά, όπως οι αντικοινωνικές συμπεριφορές και η συχνή διαδικτυακή επικοινωνία είναι οι πιο εξέχοντες διαχρονικοί παράγοντες κινδύνου για εμπλοκή στον διαδικτυακό εκφοβισμό.

Τα αποτελέσματά της μελέτης μαζί με άλλων μελετών, όπως των Gradinger et al., 2010, υποδηλώνουν ότι ο διαδικτυακός εκφοβισμός μπορεί να θεωρηθεί ως μια διαδικτυακή εκδοχή άλλων πραγματικών αντικοινωνικών συμπεριφορών και έτσι η πρόληψη του διαδικτυακού εκφοβισμού θα πρέπει να επικεντρώνεται στην έγκαιρη πρόληψη διαφορετικών μορφών αντικοινωνικής συμπεριφοράς.

3.11.Αποτελέσματα έρευνας του Crosby (2018) με θέμα: « Η σύνδεση μεταξύ του διαδικτυακού εκφοβισμού και της αυτοκτονίας εφήβων»

Ο Crosby (2018) επισημαίνει ότι τα ανθρώπινα όντα ήταν ανέκαθεν κοινωνικά πλάσματα που πρέπει να δημιουργήσουν δεσμούς και σχέσεις με άλλα ανθρώπινα όντα, ώστε να εδραιωθεί το αίσθημα της ασφάλειας και η αίσθηση της ταυτότητας.

Η εμφάνιση της ηλεκτρονικής επικοινωνίας παρείχε ένα ακόμη εργαλείο υποστήριξης, ώστε να συνδέονται τα άτομα μεταξύ τους γρήγορα και εύκολα. Όμως, η πλατφόρμα μπορεί να χρησιμοποιηθεί και από ανθρώπους που όχι μόνο δεν θέλουν να οικοδομήσουν τις σχέσεις τους, αλλά επιδιώκουν να γκρεμίσουν ο ένας την προσωπικότητα του άλλου.

3.11.1.Αυτοκτονικές συμπεριφορές λόγω διαδικτυακού εκφοβισμού

Στο σύγχρονη ψηφιακή εποχή, ο διαδικτυακός εκφοβισμός, που περιλαμβάνει την ηλεκτρονική ανάρτηση μηνυμάτων και εικόνων που προορίζονται να βλάψουν κάποιον, χρησιμοποιούνται ειδικά για να εξοστρακίσουν κάποιον και να γίνει ευάλωτος.

Δυστυχώς, μερικοί άνθρωποι αδυνατούν να συνειδητοποιήσουν τις συνέπειες του διαδικτυακού εκφοβισμού μέχρι να συμβεί κάτι πολύ σοβαρό, συμπεριλαμβανομένης της αυτοκτονικής συμπεριφοράς.

Μία από τις πτυχές της ψυχολογίας είναι να μελετήσει πώς επηρεάζουν οι πράξεις και τα συναισθήματα τα ανθρώπινα όντα και φτάνουν στο σημείο να βάλουν τέλος στη ζωή τους για να γλιτώσουν από αυτή την παρενόχληση.

3.11.2.Είδη διαδικτυακού εκφοβισμού: Κυβερνό-απειλές και Κυβερνό-παρακολούθηση

Στο πλαίσιο του διαδικτυακού εκφοβισμού υπάρχουν δύο τύποι: κυβερνό-απειλές και κυβερνό-παρακολούθηση.

Οι κυβερνό-απειλές περιλαμβάνουν πληροφορίες που δημοσιεύονται στο διαδίκτυο και προκαλούν ταραχή σε ένα άτομο ή μια ομάδα ατόμων για να ασκήσουν βία εναντίον ενός στοχευμένου θύματος (Breguet, 2007:129).

Επιπλέον, αυτές οι απειλές μπορεί να πιάσουν τα θύματα να βλάψουν τον εαυτό τους. Αυτές οι απειλές μπορεί να είναι άμεσες. Για παράδειγμα, «Πρόκειται να σε σκοτώσω» ή έμμεσες «Ποιο είναι το νόημα να ζεις; Ο κόσμος θα ήταν καλύτερα χωρίς εσένα;».

Η διαδικτυακή καταδίωξη είναι το ίδιο πράγμα με την προσωπική παρακολούθηση, αλλά γίνεται μέσω διαδικτυακών μέσων. Αυτό περιλαμβάνει την επανειλημμένη αποστολή απειλητικών email για παρενόχληση ή να τρομάξει το θύμα.

Ένας κοινός τύπος για τον διαδικτυακό εκφοβισμό είναι οι διαδικτυακές αίθουσες συνομιλίας. Εκεί υπάρχουν μερικοί βασικοί όροι, όταν πρόκειται για διαδικτυακό εκφοβισμό σε δωμάτια συνομιλίας:

➤ «Flaming» : όταν οι διαδικτυακοί εκφοβιστές στέλνουν αγενή μηνύματα που απευθύνονται στο θύμα τους (Breguet, 2007).

➤ «Εξοδος» : όταν μοιράζεται κάποιος τα ντροπιαστικά μυστικά ή τις εικόνες κάποιου. Αυτό που συμβαίνει συχνά είναι ότι οι εκφοβιστές αλληλοεπιδρούν με το θύμα και κερδίζουν την εμπιστοσύνη αυτού του ατόμου, έτσι ώστε το θύμα να

αποκαλύψει προσωπικές πληροφορίες και στη συνέχεια ο εκφοβιστής να γυρίσει και να βάλει αυτές τις προσωπικές πληροφορίες στο διαδίκτυο για να τις δουν όλοι.

➤ «Τρολάρισμα»: όταν οι διαδικτυακοί εκφοβιστές δημοσιεύουν εσκεμμένες ψευδείς πληροφορίες με την ελπίδα να πειστούν αθώοι άνθρωποι να ανταποκριθούν και να συμβάλουν στην παρενόχληση του στοχευμένου θύματος.

Ο διαδικτυακός εκφοβισμός μπορεί να προκύψει μέσω email ή και μέσω εισβολής τον λογαριασμό email του θύματος, που παρουσιάζεται ως το άτομο που βάζει το θύμα σε μπελάδες με αποστολή ακατάλληλων μηνυμάτων. Μερικές φορές, οι διαδικτυακοί εκφοβιστές γνωρίζουν τα θύματά τους, ή άλλες φορές φέρονται εναντίον ανθρώπων που δεν έχουν γνωρίσει ποτέ από κοντά.

Πολλοί άνθρωποι θεωρούν ότι ο διαδικτυακός εκφοβισμός είναι πιο επιβλαβής σε σύγκριση με τον παραδοσιακό bullying, επειδή οι έφηβοι που βιώνουν τον εκφοβισμό μόνο σε σχολικούς χώρους μπορούν να ξεφύγουν και νιώθουν πιο ασφαλείς όταν επιστρέφουν στο σπίτι (Mirsky & Omar, 2015). Ωστόσο, δεδομένου ότι μεγάλο μέρος του εκφοβισμού αυτές τις μέρες συμβαίνει στο διαδίκτυο και οι έφηβοι σπάνια κλείνουν τα τηλέφωνα τους, συνεχίζουν να υφίστανται εκφοβισμό μέσα στο σπίτι τους (Breguet, 2007). Έτσι, είναι πιο δύσκολο να ξεφύγεις από τον διαδικτυακό εκφοβισμό, γιατί βασικά μπορεί να διαρκεί εικοσιτέσσερις ώρες το εικοσιτετράωρο.

Επιπλέον, τα θύματα μπορούν να αναθεωρήσουν τα σχόλια ή τις εικόνες επανειλημμένα, και ουσιαστικά να θυματοποιηθούν εκ νέου. Ένα άλλο θέμα είναι ότι το κοινό μπορεί να είναι απεριόριστο. Μια αρνητική ανάρτηση μπορεί να κοινοποιηθεί και να κοινοποιηθεί ξανά. Άρα, δεν μπορεί να έχει τέλος η αμηχανία και η ταπείνωση του θύματος.

3.12.Εθνικά δημοσιευμένες μελέτες περίπτωσης εκφοβισμού που σχετίζεται με αυτοκτονία

Τα τελευταία χρόνια, υπάρχουν πολλά κρούσματα αυτοκτονίας στον εφηβικό πληθυσμό, για τα οποία οφείλεται ο διαδικτυακός εκφοβισμός. Επίσης, υπάρχουν πολλές ακόμη απόπειρες αυτοκτονίας, εκτός από τις ολοκληρωμένες αυτοκτονίες.

3.12.1. Η υπόθεση του Ryan Halligan (2003)

Ο Ryan ήταν δεκατριών ετών και τον περιέγραφαν ως ένα έξυπνο αγόρι που ήταν γλυκό και εύθραυστο. Δεχόταν συνεχώς bullying στο σχολείο και στο διαδίκτυο λόγω της μαθησιακής του αναπηρίας. Στο διαδίκτυο τον χλεύαζαν επειδή τον θεωρούσαν «γκέι», αν και στην πραγματικότητα δεν ήταν. Μια φορά, όταν ο Ryan καταπολέμησε έναν «νταή», έγινε φίλος με έναν από τους νταήδες του. Μετά ο νταής χρησιμοποίησε την εμπιστοσύνη του Ryan για να ακούσει για τους αγώνες του με τη μάθηση. Αυτός εκμεταλλεύτηκε τις συνομιλίες τους, διαδίδοντας ψέματα για το πώς ο Ryan ήταν ομοφυλόφιλος.

Παράλληλα υπήρχε και ένα κορίτσι, η Asley, το οποίο προσποιήθηκε ότι της αρέσει ο Ryan, αλλά στο σχολείο τον χαρακτήρισε χαμένο.

Σύμφωνα με αρκετές αναφορές, ήταν κάποτε φίλη του και τον υπερασπίστηκε όταν πρωτοεκφοβίστηκε. Αλλά όταν έγινε πιο δημοφιλής στο γυμνάσιο, δεν τον έκανε παρέα. Τελικά αποδείχτηκε ότι προσποιήθηκε ότι τον συμπαθεί με μόνο σκοπό να αποκτήσει προσωπικές πληροφορίες σχετικά αυτόν και να μεταδώσει στους άλλους τις προσωπικές τους συνομιλίες.

Ο Ryan ανέφερε κάποτε: *«Είναι κορίτσια σαν εσάς που με κάνουν να θέλω να αυτοκτονήσω»*. Ο Ryan, δυστυχώς, αντί να έρθει στους γονείς του ή στο σχολείο για βοήθεια, έψαξε τρόπους για το πώς να αυτοκτονήσει. Στις 7 Οκτωβρίου 2003, ο Ryan κρεμάστηκε. Έγιναν καταθέσεις χωρίς ποινικές κατηγορίες, αν και ο πατέρας του Ryan μίλησε αυτοπροσώπως με τους νταήδες του.

3.12.2. Υπόθεση της Megan Meier (2006)

Η περίπτωση της Megan Meier ήταν μια από τις πρώτες περιπτώσεις διαδικτυακού εκφοβισμού που συνδέονται με την αυτοκτονία. Την εποχή που η Megan αυτοκτόνησε σε ηλικία 13 ετών το 2006, το Διαδίκτυο υπήρχε ήδη για αρκετό καιρό, αλλά οι πλατφόρμες μέσω κοινωνικής δικτύωσης ήταν σχετικά νέες.

Εκείνη την εποχή, το MySpace ήταν δημοφιλές και η Megan χρησιμοποίησε αυτόν τον ιστότοπο. Υπέφερε από διαταραχή ελλειμματικής προσοχής, κατάθλιψη και προβλήματα βάρους.

Στο MySpace έλαβε ένα αίτημα φιλίας από ένα έφηβο αγόρι με το όνομα "John Evans", ο οποίος της είπε ότι ήταν όμορφη. Αυτή είχε σαστίσει.

Είχαν για μήνες επικοινωνία, πριν η σχέση τους πάρει στροφή προς το χειρότερο. Ο John Evans είπε στη Megan ότι άκουσε από άλλους ότι δεν ήταν καλή με τους φίλους της, οπότε δεν ήθελε να είναι φίλος μαζί της πια. Την επόμενη μέρα της έστειλε μηνύματα μίσους και άρχισε να τα δημοσιεύει δημόσια στη σελίδα της Megan στο MySpace. Παράλληλα υπήρχαν και άλλοι που είχαν ενταχθεί στο κόμμα του μίσους. Τα μηνύματα μίσους συνεχίστηκαν για μήνες.

Οι γονείς της Megan ήταν ενεργοί γονείς που είχαν πρόσβαση στον λογαριασμό της και την παρακολουθούσαν από κοντά όποτε ήταν online. Όταν είδαν τα μηνύματα μίσους στο MySpace, η μητέρα της Megan, η Tina, της είπε να αποσυνδεθεί από το MySpace, αλλά δεν το έκανε ποτέ. Αντίθετα, συνέχισε να διαβάζει τα ενοχλητικά μηνύματα. Το τελευταίο μήνυμα που έστειλε στη Megan ο John Evans ήταν: *«Είσαι κακός άνθρωπος και όλοι σε μισούν. Να περάσεις ένα άθλιο υπόλοιπο της ζωής σου. Ο κόσμος θα ήταν ένα καλύτερο μέρος χωρίς εσένα»*. Στις 17 Οκτωβρίου 2006, η Megan κρεμάστηκε στην ντουλάπα και πέθανε την επόμενη μέρα. Όταν οι γονείς της προσπάθησαν να επικοινωνήσουν με τον John Evans ο λογαριασμός είχε διαγραφεί (Zetter, 2008).

Η ενδιαφέρουσα ανατροπή της ιστορίας ήταν ότι οι γονείς της Megan ενημερώθηκαν από τον γείτονα πως ο John Evans δεν υπήρξε ποτέ. Ήταν ένας ψεύτικος λογαριασμός που φέρεται να δημιουργήθηκε από τη Lori Drew.

Η Lori Drew μητέρα της Sara, πρώην φίλης της Megan και της Ashley Grills, πρώην υπαλλήλου της Lori Drew δημιούργησαν τον λογαριασμό για να λάβουν πληροφορίες για τη Megan. Αυτές οι τρεις γνώριζαν την ύπαρξη του ψεύτικου λογαριασμού και συμμετείχαν στα μηνύματα, αλλά η Grills είπε ότι «ήταν δική της ιδέα, όχι της Drew να δημιουργήσει έναν ψεύτικο λογαριασμό στο MySpace για να γίνει φίλος με τη Megan και για να εκμεταλλευτεί τις πληροφορίες της. Όμως αφού δεν

υπήρχαν νόμοι εναντίον του διαδικτυακού εκφοβισμού εκείνη την εποχή, η Drew κατηγορήθηκε μόνο για «μία κατηγορία συνωμοσίας και τρεις κατηγορίες για μη εξουσιοδοτημένη πρόσβαση σε υπολογιστή, για φερόμενη παραβίαση των όρων παροχής υπηρεσιών του MySpace για να προκαλέσει ψυχολογική βλάβη στη Megan (Zetter, 2008). Τελικά, δεν υποβλήθηκαν σε ποινικές διώξεις και όλοι οι κατηγορούμενοι αθωώθηκαν.

3.12.3.Υπόθεση του Tyler Clementi (2010)

Ο Tyler ήταν δεκαοκτώ ετών και μόλις είχε ξεκινήσει το πρώτο του έτος στο κολέγιο, όταν αποφάσισε να δώσει τέλος στη ζωή του, πηδώντας από μια γέφυρα. Πνίγηκε στον ποταμό Χάντσον, στις 22 Σεπτεμβρίου 2010. Ήταν ένας ντροπαλός μοναχικός και ομοφυλόφιλος νεαρός. Δεν ήταν πολύ κοινωνικός σε σύγκριση με τον συγκάτοικό του Ntaroun Ravi. Δεν μιλούσαν ποτέ πολύ. Μια μέρα, ρώτησε ο Tyler αν μπορούσε να έχει το δωμάτιο για τον εαυτό του, γιατί είχε έναν άντρα φίλο. Ο Ravi πέρασε από το διάδρομο στο δωμάτιο της Moly Gouei και είδε τι συνέβαινε μέσω ενός βίντεο από την κάμερα του. Το βίντεο ήταν του Tyler και του φίλου του να φιλιούνται. Το έγραψε αμέσως στο Twitter στους φίλους του και εξαπλώθηκε σε όλη την πανεπιστημιούπολη και όχι μόνο.

Ο Ravi εισέβαλε στην ιδιωτική ζωή του Tyler, καταγράφοντας την οικεία ομοφυλοφιλική του συνάντηση, την οποία μοιράστηκε με ολόκληρη την πανεπιστημιούπολη. Λίγο αργότερα, ο Tyler αποφάσισε να βάλει τέλος στη ζωή του. Ο Ravi και η Gouei συνελήφθησαν, αλλά στη συνέχεια οι κατηγορίες εναντίον της Gouei αποσύρθηκαν, αφού συμφώνησε να καταθέσει εναντίον του Ravi. Ήταν αυτός που έπρεπε να παρουσιαστεί στο δικαστήριο. Καταδικάστηκε για εκφοβισμό, παραποίηση μαρτύρων, παραβίαση της ιδιωτικής ζωής και παρεμπόδιση της σύλληψης.

Δεδομένου ότι αυτό χαρακτηρίστηκε ως έγκλημα μίσους, θα μπορούσε να έχει εκτίσει δέκα χρόνια φυλακή, αλλά ο δικαστής του έδωσε διαφορετική ποινή, η οποία κατέληξε να είναι φυλάκιση για 30 ημέρες μαζί με τρία χρόνια δοκιμασίας. Πήρε επίσης 300 ώρες κοινωφελούς εργασίας και έπρεπε να πληρώσει πρόστιμο 10.000 \$.

Υπάρχει συζήτηση για το αν η τιμωρία του δεν ήταν αρκετά σκληρή ή αν θα έπρεπε καν να υπήρχε τιμωρία γι' αυτό το περιστατικό. Ο Ρανί έδωσε μερικές συνεντεύξεις απαντώντας στην ερώτηση «*Τι σκεφτόσουν όταν το έκανες αυτό;*» και η απάντησή του ήταν ότι παγιδεύτηκε πολύ με το δικό του εγώ και το τι πίστευε ότι ήταν αστείο (Bazelon, 2012).

3.12.4.Περίπτωση της Amanda Todd (2012)

Στις 10 Οκτωβρίου 2012, η δεκαπεντάχρονη Amanda Todd κρεμάστηκε στο σπίτι της μετά από χρόνια διαδικτυακού και παραδοσιακού εκφοβισμού. Ήταν ο διαδικτυακός εκφοβισμός που τα ξεκίνησε όλα. Ο καθημερινός της αγώνας δεν ήταν γνωστός μέχρι που δημοσίευσε ένα βίντεο στο YouTube, να διηγείται την ιστορία της μέσα από μια σειρά από flashcards. Ήταν από τη Βρετανική Κολομβία και η ιστορία της έλαβε διεθνή προσοχή. Στο βίντεο που δημοσίευσε, η Amanda εξήγησε πώς επικοινωνήσε μαζί της ένας άγνωστος στο Facebook, ο οποίος την κολάκευσε και την έπεισε να της κάνει φλας τα στήθη της στην κάμερα της. Όταν το έκανε, ο άγνωστος δημοσίευσε τη γυμνή φωτογραφία της παντού. Το αποτέλεσμα ήταν ότι η φήμη της καταστράφηκε, δεν είχε φίλους και την ξυλοκόπησαν μερικοί συμμαθητές της. Προσπάθησε να πει χλωρίνη, αλλά σώθηκε την τελευταία στιγμή.

Μήνες αργότερα, η Amanda Todd αυτοκτόνησε. Παρόλο που άλλαξε σχολεία αρκετές φορές, βίωσε πολύ διαδικτυακό εκφοβισμό. Εξαιτίας αυτού που συνέβη γι' αυτήν, υπέφερε από κατάθλιψη και έκανε χρήση ναρκωτικών, αλκοόλ και εμφάνισε συμπεριφορές αυτοτραυματισμού. Μετά τον θάνατό της, το βίντεο της κυκλοφόρησε σε περισσότερες από 17 εκατομμύρια προβολές και οι άνθρωποι συνέχισαν να δημοσιεύουν αρνητικά σχόλια γι' αυτήν. Είναι συγκλονιστικό, αλλά η εκστρατεία μίσους συνεχίστηκε και μετά τον θάνατο της. Ο κόσμος την ειρωνεύτηκε όταν αυτοκτόνησε και κορόιδεψε όλη την ιστορία, λέγοντας ότι της άξιζε αυτό που της είχε συμβεί.

Δεν έγιναν συλλήψεις μέχρι το 2014, όταν οι αρχές συνέλαβαν έναν τριανταπεντάχρονο από την Ολλανδία, ο οποίος βρέθηκε μέσω διευθύνσεων IP. Ήταν μία σημαντική ανακάλυψη στην υπόθεση της Amanda Todd. Ο τύπος που συνέλαβαν

κατηγορήθηκε για παιδική πορνογραφία, δολοφονία στο Διαδίκτυο, εγκληματική παρενόχληση και εκβιασμό (BBC, 2014).

3.12.5.Ανάλυση των περιπτώσεων εκφοβισμού

Τα νεαρά παιδιά που αναφέρονται στις μελέτες περίπτωσης αυτοκτονιών είναι άτομα που δεν είχαν συναντηθεί ποτέ στην πραγματική ζωή, αλλά είχαν μοιραστεί παρόμοιες εμπειρίες και επέλεξαν το ίδιο τέλος. Όλα τους είχαν οικογένειες που τους αγαπούσαν και νοιάζονταν γι' αυτά. Αυτά τα θύματα περνούσαν συναισθηματικά ή/και ψυχικά προβλήματα, μερικά όλη τους τη ζωή και κάποια λόγω της διαδικτυακής παρενόχλησης. Για τις πρώτες περιπτώσεις, όπως της Megan Meier και του Ryan Halligan δεν είχαν απαγγελθεί ποινικές κατηγορίες επειδή δεν υπήρχαν νόμοι κατά του διαδικτυακού εκφοβισμού εκείνη την εποχή. Όμως, τέτοιες περιπτώσεις ενέπνευσαν την νομοθεσία κατά του διαδικτυακού εκφοβισμού, η οποία οδήγησε σε ορισμένες από τις μεταγενέστερες υποθέσεις να αντιμετωπίζουν σοβαρές οινικές διώξεις. Σήμερα, ο διαδικτυακός εκφοβισμός αντιμετωπίζεται πιο σοβαρά από ό,τι το 2003 ή το 2006. Αν κάποιος συγκεντρώσει όλες τις περιπτώσεις διαδικτυακού εκφοβισμού, οι πιο συνηθισμένοι διαδικτυακοί εκφοβιστές είναι οι έφηβοι.

Ωστόσο, μπορεί και ενήλικες να είναι διαδικτυακοί εκφοβιστές, οι οποίοι είτε δεν σκέφτονται είτε δεν ενδιαφέρονται για τις πιθανές συνέπειες των πράξεων τους ή των σεξουαλικών ενστίκτων τους και κυνηγούν εφήβους, όπως στην περίπτωση της Amanda Todd. Κάποιοι έχουν κάνει αυτές τις φρικτές πράξεις για να προκαλέσουν σκόπιμη βλάβη στο θύμα και κάποιοι το έχουν κάνει λόγω έλλειψης κατανόησης του πόσο βλαβερό μπορεί να είναι αυτές οι λέξεις.

3.13.Χαρακτηριστικά των κυβερνοεκφοβιστών

Οποιοσδήποτε μπορεί να είναι διαδικτυακός εκφοβιστής, ανεξάρτητα από την ηλικία, το φύλο, τη φυλή ή την τάξη, καθώς οι περισσότεροι είναι προ-έφηβοι και έφηβοι. Όμως, οι Zezulka και Seigfried-Spellar (2016) υποστηρίζουν ότι οι γυναίκες είναι πιο πιθανό από ότι οι άντρες να είναι διαδικτυακοί εκφοβιστές. Ωστόσο, εξακολουθούν να

υπάρχουν μικτά αποτελέσματα, σχετικά με το ποιος εκφοβίζει περισσότερο στον κυβερνοχώρο.

Αντιθέτως, ο Li (2006) ανέφερε ότι οι άντρες ήταν πιο πιθανό από τις γυναίκες να είναι διαδικτυακοί εκφοβιστές, ενώ μελέτες των Hinduja και Patchin (2008) δεν έχουν αναφέρει διαφορές μεταξύ των φύλων στη συμπεριφορά διαδικτυακού εκφοβισμού.

Οι Wong et al. (2018) θεωρούν ότι είναι πιο εύκολο στη σύγχρονη εποχή να διαδίδονται προσβλητικές φήμες μέσω Διαδικτύου και γραπτών μηνυμάτων, όπου μπορούν να τα δουν όλοι από το σχολείο και έξω από το σχολείο. Οι συμμετέχοντες στην έρευνα του Wong και των συνεργατών του ήταν φοιτητές/τριες πανεπιστημίου. Διαπίστωσαν ότι υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των φύλων στη διάπραξη και θυματοποίηση διαδικτυακού εκφοβισμού, αλλά καμία διαφορά στον αντιληπτό διαδικτυακό αυτοέλεγχο.

Διαπίστωσαν ότι οι μαθητές είχαν περισσότερες πιθανότητες να εμπλέκονται σε έγκλημα διαδικτυακού εκφοβισμού (δηλαδή αποστολή απειλητικών μηνυμάτων, βίντεο ή/και εικόνες, διάδοση φημών και κουτσομπολιά) καθώς και να είναι θύματα σε σύγκριση με τις φοιτήτριες. Ωστόσο, οι φοιτήτριες εξακολουθούσαν να επηρεάζονται σε μεγάλο βαθμό από την αντίληψη της διαδικτυακής απελευθέρωσης, που είναι το αίσθημα της έλλειψης εγκράτειας σε σύγκριση με την προσωπική επικοινωνία με άλλους.

Εκτός από τα δημογραφικά στοιχεία φύλου των δραστών διαδικτυακού εκφοβισμού, υπάρχουν μερικά κοινά χαρακτηριστικά των διαδικτυακών εκφοβιστών που έχουν βρει αρκετές μελέτες. Αυτά είναι:

- η επιθετικότητα
- η χαμηλή αυτοεκτίμηση
- η χαμηλή αναστολή και η ανάγκη για δύναμη (Twenge et al., 2018).

Οι Zezulka και Seigfried-Spellar (2016) επισημαίνουν ότι κοινό χαρακτηριστικό των παραδοσιακών νταήδων και των διαδικτυακών εκφοβιστών είναι η επιθετικότητα. Ωστόσο, υπάρχουν μικρές βασικές διαφορές στα χαρακτηριστικά: ο εκφοβισμός μέσω ηλεκτρονικών μέσων παρέχει στον δράστη τη δυνατότητα να είναι ανώνυμος, γεγονός

που μπορεί να αυξήσει τη διαφορά ισχύος πάνω στο θύμα και να μειωθεί ο φόβος πιθανών αντιποίνων. Επιπλέον, υπάρχει η πεποίθηση ότι ο διαδικτυακός εκφοβισμός δεν θα μπορεί να μειώσει την αναστολή του εκφοβιστή, ενώ δημιουργεί πιθανά αισθήματα τύψεων, λόγω έλλειψης ανατροφοδότησης από τις συναισθηματικές αντιδράσεις των θυμάτων (Gorzig & Olafsson, 2013). Στους νταήδες (παραδοσιακός εκφοβισμός) αρέσει να έχουν τον έλεγχο. Έτσι, υπάρχει μια δυναμική ισχύος, η οποία εμπλέκεται μεταξύ ενός νταή και ενός θύματος, όπου ο νταής μπορεί να υπερνικήσει το θύμα.

Έτσι, οι διαδικτυακοί εκφοβιστές βασίζονται στην ανωνυμία του κυβερνοχώρου και τον τρόπο, με τον οποίο μπορούν να έχουν πρόσβαση στα θύματά τους όλο το εικοσιτετράωρο.

Οι Gorzig και Olafsson (2013) διερεύνησαν τα χαρακτηριστικά των διαδικτυακών εκφοβιστών και διαπίστωσαν ότι τα άτομα που αφιέρωσαν περισσότερο χρόνο σε επικίνδυνες διαδικτυακές συμπεριφορές και είχαν υψηλές πεποιθήσεις στις διαδικτυακές τους ικανότητες και την διαδικτυακή τους προσωπικότητα ήταν πιο πιθανό να εκφοβίσουν στο διαδίκτυο.

Σε μια άλλη μελέτη, οι Zezulka και Seigfried-Spellar (2016) εξέτασαν το χαρακτηριστικά των διαδικτυακών εκφοβιστών και των διαδικτυακών τρολ. Τα ευρήματα της μελέτης τους έδειξαν ότι όσοι εμπλέκονται σε περισσότερες συμπεριφορές διαδικτυακού εκφοβισμού εμφάνιζαν :

- χαμηλές ηθικές αξίες
- υψηλό νευρωτισμό
- χαμηλή συνείδηση
- χαμηλή αυτοεκτίμηση
- υψηλή επιθετικότητα
- χαμηλά ήθη
- έλλειψη αυτοελέγχου
- υψηλή αίσθηση δύναμης.

3.14.Κίνητρα κυβερνοεκφοβιστών

Μια μελέτη των Law et al. (2012) διερεύνησε τα κίνητρα των διαδικτυακών εκφοβιστών, πιο συγκεκριμένα για την ενεργή και αντιδραστική διαδικτυακή επιθετικότητα.

Ενεργή επιθετικότητα είναι όταν κάποιος χρησιμοποιεί την επιθετικότητα για να επιτύχει έναν στόχο ή πόρο, ενώ αντιδραστική επιθετικότητα είναι όταν κάποιος αντιδρά σε μια πρόκληση ή προκαλεί αντίποινα.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας των Law et al. (2012), οι έφηβοι ήταν επιρρεπείς στο να χρησιμοποιούν τόσο ενεργή όσο και αντιδραστική επιθετικότητα. Συγκεκριμένα, οι έφηβοι διαφοροποιήθηκαν ως άτομα που συμμετείχαν σε συγκεκριμένες μορφές διαδικτυακής επιθετικότητας (δηλαδή αποστολή σκληρών μηνυμάτων, ανάπτυξη εχθρικών ιστοσελίδων ή ανάρτηση ντροπιαστικών εικόνων), παρά ως άτομα που έπαιξαν ιδιαίτερο ρόλο στην διαδικτυακή επιθετικότητα (δηλαδή εκφοβιστής, θύμα, θύτης).

Η εξήγηση είναι ότι σε έναν διαδικτυακό χώρο, τα θύματα μπορούν να αισθάνονται πολύ πιο άνετα και ικανά να ανταποκριθούν σε επιθετικές ενέργειες. Για παράδειγμα, εάν ένα άτομο είπε κάτι κακό σε άλλο διαδικτυακό χρήστη και ο αρχικός «στόχος» απάντησε επιθετικά και στους δύο, τα άτομα ουσιαστικά εμπλέκονται σε επιθετική συμπεριφορά και έχουν, επίσης, πέσει θύματα μιας τέτοιας συμπεριφοράς.

Επιπλέον, οι Varjas et al. (2016) διεξήγαγαν μια διερευνητική μελέτη, χρησιμοποιώντας συνεντεύξεις και έρευνες για τη διερεύνηση των αντιλήψεων των μαθητών/τριών γυμνασίου για το γιατί οι άνθρωποι κυβερνοεκφοβίζουν άλλους (Vanorman & Jarosz, 2016).

Τα εσωτερικά κίνητρα για τον διαδικτυακό εκφοβισμό περιλάμβαναν κυρίως:

- ανακατεύθυνση συναισθημάτων
- εκδίκηση
- να κάνουν τον εαυτό τους να αισθάνεται καλύτερα
- ζήλια
- πλήξη και

➤ αναζήτηση έγκρισης.

Ενώ τα εξωτερικά κίνητρα συνίστανται, κυρίως, στη στόχευση θυμάτων που είχαν χαρακτηρίσει «διαφορετικοί» ή ευάλωτοι. Επίσης, νομίζουν ότι δεν θα υπάρχουν συνέπειες, δεδομένου ότι μπορεί να φοβούνται να αντιμετωπίσουν το άτομο στην πραγματική ζωή.

Αυτό τροφοδοτεί τον φαύλο κύκλο της διαδικτυακής επιθετικότητας, όπου υπάρχουν μαθητές/τριες που έχουν στόχο να πληγώσουν κάποιον, είτε για διασκέδαση είτε για να ενθαρρύνουν άλλους να συμμετάσχουν σε παρενοχλήσεις και στη συνέχεια άλλοι μαθητές ανταποδίδουν γιατί νιώθουν πληγωμένοι και νιώθουν την ανάγκη να υπερασπιστούν τον εαυτό τους (Messias et al., 2014).

3.15.Σχέση κυβερνοεκφοβισμού και αυτοκτονίας

Ο Crosby (2018) υποστηρίζει ότι, λόγω της μεγαλύτερης ευαισθητοποίησης για τον διαδικτυακό εκφοβισμό, όλο και περισσότεροι ερευνητές ενδιαφέρονται για τη διερεύνηση των επιπτώσεων του διαδικτυακού εκφοβισμού. Μέσα στα τελευταία είκοσι χρόνια έχουν δημοσιευθεί πολυάριθμα επιστημονικά άρθρα για τον διαδικτυακό εκφοβισμό. Πολλές μελέτες επικεντρώθηκαν στις ψυχολογικές επιπτώσεις του διαδικτυακού εκφοβισμού, συμπεριλαμβανομένων των πολύ ανησυχητικών παρατηρήσεων των συνδέσεων μεταξύ του διαδικτυακού εκφοβισμού και του αυτοκτονικού ιδεασμού. Αυτοκτονικός ιδεασμός είναι όταν οι άνθρωποι σκέφτονται να αυτοκτονήσουν και με ποιο τρόπο αλλά και πότε να το κάνουν.

Όταν ένας διαδικτυακός εκφοβιστής επιτίθεται στο θύμα του/της, διαπράττεται σκόπιμη βλάβη και κάνει το θύμα να αισθάνεται λύπη, ντροπή και ανάξιο αγάπης και ενδιαφέροντος από τους γύρω του (Vanorman & Jarosz, 2016).

Με την αυτοεκτίμησή τους να μειώνεται, τα θύματά τους συχνά νιώθουν κατάθλιψη. Υπήρξαν μελέτες που έχουν δημιουργήσει συσχέτιση μεταξύ του παραδοσιακού εκφοβισμού και της κατάθλιψης. Ωστόσο, μόλις πρόσφατα, οι άνθρωποι θεώρησαν ότι ο διαδικτυακός εκφοβισμός μπορεί να σχετίζεται με την εφηβική κατάθλιψη μέσα στο κοινωνικό σύνολο, που κατακλύζεται από τα μέσα ενημέρωσης.

Παρόλο που πολλά άρθρα επικεντρώνονται στη συσχέτιση μεταξύ του διαδικτυακού εκφοβισμού και του αυτοκτονικού ιδεασμού, μερικές μελέτες που έχουν εξετάσει τη κατάθλιψη (και άλλα είδη ψυχολογικού στρες) λόγω του διαδικτυακού εκφοβισμού έδειξαν ότι στη διάρκεια της εφηβείας, τα θύματα του διαδικτυακού εκφοβισμού υποφέρουν με μακροπρόθεσμα κοινωνιολογικά και ψυχολογικά προβλήματα, σε σχέση με τα θύματα του παραδοσιακού εκφοβισμού (Hinduja & Patchin, 2010).

Τα κοινωνιολογικά προβλήματα περιλαμβάνουν ως επί το πλείστον:

- δυσκολία στο να κάνουν φίλους και
- να δημιουργούν θετικές σχέσεις με άλλους ανθρώπους.

Επίσης, μερικά θύματα φέρουν τα ίδια συμπτώματα κοινωνιολογικών, ψυχολογικών και ψυχικών προβλήματα στην ενήλικη ζωή (Mirsky & Omar, 2015).

Όμως, η εφηβεία είναι μια κρίσιμη περίοδος στη ζωή ενός ατόμου, όπου το άτομο αναπτύσσει αυτοεκτίμηση και αίσθηση ταυτότητας.

Τα θύματα του διαδικτυακού εκφοβισμού είναι πιθανό να εμφανίσουν φυσιολογικά συμπτώματα όπως:

- συχνούς πονοκεφάλους
- επαναλαμβανόμενο κοιλιακό άλγος και
- δυσκολία στον ύπνο.

Είναι, επίσης, πιο ικανοί να εμφανίσουν:

- συμπτώματα άγχους
- κατάθλιψης και
- αυτοκτονικού ιδεασμού

σε σύγκριση με συνομηλίκους που δεν θυματοποιήθηκαν (Selkie et al., 2016).

Οι Sampasa-Kanyinga και Hamilton (2015) έχουν εξετάσει ορισμένα δημογραφικά στοιχεία που μπορεί να επηρεάσουν το ποιος ή ποια έχει τις μεγαλύτερες πιθανότητες να δεχτούν διαδικτυακό εκφοβισμό ή να αντιμετωπίσουν ψυχολογικό στρες. Οι γυναίκες ανέφεραν ότι είχαν μεγαλύτερη ψυχολογική δυσφορία (35,3%) σε σύγκριση με τους άνδρες (17,1%). Οι Bauman et al. (2013) επισημαίνουν ότι οι γυναίκες τείνουν να αισθάνονται τις επιπτώσεις του διαδικτυακού εκφοβισμού και της

κατάθλιψης σε μεγαλύτερο ποσοστό από ό,τι οι άνδρες. Επίσης, για τις γυναίκες, η θυματοποίηση στον κυβερνοχώρο σχετίζεται έντονα με την κατάθλιψη, η οποία με τη σειρά της συνδέεται με απόπειρες αυτοκτονίας. Ο Rosenfeld (2000) υποστηρίζει ότι οι γυναίκες είναι πιο επιρρεπείς στην εσωτερίκευση αρνητικών εμπειριών, ενώ οι άνδρες στην εξωτερικοποίηση.

Οι Bauman et al.(2013) επισημαίνουν ότι οι γυναίκες σημείωσαν υψηλότερες βαθμολογίες στα μέτρα του φανταστικού κοινού, το οποίο θεωρείται έκφραση του εφηβικού εγωκεντρισμού. Βέβαια, αυτό θα μπορούσε να εξηγηθεί από το γεγονός ότι η κοινωνία αποθαρρύνει τους άνδρες να μιλάνε για τα συναισθηματικά τους προβλήματα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Διαμόρφωση κοινωνικής ταυτότητας των νέων μέσω των Social Media

4.1.Εισαγωγή

Η τεχνολογία και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης καλύπτουν τις περισσότερες πτυχές της καθημερινής ζωής. Πολλές από τις συσκευές που φέρουν οι έφηβοι συνδέονται με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. Facebook) και την εικονική επικοινωνία (π.χ. gaming). Σύμφωνα με τους Cingel και Kremer (2014:156): *«Ένας αυξανόμενος όγκος ερευνών υποστηρίζει τις αμοιβαίες σχέσεις μεταξύ της χρήσης των μέσων και των χαρακτηριστικών του χρήστη (που μπορεί να περιλαμβάνουν αναπτυξιακά στάδια)».*

Σήμερα, το καθήκον του να είσαι έφηβος περιλαμβάνει τη χαρά και την επιποκλή της τεχνολογίας. Κατά τη διάρκεια της εφηβείας, οι έφηβοι αντιμετωπίζουν αλλαγές στο σώμα, την αναδιάταξη του εγκεφάλου, τις μεταβαλλόμενες σχεσιακές προσδοκίες και την ανάπτυξη ταυτότητας. Όλα αυτά συντελούνται περισσότερο δημόσια από ότι τις προηγούμενες γενιές, ενώ τα αναφέρουν αυτά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Αν και υπάρχουν πολλοί θετικοί παράγοντες που εμπλέκονται στη στροφή των ανθρώπων προς μία ζωή, περισσότερο εξαρτώμενη από την τεχνολογία, οι άνθρωποι έχουν χάσει μέρος της αρμονίας που τους προωθεί σε μια πιο αστική και ανθρώπινη κοινωνία. Γι' αυτό είναι σημαντικό να αναζητήσουν τρόπους για να ενσωματώσουν τις θετικές στιγμές του παρελθόντος με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που είναι κατασκευάσμα του παρόντος.

4.2.Social Media

Υπήρχαν πάντα μεταβαλλόμενες σχέσεις με έμφαση στην κοινωνικοποίηση, κατά τα εφηβικά χρόνια, όπου *«η ανάδυση του εαυτού, η αναζήτηση ταυτότητας, οι σχέσεις του ατόμου με τους άλλους και η επίδραση του πολιτισμού στη ζωή»* (Erikson, 1959: 34) είναι ζητήματα πρωταρχικής σημασίας.

Σύμφωνα με τον Lahey (2015:105) στο γυμνάσιο οι μαθητές/τριες εστιάζονται στα κοινά ενδιαφέροντα και στη κοινωνική αποδοχή. Γίνεται μία στροφή στη σημασία της αναγνώρισης και κατανόησης της κοινωνικής επιρροής. Οι ομάδες συνομηλίκων

συμβάλλουν, τόσο στην προσαρμοστικότητα, αλλά και στην δυσπροσαρμογή της ανάπτυξης. Στην πραγματικότητα, οι συνομήλικοι βοηθούν ο ένας τον άλλον να μάθουν για τον εαυτό τους (Underwood, 2011).

Οι έφηβοι πάντα επηρεάζονταν από τα Social Media. Ο Lemish (2015:5) διαπίστωσε ότι τα μέσα ενημέρωσης έχουν θετικές και αρνητικές δυνατότητες για να κάνουν τη διαφορά στη ζωή των παιδιών σε όλους τους τομείς της ανάπτυξής τους:

- συμπεριφορικά (π.χ. μίμηση κοινής χρήσης ή επιθετικότητας)
- κοινωνικά (π.χ., να κάνουν νέους φίλους και να ενισχύουν τις υπάρχουσες σχέσεις μέσω των κοινωνικών μέσων ενημέρωσης ή εκφοβισμός των συμμαθητών τους στο Διαδίκτυο).
- γνωστικά (π.χ. εκμάθηση δεξιοτήτων ετοιμότητας ή ανάπτυξη σύντομων περιόδων προσοχής)
- δημιουργικά (π.χ. δημιουργία γραφικών υπολογιστή, τη σύνταξη ιστολογίων και τη μεταφόρτωση των δικών τους βίντεο ή την αναπαραγωγή στερεότυπικών μηνυμάτων).
- σωματικά (π.χ. μάθηση ισορροπημένης διατροφής ή ανάπτυξη κακών διατροφικών συνηθειών).

Οι Seargeant και Tagg (2014) επισημαίνουν ότι είναι σημαντικό να ειπωθεί ότι τα μέσα ενημέρωσης επηρεάζουν τους χρήστες με την επιλογή των θεμάτων τους, η οποία με τη σειρά της κατέχει το δύναμη να επηρεάσει τον θεατή.

Τα πρώτα χρόνια, το Διαδίκτυο ξεκίνησε ως πηγή πληροφοριών. Με την έναρξη του Web 2.0, «δεν ήταν πλέον ένα μέρος όπου πήγαινες κυρίως για να καταναλώσεις περιεχόμενο και πληροφορίες. Έγινε ένα μέρος όπου συμμετείχαν οι χρήστες, ένας δυναμικός χώρος που διαμορφώθηκε (τόσο σκόπιμα όσο και ακούσια) με τις ενέργειες και συνεισφορές των χρηστών» (Seargeant & Tagg, 2014:2).

Αυτή η αλλαγή είχε ως αποτέλεσμα η ανθρώπινη σύνδεση να παίζει μεγαλύτερο ρόλο στο Διαδίκτυο. Οι Weinstein και Selman (2016:392) υπενθυμίζουν ότι οι «κοινές προκλήσεις στις κοινωνικές σχέσεις» διασταυρώνονται με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και «αντανακλούν μοναδικές προκλήσεις πλοήγησης σχέσεων σε μια δικτυωμένη εποχή, συμπεριλαμβανομένης της ευκολίας της εξαπάτησης και της

σύγχυσης σε εξελισσόμενες νόρμες σχέσεων».. Προέκυψε επιρροή στις σχέσεις της εφηβείας, καθώς το διαδίκτυο μεταβαλλόταν σε έναν κοινωνικό χώρο.

Ο Bronfenbrenner (1979) μέσα από την οικολογική θεωρία του επεσήμανε ότι το επίκεντρο του μοντέλου αποτελούν οι σημαντικές σχέσεις στη ζωή ενός ατόμου όπως η οικογένεια, οι συνομήλικοι και οι δάσκαλοι.

Το μοντέλο αυτό υπήρχε, πριν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποκτήσουν άμεση και έμμεση επιρροή στο άτομο και τις στενότερες σχέσεις του/της (Courtois et al.,2011). Όμως, το πλήθος των νέων τεχνολογιών δημιουργούν διαφορετικές μεθόδους κοινωνικής δέσμευσης. Όπως αναφέρει ο Gee (2017:8): *«μέσα στο ανθρώπινο μυαλό υπάρχουν αναμνήσεις προηγούμενων εμπειριών, αλλά ποτέ σε έναν υπολογιστή»*.

4.3.Ποιός/α είμαι?

Αυτή η ερώτηση - Ποιος είμαι; - έχει εξέχοντα ρόλο στην διαδικασία ανάπτυξης και προόδου ενός εφήβου. Οι έφηβοι εστιάζουν στην εργασία και τις σχέσεις ταυτότητας (Erikson, 1959) και αφιερώνουν χρόνο εξερευνώντας δυνατότητες και συνέπειες, συμπεριλαμβανομένων εκείνων που δημιουργούνται από τους ρόλους που έχουν τοποθετηθεί πάνω από άλλους (Woolfolk & Perry, 2012).

Ο Underwood (2011) υποστηρίζει την εξερεύνηση και λήψη αποφάσεων που υποστηρίζουν τους στόχους ενός ατόμου. Την θεωρεί μία πολυάσχολη περίοδος στη ζωή, κατά την οποία, όμως, οι έφηβοι συχνά λειτουργούν με μία συσκευή στο χέρι.

Ο Gee (2017) χώρισε τις ταυτότητες σε:

- δραστηριότητας και
- σχεσιακές.

Οι ταυτότητες που βασίζονται στη δραστηριότητα ορίζονται με ελεύθερη επιλογή και αμοιβαίες σχέσεις μεταξύ ενός ατόμου και μιας κοινωνικής ομάδας, ενώ σχεσιακές ταυτότητες περιγράφονται αυτές που έχουν κοινά σημεία ή αντιθέσεις μεταξύ των ανθρώπων, όπως :

- η ηλικία,
- το φύλο και

- ο πολιτισμός.

Και από τα δύο είδη ταυτότητας υπάρχουν πτυχές στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όπου ένας έφηβος μπορεί να εξερευνά πολλαπλές ταυτότητες ταυτόχρονα.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παίζουν εξέχοντα ρόλο στην ύπαρξη της ταυτότητας των νέων. Αυτό σημαίνει ότι είναι σημαντικό να δούμε αυτή την περίοδο ανάπτυξης της νεολαίας μέσα από τον φακό που περιλαμβάνει τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τις επιρροές τους στο άτομο και στο προσωπικό τους οικολογικό σύστημα.

Όμως, μέσα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης πολλοί δημιουργούν ψεύτικα προφίλ, προσποιούνται ότι είναι κάποιος άλλος και δημιουργούν ψεύτικες ταυτότητες. Αυτό προκαλεί σύγχυση, δημιουργείται γνωστική ασυμφωνία και αναδεικνύει την προοπτική της δημιουργίας μια περσόνας των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, η οποία προχωρά ή σταματά την γνωστική ανάπτυξη του εφήβου.

Ο Maslow (1987) στο παρακινητικό του μοντέλο, υπέθεσε τις ανάγκες αλλά και την ανεπάρκεια της ανάπτυξης.

Στην ανεπάρκεια, συμπεριέλαβε τις ανάγκες του ανήκειν και την εκτίμησης, τις οποίες θεώρησε ότι ένα άτομο θα πρέπει να έχει κίνητρο για να μετακινηθεί προς τα εμπρός προς μια θετική κατεύθυνση και προς την αυτοπραγμάτωση.

Οι Scales et al. (2011:275) διαπίστωσαν ότι μέσα στους νέους είναι συσσωρευμένες τρεις ευρείες δυνάμεις:

- τα πάθη
- οι ευκαιρίες που έχουν στη σχέση τους και
- η αίσθηση ενδυνάμωσής τους.

Αυτά συνδέονται στενά για την καλύτερη:

- ακαδημαϊκή
- ψυχολογική
- κοινωνική και
- συμπεριφορική ευημερία για τους εφήβους και συγκεκριμένα, με κοινωνικά αποτελέσματα που αντικατοπτρίζουν:
- τη δέσμευση και

➤ τη συμβολή στην κοινότητα και στην κοινωνία.

Οι ερευνητές διαπίστωσαν ότι αν ευθυγραμμιστούν αυτές οι υποστηρικτικές δυνάμεις με τις προσωπικές δυνάμεις και τις ικανότητες του ατόμου προάγεται η αυτό-αποτελεσματικότητα, η οποία συμβάλλει στην ταυτότητα του ατόμου μέσα στην κοινότητά του.

Ο Maslow (1987) θεώρησε την παιδική ηλικία ως την εποχή, κατά την οποία συμβαίνει μεγάλο μέρος της διαμόρφωσης των χαρακτήρων από τους ενήλικες. Αναφερόμενος σε μια οικολογική προσέγγιση, ανέφερε ότι τα κίνητρα σπάνια λαμβάνουν χώρα στο κενό. Αντίθετα, επηρεάζεται από ανθρώπους και μέρη. Εάν τα στοιχεία οργανώνονται με τρόπο που υποστηρίζουν την εξερεύνηση ταυτότητας, το αποτέλεσμα είναι η ομοφωνία για έναν έφηβο, η οποία ανοίγει το δυνατότητα για υγιή ατομική ανάπτυξη και ευκαιρία για κοινωνική συνεισφορά.

Δυστυχώς, τα στοιχεία δεν οργανώνονται πάντα με τον βέλτιστο τρόπο, γεγονός που μπορεί να οδηγήσει σε άγχος. Το άγχος επηρεάζει τη ζωή με θετικό τρόπο και μπορεί να παρακινήσει σε υγιή ανταγωνισμό. Όμως, η έκθεση ή το παρατεταμένο στρες μπορεί να επηρεάσει αρνητικά την ανάπτυξη ταυτότητας. Όλη αυτή η επιρροή μπορεί να συνδέεται με το ψηφιακό άγχος και την ερώτηση: Ποιος είμαι? Αυτή η ερώτηση μπορεί να απαντηθεί με πολλούς τρόπους. Οι έφηβοι ζουν μέσα από το μυστήριο του τι θα γίνουν, αναζητώντας ένα μέρος του ανήκειν στον κόσμο τους. Η αναζήτηση της ταυτότητας είναι μια δια βίου διαδικασία, αλλά αναπόσπαστο μέρος της διαδικασίας που συμβαίνει κατά την εφηβεία, όταν τα άτομα μαθαίνουν ποιοι είναι και τι είναι.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Ο ρόλος των διαφημίσεων στα Social Media και οι επιπτώσεις αυτών στην ψυχολογία των νέων

5.1.Εισαγωγή

Οι Νέες Τεχνολογίες μεταμόρφωσαν την επικοινωνία με έναν καινοτόμο και δημιουργικό τρόπο. Η εμφάνιση των Social Media με δικτυακούς ιστότοπους, όπως το Facebook, το Twitter, το LinkedIn κ.λπ. δημιούργησαν μία άμεση σχέση με τους ανθρώπους. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα, μέσα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, να ξεκινήσει μία νέα εποχή στον κόσμο του μάρκετινγκ.

Είναι μια νέα τάση και ένας ταχέως αναπτυσσόμενος τρόπος στον τομέα του μάρκετινγκ για τη δημιουργία μιας γρήγορης επικοινωνίας με τους πελάτες και τους επώνυμους. Η διαφήμιση, μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, είναι ένας ισχυρός και αποτελεσματικός τρόπος διαφήμισης προϊόντων στους πελάτες και μία σύγχρονη τεχνική για να προσελκύσουν κόσμο και να κάνουν τις αγορές πιο εύκολες.

Οι έφηβοι συντόνισαν τον τρόπο ζωής τους, τις σκέψεις τους, τον τρόπο ομιλίας τους, τον ενδυματολογικό κώδικα και τις αγορές, σύμφωνα με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Διατηρούν την εικόνα τους, χρησιμοποιώντας τα προϊόντα της γνωστής και ευυπόληπτης μάρκας στο διαδίκτυο. Ο τομέας διαφήμισης γνωρίζει ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ο πιο βολικός τρόπος προσέγγισης των εφήβων (Jincy και Enoch , 2019).

5.2. Τρόπος προσέγγισης των διαφημίσεων

Ο τρόπος προσέγγισης των διαφημίσεων περιλαμβάνει μια ποικιλία μορφών εμπορικού περιεχομένου που παρέχονται από βίντεο κλιπ, ήχο, διαδραστικά παιχνίδια, κ.λπ. Το Διαδίκτυο έχει γίνει προφανώς μια απαραίτητη πηγή για πληροφορίες σήμερα και παίζει σημαντικό ρόλο στην αλλαγή του τρόπου ζωής των εφήβων.

Τα είδη μόδας μεταφέρουν νόημα στους νέους, καθώς είναι αντικείμενο ανθρώπινης συμπεριφοράς που προέρχεται από την κοινωνική αλληλεπίδραση και την επικοινωνία. Η προηγμένη τεχνολογία μέσω έδωσε ευκαιρίες σε εταιρείες να επιλέξουν μια ποικιλία επιλογών για την εμπορία των προϊόντων τους. Η άνοδος των Social Media βοήθησε να κυκλοφορήσει ένα νέο κανάλι για τις επώνυμες εταιρείες για να συνδέονται με τους καταναλωτές πιο άμεσα και πιο πρωτότυπα.

Η άνοδος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχει δημιουργήσει την έκρηξη του μάρκετινγκ. Το μάρκετινγκ επηρεασμού έχει αλλάξει με επιτυχία τον τρόπο με τον οποίο οι επώνυμες εταιρείες αλληλοεπιδρούν με τους πελάτες.

Αυτό έχει ως αποτέλεσμα οι έφηβοι να επηρεάζονται από τα μέσα ενημέρωσης και να μιμούνται τις νέες τάσεις μόδας, χωρίς να ελέγχουν τα πλεονεκτήματά, τα μειονεκτήματα και την εγκυρότητα αυτών (Jincy & Enoch, 2019).

5.3. Επιπτώσεις της διαφήμισης στην νεολαία

Οι Pabalkar et al. (2014) συζήτησαν τις επιπτώσεις της διαφήμισης στη νεολαία. Σύμφωνα με τα ευρήματα μελέτης των Baeve D et. al (2015), η διαφήμιση έχει θετικές όσο και αρνητικές επιπτώσεις στη νεολαία και παίζει έναν αναπόσπαστο ρόλο σχεδόν σε κάθε πτυχή της καθημερινότητάς των νέων. Η πίεση που ασκεί η διαφήμιση μέσω των Social Media οδηγεί τη νεολαία στην υιοθέτηση των προβολών αυτής.

Όπως υποστηρίζουν οι Jincy και Enoch (2019) η διαφήμιση παίζει σημαντικό ρόλο στη ζωή των ανθρώπων. Η τηλεόραση και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι σημαντική πηγή πληροφοριών για να κατανοήσουν τα παιδιά τα προϊόντα. Όμως αυτά τα μέσα ενημέρωσης αποτελούν απειλή για τους χρήστες να είναι πελάτες χωρίς να συνειδητοποιούν την αλήθεια και τη φαντασία.

Για παράδειγμα, τα παιδιά και οι έφηβοι επηρεάζονται από τα μέσα που τους καθοδηγούν να συνηθίσουν σε πρόχειρα φαγητά με χαμηλές θρεπτικές ουσίες που δημιουργούν παχυσαρκία. Σύμφωνα με αποτελέσματα μελέτης των Jincy και Enoch (2019), οι διαφημίσεις των μέσων ενημέρωσης επηρέασαν τους νέους στο να επιλέγουν προϊόντα και τρόφιμα που οδηγούν σε ανθυγιεινές συνήθειες ζωής.

5.4.Χαρακτηριστικά του βαθμού επιρροής

Υπάρχει τεράστια διαφορά μεταξύ αγοριών και κοριτσιών στις αντιδράσεις τους απέναντι στις διαφημίσεις. Οι έφηβοι ενημερώνονται για την τελευταία λέξη της τεχνολογίας με τη βοήθεια του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Περνούν περίπου περισσότερες από 16 ώρες την εβδομάδα στα Social Media, παρόλο που οι επαγγελματίες συμβουλεύουν ότι τα παιδιά θα πρέπει να περιορίσουν τον χρόνο τους στα μέσα ενημέρωσης σε 2 ώρες την ημέρα.

Ο Nazeer (2017) διερεύνησε την επίδραση της διαφήμισης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στους φοιτητές. Ευρήματα της μελέτης του αποκάλυψαν τη στάση των χρηστών των διαδικτυακών κοινωνικών δικτύων απέναντι στη διαφήμιση και αλλαγές συμπεριφοράς προς αυτά. Σύμφωνα με αυτή τη μελέτη, ο βαθμός εξάρτησης επιρροής της διαφήμισης μέσα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης εξαρτάται από:

- την ηλικία
- το φύλο
- τον πολιτισμό
- την κοινωνικότητα και
- την οικονομική τους προοπτική

Αποτελέσματα μελέτης του Glucksman (2017) έδειξαν ότι ο βαθμός επιρροής των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στους νέους εξαρτάται από την ικανότητά τους να επηρεάζουν τους χρήστες μέσω:

- της αυθεντικότητας
- της εμπιστοσύνης και
- της διαδραστικότητας.

Αυτή η μελέτη διερεύνησε τους 5 παράγοντες επιρροής των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στο Instagram και το YouTube.

5.4.1.Επιρροή στην αγοραστική δύναμη των νέων

Οι Sundarapandian et al. (2015) μέσω της έρευνάς τους ανέλυσαν ότι τα μέσα ενημέρωσης έπαιξαν σημαντικό ρόλο στην αγοραστική δύναμη των νέων. Η μελέτη που διεξήχθη στη Μαλαισία αποκάλυψε ότι η τηλεόραση ήταν το πιο ισχυρό μέσο επικοινωνίας και προσέγγισης των ανθρώπων ώστε να αυξήσουν τη δική τους αγοραστική δύναμη. Οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης στόχευαν κυρίως τη νεολαία. Είναι ένας σημαντικός τρόπος δημιουργίας κινήτρου για τους ανθρώπους να αγοράσουν και να προσελκύσουν την προσοχή των καταναλωτών.

Ο Mir (2012) επισημαίνει ότι το διαδίκτυο διαθέτει μεγαλύτερη ευελιξία και έλεγχο του διαφημιστικού υλικού, ενώ επιχειρεί τον προσδιορισμό της αποτελεσματικότητας της διαδικτυακής διαφήμισης. Στη μελέτη του προσδιόρισε τις διαστάσεις που επηρεάζουν τις στάσεις του καταναλωτή απέναντι στη διαφήμιση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε ένα συλλογικό πολιτισμικό πλαίσιο στη Νότια Ασία. Η μελέτη πρόβαλε τον ψυχολογικό παράγοντα ως ευνοϊκή στάση και θετικές πεποιθήσεις απέναντι στα κοινωνικά κατάσταση των νέων.

5.5.Μάρκετινγκ ηλεκτρονικών πωλήσεων

Η διαφήμιση επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό τη συμπεριφορά του καταναλωτή, όταν αυτός κάνει κλικ σε διαφημίσεις. Η επικοινωνία, μέσω της ψυχαγωγίας και της ενημέρωσης, έχει θετικά αποτελέσματα στη στάση και τον τρόπο ζωής, στην οικονομία και τις αξίες της νεολαίας και της κοινωνίας.

Οι Potvin Kent et al. (2019) πραγματοποίησαν μία μελέτη με στόχο να συγκρίνουν τη συχνότητα και την εμφάνιση σποτ μάρκετινγκ τροφίμων από παιδιά και εφήβους σε εφαρμογές κοινωνικών μέσων, καθώς και τη κατά προσέγγιση εβδομαδιαία έκθεσή τους. Τα Φαστ φουντ και ζαχαρούχα ποτά θεωρούνται ως τα πλέον προωθούμενα ανθυγιεινά προϊόντα. Αυτή η μελέτη αποκάλυψε ότι τα παιδιά και οι

έφηβοι γίνονται μάρτυρες μάρκετινγκ τροφίμων από 30 έως και 189 φορές, κατά μέσο όρο, την εβδομάδα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μέσω εφαρμογών.

Λόγω ψυχολογικής και νευροβιολογικής ανάπτυξης οι έφηβοι είναι ιδιαίτερα σε κίνδυνο να επηρεαστούν από το μάρκετινγκ.

Οι Mohammadpour et al. (2014) συζήτησαν για την επίδραση του μάρκετινγκ ηλεκτρονικών αγορών μέσω μεταβλητών διαμεσολάβησης. Τα ευρήματα της μελέτης τους έδειξαν ότι το μάρκετινγκ μέσω κοινωνικής δικτύωσης είχε θετικό και σημαντικό αντίκτυπο στο κεφάλαιο αξίας, το σχεσιακό κεφάλαιο και το κεφάλαιο επωνυμίας.

Το σχεσιακό κεφάλαιο ανά αξία και το κεφάλαιο επωνυμίας είχαν έμμεσο και σημαντικό αντίκτυπο στις ηλεκτρονικές αγορές του χρήστη. Αυτή η μελέτη υποστήριξε το διαμεσολαβητικό κεφάλαιο αξίας ρόλου, το σχεσιακό κεφάλαιο και το κεφάλαιο επωνυμίας μεταβλητών στη σχέση μεταξύ των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των ηλεκτρονικών αγορών των χρηστών. Σύμφωνα με αυτή τη μελέτη, το 40,8% των ερωτηθέντων αφιέρωσαν 1 έως 2 ώρες (ανά ημέρα) από τον χρόνο τους σε ηλεκτρονικά μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Μεταξύ των ιστότοπων κοινωνικής δικτύωσης, το Facebook (92%), το Twitter (84%), το LinkedIn (71%), τα ιστολόγια (68%) και το YouTube (56%) ήταν τα πιο συχνά χρησιμοποιούμενα εργαλεία μάρκετινγκ και σημαντικοί πυλώνες προσέλκυσης πελατών. Χρησιμοποίησαν πέντε τρόπους, όπως:

- τη συμμετοχική προώθηση,
- το crowdsourcing,
- το check-in κινητών συσκευών,
- τα παιχνίδια και
- τις ηλεκτρονικές αγορές (Saravanakumar et al. 2012).

Οι Nadraja et al. (2014) επεσήμαναν τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μάρκετινγκ πολύ καθαρά με κατάλληλα παραδείγματα. Η εταιρεία μάρκετινγκ μπορεί να παρέχει απεριόριστη ενημέρωση του πελάτη χωρίς ανθρώπινη παρέμβαση.

Σύμφωνα με αυτή τη μελέτη, τα πλεονεκτήματα σχετίζονται:

- με το κόστος,
- την κοινωνική αλληλεπίδραση,

- τη διαδραστικότητα,
- τη στοχευμένη αγορά και
- τις υπηρεσίες στον πελάτη.

Οι εφαρμογές μέσω κοινωνικής δικτύωσης κάνουν την εφαρμογή ολοκληρωμένου διαδικτυακού μάρκετινγκ, τόσο αναπόφευκτη όσο και αποτελεσματική για μια διαδικτυακή προσέγγιση.

Το Consumer Psych έχει ουσιαστικό ρόλο στο τομέα αγορών και μάρκετινγκ. Με βάση αυτή τη μελέτη, η ψυχολογία του καταναλωτή έχει τέσσερις τομείς ανάλυσης:

- (α) φυσιολογικοί παράγοντες
- (β) ψυχολογικοί παράγοντες
- (γ) κοινωνικές και πολιτισμικές επιρροές και
- (δ) χαρακτηριστικά προσωπικότητας (Roberts, 1998).

Ο Ebere Chukwuere (2017) ερευνά τον αντίκτυπο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στις φοιτήτριες και στον τρόπο ζωής αυτών. Αυτή η μελέτη δείχνει την επιρροή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στις φοιτήτριες, δηλαδή πώς:

- σκέφτονται,
- αλληλοεπιδρούν,
- επικοινωνούν
- ερωτεύονται και
- τον κοινωνικό τους τρόπο ζωής.

Μέσω της αντίληψης, ο ερευνητής διαπιστώνει ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προωθούν την ανήθικη δημοσίευση με βίντεο και εικόνες μεταξύ των μαθητών, με αποτέλεσμα μερικές φορές να συγχέονται οι αληθινές με τις ψεύτικες πληροφορίες.

5.6.Επιρροή των διαφημίσεων στα MME

Πολλοί ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης εμφανίζουν πολλαπλές διαφημίσεις, όπως:

- διαφημίσεις banner (τις δημιουργούν μόνοι τους οι χρήστες),

- διαφημίσεις συμπεριφοράς (διαφημίσεις που στοχεύουν σε άτομα με βάση τη συμπεριφορά περιήγησής τους στον Ιστό) και
- διαφημίσεις βάσει δημογραφικών στοιχείων (διαφημίσεις που στοχεύουν σε άτομα με βάση έναν συγκεκριμένο παράγοντα, όπως η ηλικία, το φύλο, η εκπαίδευση, η οικογενειακή κατάσταση, κ.λπ.) που επηρεάζουν όχι μόνο την αγοραστικές τάσεις εφήβων αλλά και τις απόψεις τους για το τι είναι φυσιολογικό (Barve et al., 2015).

Είναι ιδιαίτερα σημαντικό να γνωρίζουν οι γονείς τις διαφημίσεις συμπεριφοράς, επειδή είναι κοινές σε ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης και λειτουργούν συλλέγοντας πληροφορίες για το άτομο που χρησιμοποιεί έναν ιστότοπο και στη συνέχεια στοχεύουν στο προφίλ αυτού του ατόμου για να επηρεάσουν αποφάσεις αγοράς. Τέτοιες ισχυρές επιρροές ξεκινούν μόλις τα παιδιά αρχίσουν να μπαίνουν στο διαδίκτυο και να δημοσιεύουν.

Επομένως, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν αντίκτυπο στη νεολαία με διάφορους τρόπους. Για παράδειγμα, όσον αφορά την έκθεσή τους σε προβληματικό υλικό, το Διαδίκτυο έχει αλλάξει τον τρόπο κατανάλωσης όσον αφορά την πορνογραφία. Οι χρήστες έχουν μεγαλύτερη δυνατότητα πρόσβασης στην πορνογραφία μέσω των δικών τους ιδίων πρωτοβουλιών ή κατά λάθος. Η έρευνα έχει αποκαλύψει ότι το 57 τοις εκατό των ηλικιών 9 έως 19 ετών έχουν έρθει σε επαφή με διαδικτυακή πορνογραφία (Victor, 2017).

Επίσης 22 τοις εκατό των παιδιών και εφήβων 9-19 ετών, καθημερινά και εβδομαδιαία, έχουν καταλήξει κατά λάθος σε έναν ιστότοπο με βίαιες ή φρικιαστικές εικόνες και το 9 τοις εκατό σε ένα ιστότοπο που είναι εχθρικός ή μεταδίδει μίσος για μια ομάδα ανθρώπων (Livingstone & Bober, 2005).

Επιπλέον, η έρευνα για τον κίνδυνο, τον αντίκτυπο και την πρόληψη του Victor (2017) διαπίστωσε ότι η μετάβαση σε δωμάτια συνομιλίας και η χρήση του υπολογιστή στα σπίτια άλλων είναι τα πιο συνηθισμένα προγνωστικά συμπεριφοράς που σχετίζονται με την έκθεση σε σεξουαλικό υλικό στο διαδίκτυο. Επιπλέον, η έκθεση στη διαφήμιση και η κατανάλωση εικονικών αντικειμένων είναι, επίσης, σε άνοδο. Έτσι, η νεολαία εκτίθεται συνεχώς σε διαφορετικούς τύπους μάρκετινγκ, όχι μόνο με την

επίσκεψη σε ιστοσελίδες, αλλά και μέσα από την εξάσκηση των αγαπημένων τους χόμπι.

Οι Chung και Grimes (2005) επισημαίνουν ότι τα παιχνίδια περιλαμβάνουν έκθεση πραγματικού μάρκετινγκ μέσα στις εικονικές ρυθμίσεις τους. Μερικές κοινότητες μετατρέπουν το παιχνίδι των παιδιών σε έναν τρόπο συλλογής πληροφοριών. Επίσης, νέα είδη παιχνιδιών και εικονικές κοινότητες εμφανίζονται, όταν ο χρήστης ξοδεύει χρήματα για να βελτιώσει την εμπειρία παιχνιδιού (π.χ. συνδρομές, αγορά εικονικών αντικειμένων).

5.7.Ο ρόλος των MME στην κάλυψη του διαδικτυακού εκφοβισμού

Οι Young et al. (2017) υποστηρίζουν ότι εκτός από τις έρευνες που έγιναν για τον διαδικτυακό εκφοβισμό και την αυτοκτονία, οι ερευνητές έχουν διεξάγει μελέτες ανασκόπησης από ομοτίμους, εξετάζοντας τον τρόπο, με τον οποίο καλύπτονταν το θέμα στις ειδήσεις και στα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Παρόλο που δεν υπάρχουν σχόλια από τους ίδιους τους μαθητές/τριες, αυτού του είδους τα άρθρα προσφέρουν μια εικόνα για το σύγχρονο πρόβλημα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Είναι σημαντικό να καταγραφεί πώς ο μαζικός πληθυσμός έχει αντιδράσει σε κάτι τόσο σοβαρό όπως ο αυτοσχέδιος θάνατος λόγω διαδικτυακού εκφοβισμού. Οι Young et al. (2017) εξέτασαν τον τρόπο, με τον οποίο αντιπροσωπεύεται η αυτοκτονία στο περιστατικά διαδικτυακού εκφοβισμού που εμφανίστηκαν στις ειδήσεις. Τα κυρίαρχα θέματα που ανακαλύφθηκαν, εξετάζοντας αυτά τα άρθρα ειδήσεων ήταν:

(α) η απόδοση ευθύνης για την αυτοκτονία ως αιτιολογική αλυσίδα, από τη δράση των θυμάτων μέχρι τον εκφοβισμό στο διαδίκτυο και εκτός σύνδεσης αυτοκτονία,

(β) η απόδοση ευθύνης για εκφοβισμό για τη μετατόπιση μεταξύ στόχων, αλλά κατά κύριο λόγο στα σχολεία,

(γ) η ενίσχυση της αίσθησης ότι ο διαδικτυακός εκφοβισμός είναι εκφοβισμός που προκαλεί υψηλούς κινδύνους στους χρήστες και

(δ) πώς δημοσιεύονται οι αυτοκτονίες, πώς λειτουργούν ως προειδοποιητικές ιστορίες ή συναγερμοί που προτρέπουν τη δράση.

Μια άλλη μελέτη του Milosevic (2015), εξέτασε, επίσης, πώς οι ειδήσεις, τόσο στον έντυπο τύπο, όσο και στην τηλεόραση έχουν αναφέρει διαδικτυακό εκφοβισμό και αυτοκτονία, αποδίδοντας και ευθύνες. Η πρώτη τους υπόθεση ήταν ότι οι τηλεοπτικές ιστορίες ήταν πιο πιθανό να προκληθούν από μεμονωμένα περιστατικά διαδικτυακού εκφοβισμού, παρά από έντυπες ιστορίες.

Η μελέτη, επίσης, διαπίστωσε ότι το 9,1% των ειδήσεων σε έντυπη μορφή ήταν πιο πιθανό να κατηγορήσουν τις τεχνολογικές συσκευές για τον διαδικτυακό εκφοβισμό σε σύγκριση με το 5,1% των ιστοριών που παρουσιάζονται στην τηλεόραση.

Οι τηλεοπτικές ιστορίες και το 20% των έντυπων ειδήσεων κατηγόρησαν τους γονείς. Το θέμα της απόδοσης ευθύνης στα σχολικά ιδρύματα καλύφθηκε σχεδόν εξίσου από τα έντυπα (21,1%) και την τηλεόραση (20%).

Β. Εμπειρικό μέρος

Κεφάλαιο 1: Σκοπός και Αξία της Έρευνας

1.1 Σκοπός έρευνας και ερευνητικά ερωτήματα

Βασικός σκοπός της παρούσας έρευνας είναι η διερεύνηση για το πως ο COVID-19 επηρέασε τον τρόπο, με τον οποίο πλοηγούνται οι νέοι στα κοινωνικά δίκτυα. Με βάση το σκοπό αυτό, στην παρούσα έρευνα τέθηκαν κάποια ερευνητικά ερωτήματα:

- Ποιος είναι χειρισμός των Social Media από τους νέους σε καταστάσεις, όπως αυτής της πανδημίας του κορονοϊού;
- Ποιες πλατφόρμες χρησιμοποιούν οι νέοι για να ενημερωθούν για τον κορονοϊό;
- Ποια θέματα ειδήσεων ενδιαφέρουν τους νέους περισσότερο;
- Πως αντιλαμβάνονται τις ειδήσεις και τον τρόπο που «εμφανίζονται» αυτές στα Social Media;
- Πως αντιλαμβάνονται οι νέοι την τόση μεγάλη προβολή του κορονοϊού στα Social Media και αν μπορεί να δημιουργηθεί περισσότερο κακό παρά καλό στους ανθρώπους;
- Ποιες είναι οι κυριότερες ειδήσεις ή δηλώσεις σχετικά με τον κορονοϊό που βλάπτουν την ψυχική υγεία των νέων;
- Ποιος είναι ο βαθμός επιρροής των Social Media στους νέους;
- Πόσες ώρες αφιερώνουν οι νέοι στα Social Media;
- Ποια είναι η προσέγγιση των νέων στα Social Media;

1.2 Αξία έρευνας

Η εκπόνηση της παρούσας έρευνας έχει ιδιαίτερη σημασία και αξία για τους παρακάτω λόγους. Αρχικά, αναφέρεται πόσο ενεργά είναι τα Social Media στην εποχή μας, αλλά και πως έχουν επηρεάσει σε ψυχολογικό επίπεδο και τα δυο φύλα, καθώς και πως ενημερώνονται μέσα από αυτά. Ιδιαίτερη σημασία δίνουμε στο φαινόμενο του κορονοϊού, το οποίο έχει επηρεάσει ακόμα περισσότερο την καθημερινότητα των ανθρώπων, ακόμα και στα Social Media. Μέσα από το ερωτηματολόγιό μας παρατηρούμε τις προτιμήσεις ανδρών και γυναικών, τις διαφορές των δυο φύλων, τον τρόπο, με τον οποίο λειτουργούν διαφορετικά στα Social Media, καθώς και τον τρόπο με τον οποίο ενημερώνονται για την πανδημία. Επίσης, η έρευνά μας έχει ιδιαίτερο στόχο να αναδείξει τα θετικά και τα αρνητικά συναισθήματα, τα οποία δημιουργούνται από διάφορες ειδήσεις του κορονοϊού και μπορούμε να δούμε ποια από τα δυο φύλα επηρεάζεται περισσότερο σε ψυχολογικό επίπεδο. Ο κορονοϊός είναι ένα φαινόμενο, το οποίο έχει επηρεάσει σε πολλούς τομείς την ανθρώπινη ζωή και κατ' επέκταση των τρόπο, με τον οποίο χρησιμοποιούμε τα Social Media. Η κοινωνική απόσταση έχει αναγκάσει μια αλλαγή τρόπου ζωής και έχει ασκήσει πίεση στην ψυχική υγεία για πολλούς ανθρώπους. Δημιουργήθηκαν πολλές διαδικτυακές συμβουλευτικές υπηρεσίες που χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και κέρδισαν δημοτικότητα, επειδή μπορούσαν να το κάνουν με ασφάλεια και να συνδέσουν τους επαγγελματίες ψυχικής υγείας με αυτούς που χρειαζόταν βοήθεια να διαχειριστούν τον ιό και τις επιπτώσεις του. Άμεση πρόσβαση σε περιεχόμενο μέσω πλατφορμών, όπως Facebook, αφήνουν τους χρήστες ευάλωτους σε φήμες και αμφισβητήσιμες πληροφορίες, οι οποίες δύναται να επηρεάσουν τόσο την ατομική ψυχολογία και συμπεριφορά όσο και τη γενικότερη κοινωνική συμπεριφορά, με αποτέλεσμα να μην αποδίδουν στο μέγιστο και τα μέτρα που λαμβάνει η Κυβέρνηση για τη περίοδο αυτή. Επομένως, η καταγραφή των απόψεων των ίδιων των ανθρώπων απέναντι σε αυτόν τον καταγισμό πληροφοριών κρίνεται σημαντική για την ποιότητα λειτουργίας των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και του τρόπου που χειραγωγούν τους ανθρώπους, ιδίως τους νέους.

Κεφάλαιο 2: Μεθοδολογία

2.1 Είδος έρευνας

Στην έρευνα χρησιμοποιήθηκε ποσοτική μέθοδος, καθώς επιλέξαμε το ερωτηματολόγιο για την πραγματοποίησή της. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε διαδικτυακά, δεδομένου ότι στόχος ήταν να συλλεχθούν δεδομένα από ένα, όσο το δυνατόν, μεγαλύτερο αριθμό συμμετεχόντων.

2.2 Μέσο συλλογής δεδομένων

Το ερωτηματολόγιο αποτελεί αντίγραφο του ερωτηματολογίου, που χρησιμοποιήθηκε στην έρευνα των Ahmad & Murad (2020), μεταφρασμένο στα Ελληνικά (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ). Η συγκεκριμένη έρευνα αποτέλεσε τη βάση, πάνω στην οποία στηρίχτηκε και η παρούσα εργασία, η οποία καλείται να διερευνήσει παρόμοια ερευνητικά ερωτήματα. Στην έρευνα των Ahmad & Murad (2020) οι χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (N=519) συμμετείχαν σε ένα τυχαίο διαδικτυακό ερωτηματολόγιο, το οποίο είχε ως στόχο να προσδιορίσει την επίδραση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στη διάδοση του πανικού, σχετικά με την επιδημία COVID-19, καθώς και τον αντίκτυπο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην ψυχική υγεία των ανθρώπων και την κρίση υγείας που αντιμετωπίζουν οι χώρες σε όλο τον κόσμο. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν σημαντικό αντίκτυπο στη διάδοση του φόβου και του πανικού που σχετίζεται με τον COVID-19, με πιθανή αρνητική επίδραση στην ψυχική υγεία και την ψυχολογική ευεξία των ανθρώπων.

Ωστόσο, το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο χρησιμοποιήθηκε και σε ένα σύνολο άλλων ερευνών. Συγκεκριμένα, στην έρευνα των Lelisho et al. (2022), οι ερευνητές εξέτασαν το ίδιο ερευνητικό θέμα, δηλαδή τον αρνητικό αντίκτυπο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης κατά την έξαρση του COVID-19. Οι ερωτηθέντες εκτέθηκαν περισσότερο στο διάβασμα, στην ακρόαση ή στην παρακολούθηση ειδήσεων που σχετίζονται με τον COVID-19 καθώς αυξανόταν ο χρόνος που περνούσαν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, με αποτέλεσμα να επηρεάζονται

ψυχολογικά. Επίσης, η έρευνα έδειξε ότι το γυναικείο φύλο επηρεάστηκε περισσότερο ψυχολογικά από τις συνεχόμενες ειδήσεις για τη πανδημία, σε σχέση με τους άνδρες.

Η έρευνα των Shehata & Abdeldaim (2022) περιορίστηκε στην έρευνα σε ενήλικες άνω των 18 ετών, μελετώντας και αυτοί το ζήτημα της εξάπλωσης του πανικού, σχετικά με τον Covid-19, μέσα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Στη συγκεκριμένη έρευνα, τα δεδομένα που αναλύθηκαν έδειξαν ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ανθρώπων που υπέφεραν ψυχολογικά από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ήταν εκείνοι με τριτοβάθμια εκπαίδευση και μεταπτυχιακή εκπαίδευση. Αυτό μπορεί να εξηγηθεί καθώς τα άτομα με υψηλά επίπεδα εκπαίδευσης ανησυχούν περισσότερο για τον COVID-19 και τις συνέπειές του και παρακολουθούν τις σχετικές ειδήσεις του στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης από εκείνα με χαμηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης, και επιπλέον υπέφεραν από σοβαρό έως πολύ σοβαρό άγχος, κατάθλιψη, και άγχος περισσότερο από άλλους με χαμηλότερο μορφωτικό επίπεδο.

Στην έρευνα των Arafat et al. (2021), οι ερευνητές χρησιμοποίησαν το ίδιο ερωτηματολόγιο, προκειμένου να εξετάσουν τον πανικό των συμμετεχόντων σχετικά με τις αγοραστικές τους συνήθειες. Συγκεκριμένα, εξετάζουν τη ξαφνική αύξηση της κατανάλωσης και της ποσότητας ενός ή περισσότερων απαραίτητων αγαθών, μέσω διαδικτυακών αγορών, μια κατάσταση που προκαλείται από μια δυσμενή κατάσταση, όπως η πανδημία Covid-19. Η μελέτη μέτρησε τον αντίκτυπο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στον πανικό και ανέφερε ότι η εξάπλωση του πανικού και του άγχους σχετίζεται σημαντικά με την αυτοαναφερόμενη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, ιδίως μέσα από μια επίδειξη υπερκαταναλωτισμού. Ο υπερκαταναλωτισμός ήταν πιο συχνό φαινόμενο, μεταξύ των ανθρώπων που ανησυχούσαν περισσότερο για την πανδημία του COVID-19 και ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έπαιξαν πιθανώς ρόλο στη διάδοση της ανησυχίας, του φόβου και του άγχους δείχνοντας εικόνες από άδεια ράφια, τα οποία με τη σειρά τους παρήγαγαν μια αίσθηση έλλειψης στους συμμετέχοντες.

Με τη παρούσα εργασία και με τη συμμετοχή ενός μεγαλύτερου ποσοστού συμμετεχόντων, αναμένεται τα ευρήματα αυτά να επιβεβαιωθούν. Συγκεκριμένα δημιουργούνται οι εξής *ερευνητικές υποθέσεις*:

- Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν μια σημαντική πηγή παραπληροφόρησης και δημιουργίας συναισθημάτων φόβου και πανικού, κατά τη διάρκεια της πανδημίας Covid-19
- Η παραπληροφόρηση και ο καταγισμός πολλών και ανακριβών ειδήσεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δημιουργεί ένα κύμα έντονο ψυχολογικού άγχους

Το ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε σε ηλεκτρονική μορφή για λόγους ευκολίας και αμεσότητας ως προς τους ερωτηθέντες, μέσω των Social Media (Facebook, Instagram). Οι ερωτήσεις που χρησιμοποιήθηκαν ήταν απαντήσεις στην σειρά, καθώς ρωτάμε πόσες ώρες χρησιμοποιούν οι χρήστες τα Social Media. Πρόκειται για ζευγαρωτές συγκρίσεις, διότι οι ερωτώμενοι πρέπει να απαντήσουν πιο κοινωνικό δίκτυο χρησιμοποιούν περισσότερο. Ενώ έχουμε βάλει και ερωτήσεις κλειστού τύπου με δυνατότητα πολλαπλών επιλογών, όπου ο ερωτώμενος μπορεί να επιλέξει παραπάνω από μία απαντήσεις. Έχουμε χρησιμοποιήσει και ερωτήσεις που παίρνουν σαν απάντηση διχοτομικές μεταβλητές (Ναι/Όχι).

Οι λόγοι, για τους οποίους επιλέξαμε το συγκεκριμένο τύπο έρευνας είναι για το χαμηλό κόστος έναντι των άλλων μεθόδων, για να μπορεί να αποσταλεί σε σύντομο χρονικό διάστημα σε έναν μεγάλο αριθμό ατόμων, όπως και για τον εύκολο σχεδιασμό και της χρήσης του. Επίσης, οι συμμετέχοντες έχουν την ελευθερία της γνώμης τους, λόγω της ανωνυμίας και απαιτείται λιγότερος χρόνος για τον ερευνητή, αλλά και για τους ερωτώμενους.

Το πρώτο μέρος της έρευνας αποτελείται από γενικές ερωτήσεις που αφορούν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων (φύλο, ηλικία, επαγγελματική ιδιότητα, μορφωτικό επίπεδο κ.α.). Το δεύτερο μέρος αποτελείται από ειδικές ερωτήσεις (με ποιο τρόπο χειρίζονται τα Social Media). Συγκεκριμένα, οι ερωτήσεις αφορούν τον τύπο των πλατφορμών μέσω κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιούνται για τη λήψη πληροφοριών σχετικά με τον COVID-19, κατά τη

διάρκεια της πανδημίας. Τέλος, το τρίτο και το τελευταίο μέρος αποτελείται από ερωτήσεις που αφορούν την επιρροή που ασκεί ο κορονοϊός στους χρήστες των Social Media. Συγκεκριμένα, υπάρχουν ερωτήσεις σχετικά με τον αντίκτυπο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στη διάδοση του πανικού μεταξύ των χρηστών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης κατά τη διάρκεια της πανδημίας COVID-19. Ο προέλεγχος έγινε από την επιβλέπουσα καθηγήτρια. Στο ερωτηματολόγιο μας βρέθηκαν μόνο δύο συντακτικά λάθη, τα οποία διορθώθηκαν άμεσα. Τέλος το ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε στο διάστημα Νοεμβρίου - Δεκεμβρίου και το απάντησαν πάνω από 1.400 άτομα.

2.3 Δείγμα

2.3.1. Φύση δείγματος

Το δείγμα της παρούσας εργασίας είναι όλοι οι χρήστες των Social Media ηλικίας από 18 έως 64 και άνω. Δεν ορίστηκαν κριτήρια αποκλεισμού, καθώς η έρευνα αφορά σε ένα θέμα, το οποίο σχετίζεται με όλες τις ηλικιακές ομάδες και έχει επηρεάσει το σύνολο της κοινωνίας στη σημερινή εποχή. Με άλλα λόγια, η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αποτελεί ένα ζήτημα, το οποίο δε περιορίζεται αποκλειστικά στις μικρές ηλικιακές ομάδες. Ειδικότερα, κατά τη περίοδο της πανδημίας και μετά, η χρήση τους έχει αυξηθεί και στις μεγαλύτερες.

2.3.2. Είδος Δειγματοληψίας

Το είδος της δειγματοληψίας που ακολουθήσαμε είναι:

- ✚ *Δείγμα Χιονοστιβάδας*- οι άνθρωποι, οι οποίοι απάντησαν το ερωτηματολόγιο μας, το προώθησαν και σε άλλους με αποτέλεσμα να συλλέξουμε περισσότερες απαντήσεις. Αυτός ο τύπος δικτύωσης είναι ιδιαίτερα χρήσιμος για την εύρεση ατόμων που δεν είναι πρόθυμοι να αποκαλύψουν την ταυτότητά τους, αλλά και να μπορεί ο ερευνητής να φτάσει σε ένα σύνολο συμμετεχόντων, στο οποίο δεν θα είχε εύκολα πρόσβαση, αν για παράδειγμα η έρευνα γινόταν με κάποιο άλλο τρόπο και όχι διαδικτυακά.

- ✚ *Στρωματοποιημένη Δειγματοληψία-* Η στρωματοποιημένη τυχαία δειγματοληψία είναι μια μέθοδος δειγματοληψίας που περιλαμβάνει τη διαίρεση ενός πληθυσμού σε μικρότερες υποομάδες γνωστές ως στρώματα. Στη στρωματοποιημένη τυχαία δειγματοληψία ή στρωματοποίηση, τα στρώματα σχηματίζονται με βάση τα κοινά χαρακτηριστικά ή χαρακτηριστικά των μελών, όπως το εισόδημα ή το μορφωτικό επίπεδο. Η στρωματοποιημένη τυχαία δειγματοληψία έχει πολυάριθμες εφαρμογές και οφέλη, όπως η μελέτη των δημογραφικών στοιχείων του πληθυσμού και του προσδόκιμου ζωής.

2.3.3.Ανάλυση Δειγματοληπτικών Χαρακτηριστικών του δείγματος

Το συνολικό δείγμα που προσέλκυσε το ερωτηματολόγιο μας ήταν 1.403 άτομα από αυτούς οι 1129 ήταν γυναίκες και οι 274 Άνδρες. Οι 523 που ήταν και οι περισσότεροι ήταν της ηλικιακής ομάδας 25-34. Οι 433 ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα 18-24. Στην ομάδα 35-44 ανήκουν 333. Στην ηλικιακή ομάδα 45-54 απάντησαν 90 άτομα. Στην ομάδα 55-64 λάβαμε 22 απαντήσεις και τέλος στην τελευταία ομάδα 64 και άνω έχουμε μόνο 2 απαντήσεις.

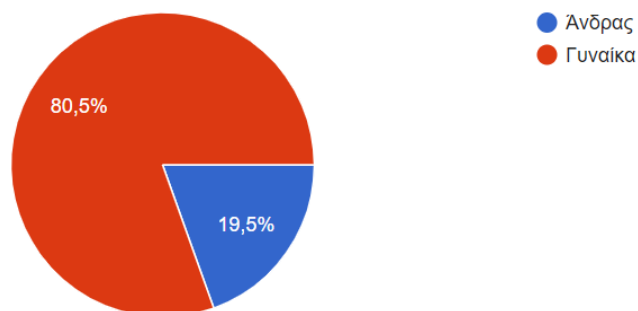
Όσον αφορά το Μορφωτικό επίπεδο των συμμετεχόντων, από τους 1403 μόνο 1 είναι απόφοιτος δημοτικού. Οι 16 είναι απόφοιτοι Γυμνασίου, οι 379 είναι απόφοιτοι Γενικού Λυκείου – ΕΠΑΛ, ενώ οι 701 οι οποίοι είναι και η πλειοψηφία είναι απόφοιτοι ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ / ΤΕΙ / ΙΕΚ / ΕΠΑΣ. Οι ερωτώμενοι, οι οποίοι κατέχουν μεταπτυχιακό δίπλωμα είναι 288. Αυτοί που κατέχουν διδακτορικό είναι 15 και τέλος έχουμε και 3 άτομα που κατέχουν μεταδιδακτορικό.

Στο επαγγελματικό επίπεδο είχαμε 202 οι οποίοι είναι άνεργοι, 100 οι οποίοι απασχολούνται στον Δημόσιο Τομέα. 610 που ανήκουν στον Ιδιωτικό Τομέα που ήταν και η πλειοψηφία, 286 είναι φοιτητές Πανεπιστημίου /ΤΕΙ/ ΙΕΚ/ΕΠΑΣ. 151 είναι Ελεύθεροι Επαγγελματίες. Αυτοί που είναι Συνταξιούχοι είναι 9 και τέλος την επιλογή «Άλλο» την έβαλαν 45 άτομα.

Στην Οικογενειακή κατάσταση, από τους 1403 που απάντησαν το ερωτηματολόγιο μας, οι 973 είναι Άγαμος/η, οι 368 είναι Έγγαμος/η, οι 55 Διαζευγμένος/η, ενώ έχουμε και 7 άτομα τα οποία απάντησαν Χήρος/α.

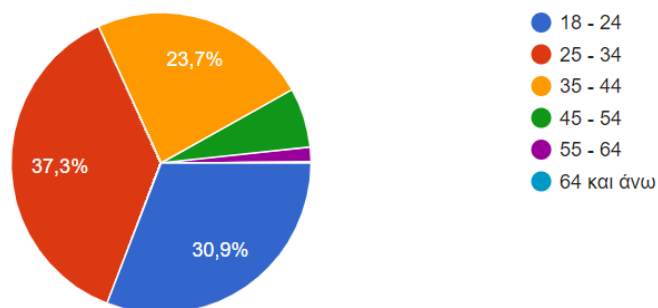
Κεφάλαιο 3: Ανάλυση αποτελεσμάτων

ΓΡΑΦΗΜΑ 1: Φύλλο



Το ερωτηματολόγιο το συμπλήρωσαν 1.403 άτομα, εκ των οποίων οι 1.129 ήταν γυναίκες ($n= 1.129$, δηλαδή 80,5%) και οι 274 ήταν άντρες ($n= 274$, δηλαδή 19,5%)

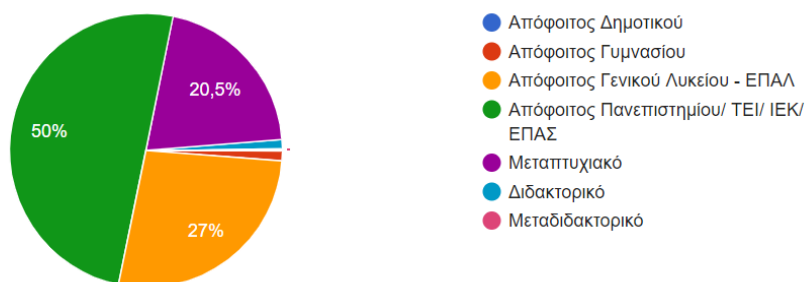
ΓΡΑΦΗΜΑ 2: Ηλικία



Οι ηλικίες που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο ήταν 18 – 24, 25 – 34, 35 – 44, 45 – 54, 55 – 64 και από 64 και άνω. Τα περισσότερα άτομα ανήκουν στην ηλικία των 25 – 34, με 523 απαντήσεις ($n= 523$, δηλαδή 37,3%). Η δεύτερη κατηγορία με τις περισσότερες απαντήσεις είναι οι ηλικίες 18 – 24, με 433 απαντήσεις ($n= 433$, δηλαδή 30,9%). Η αμέσως επόμενη ηλικιακή ομάδα είναι οι 35 – 44, με 333 απαντήσεις ($n= 333$, δηλαδή 23,7%). Η αμέσως επόμενη ηλικιακή ομάδα είναι οι 45 – 54, με 90

απαντήσεις ($n=90$, δηλαδή 6,4%). Η αμέσως επόμενη ομάδα ήταν οι 55 – 64, με 22 απαντήσεις ($n=22$, δηλαδή 1,6%). Τέλος, η τελευταία ηλικιακή ομάδα είναι από 64 και άνω, με 2 απαντήσεις, ($n=2$, δηλαδή 0,1%)

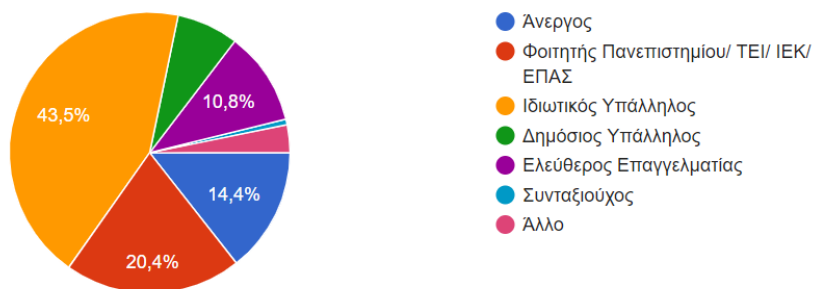
ΓΡΑΦΗΜΑ 3: Μορφωτικό επίπεδο



Το μορφωτικό επίπεδο των ατόμων κυμαίνεται σε απόφοιτους δημοτικού, απόφοιτους γυμνασίου, αποφοίτους γενικού λυκείου - ΕΠΑΛ, απόφοιτους, ΤΕΙ/Πανεπιστημίου/ΙΕΚ/ΕΠΑΣ, μεταπτυχιακό, διδακτορικό και μεταδιδακτορικό.

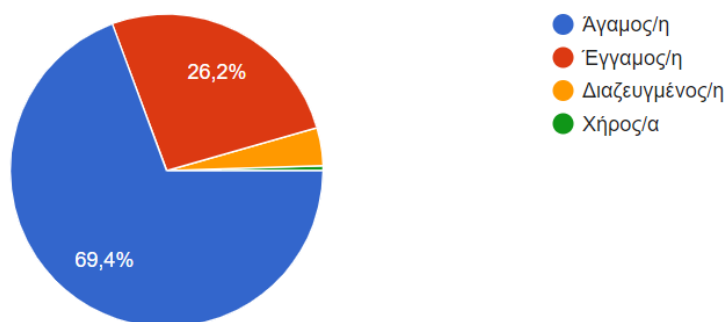
Το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων είναι οι απόφοιτοι Πανεπιστημίου/ΤΕΙ/ΙΕΚ/ΕΠΑΣ, με 701 απαντήσεις, ($n=701$, δηλαδή 50%). Τα άτομα με το αμέσως επόμενο ποσοστό είναι οι απόφοιτοι γενικού λυκείου – ΕΠΑΛ, με 379 απαντήσεις, ($n=379$, δηλαδή 27%). Ακολουθούν τα άτομα με μεταπτυχιακό, με 288 απαντήσεις, ($n=288$, δηλαδή 20,5%). Στη συνέχεια είναι οι απόφοιτοι γυμνασίου με 16 απαντήσεις, ($n=16$, δηλαδή 1,1%). Αμέσως μετά παίρνουν την θέση τα άτομα με διδακτορικό, με 15 απαντήσεις, ($n=15$, δηλαδή 1,1%). Ακολουθούν τα άτομα με μεταδιδακτορικό με 3 απαντήσεις, ($n=3$, δηλαδή 0,2%). Τέλος, βρίσκονται οι απόφοιτοι δημοτικού με 1 απάντηση, ($n=1$, δηλαδή 0,1%).

ΓΡΑΦΗΜΑ 4: Επαγγελματική κατάσταση



Οι απαντήσεις για την επαγγελματική κατάσταση των ατόμων κυμαίνονται σε άνεργος, φοιτητής πανεπιστημίου/ ΤΕΙ/ ΙΕΚ/ ΕΠΑΣ, ιδιωτικός υπάλληλος, δημόσιος υπάλληλος, ελεύθερος επαγγελματίας, συνταξιούχος, άλλο. Το μεγαλύτερο ποσοστό το είχαν οι ιδιωτικοί υπάλληλοι με 610 απαντήσεις, (v= 610, δηλαδή 43,5%). Ακολουθούν οι φοιτητές πανεπιστημίου/ ΤΕΙ/ ΙΕΚ/ ΕΠΑΣ με 286 απαντήσεις, (v= 286, δηλαδή 20,4%). Στη συνέχεια βρίσκονται οι άνεργοι με 202 απαντήσεις, (v= 202, δηλαδή 14,4%). Αμέσως μετά, είναι οι ελεύθεροι επαγγελματίες, με 151 απαντήσεις, (v= 151, με 10,8%). Ακολουθούν οι δημόσιοι υπάλληλοι με 100 απαντήσεις, (v= 100, δηλαδή 7,1%). Η επόμενη απάντηση ήταν «Άλλο» με 45 απαντήσεις, (v= 45, δηλαδή 3,2%). Τέλος, ακολουθούν οι συνταξιούχοι με 9 απαντήσεις, (v= 9, δηλαδή 0,6%).

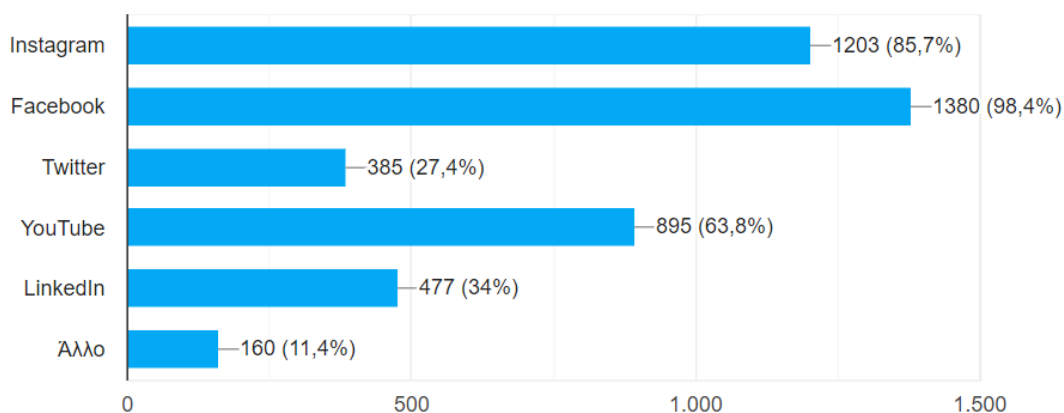
ΓΡΑΦΗΜΑ 5: Οικογενειακή κατάσταση



Οι απαντήσεις για την οικογενειακή κατάσταση των ατόμων κυμαίνονται σε άγαμος/η, έγγαμος/η, διαζευγμένος/η, χήρος/α. Το μεγαλύτερο ποσοστό ανήκει στους άγαμους

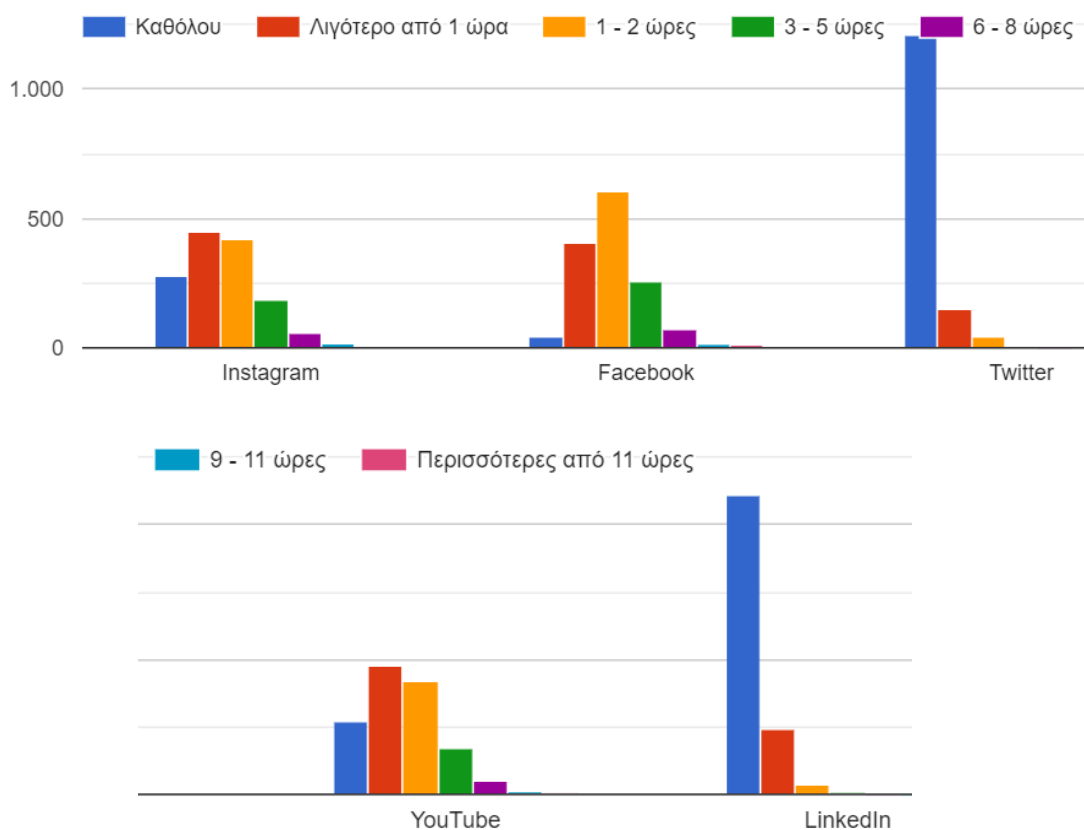
με 973 απαντήσεις, ($n= 973$, δηλαδή 69,4%). Ακολουθούν οι έγγαμοι με 368 απαντήσεις, ($n= 368$, δηλαδή 26,2%). Στη συνέχεια έρχονται οι διαζευγμένοι με 55 απαντήσεις, ($n= 55$, δηλαδή 3,9%). Τέλος ακολουθούν οι χήροι με 7 απαντήσεις, ($n= 7$, δηλαδή 0,5%).

ΓΡΑΦΗΜΑ 6: Σε ποιο από τα παρακάτω κοινωνικά δίκτυα έχετε λογαριασμό



Οι απαντήσεις των ατόμων σχετικά με την ερώτηση «Σε ποιο από τα παρακάτω κοινωνικά δίκτυα έχετε λογαριασμό;» κυμαίνονται σε Instagram, Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn, άλλο. Το μεγαλύτερο ποσοστό ανήκει στα άτομα με λογαριασμό στο Facebook, με 1.380 απαντήσεις, ($n=1.380$, δηλαδή 98,4%). Ακολουθούν τα άτομα με λογαριασμό στο Instagram, με 1.203 απαντήσεις, ($n=1.203$, δηλαδή 85,7%). Αμέσως μετά είναι τα άτομα με λογαριασμό στο YouTube με 895 απαντήσεις, ($n=895$, δηλαδή 63,8%). Στη συνέχεια, βρίσκονται τα άτομα με λογαριασμό στο LinkedIn με 477, απαντήσεις, ($n=477$, δηλαδή 34%). Ακολουθούν τα άτομα με λογαριασμό στο Twitter με 385 απαντήσεις, ($n=385$, δηλαδή 27,4%). Τέλος, βρίσκεται η απάντηση «Άλλο» με 160 απαντήσεις, ($n=160$, δηλαδή 11,4%).

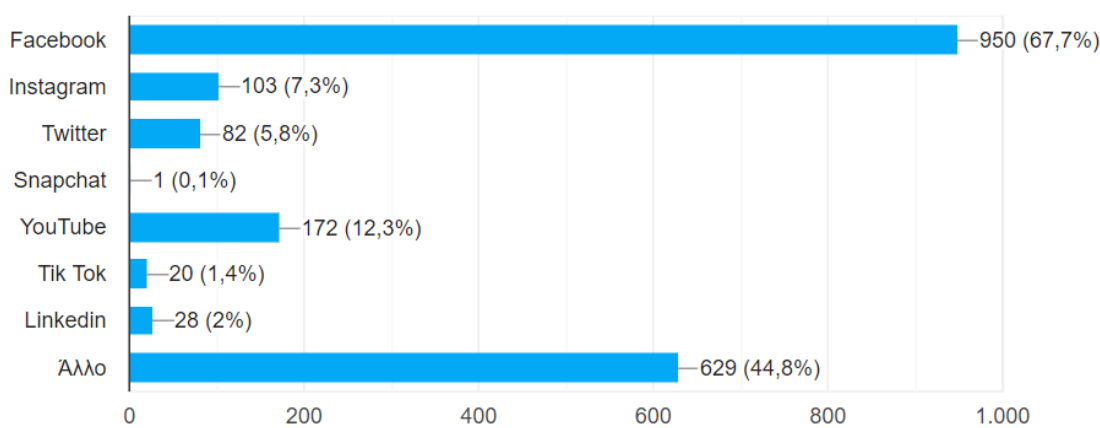
ΓΡΑΦΗΜΑ 7: Πόσο χρόνο την ημέρα αφιερώνεται σε καθένα από τα κοινωνικά δίκτυα;



Οι απαντήσεις για την ερώτηση «Πόσο χρόνο την ημέρα αφιερώνετε σε καθένα από τα κοινωνικά δίκτυα;» κυμαίνονται στο Καθόλου, Λιγότερο από 1 ώρα, 1 – 2 ώρες, 3 – 5 ώρες, 6 – 8 ώρες, 9 – 11 ώρες και Περισσότερες από 11 ώρες. Οι ερωτώμενοι απάντησαν για το Instagram: Λιγότερο από 1 ώρα (445 απαντήσεις), 1 – 2 ώρες (420 απαντήσεις), Καθόλου (279 απαντήσεις), 3 – 5 ώρες (184 απαντήσεις), 6 – 8 ώρες (55 απαντήσεις), 9 – 11 ώρες (16 απαντήσεις), Περισσότερες από 11 ώρες 4 απαντήσεις. Για το Facebook: 1 – 2 ώρες (608 απαντήσεις), Λιγότερο από 1 ώρα (404 απαντήσεις), 3 – 5 ώρες (256 απαντήσεις), 6 – 8 ώρες (71 απαντήσεις), Καθόλου (40 απαντήσεις), 9 – 11 ώρες 14 απαντήσεις, Περισσότερες από 11 ώρες (10 απαντήσεις). Για το Twitter: Καθόλου (1.209 απαντήσεις), Λιγότερο από 1 ώρα (148 απαντήσεις), 1 – 2 ώρες (41 απαντήσεις), 3 – 5 ώρες (3 απαντήσεις), 6 – 8 ώρες (2 απαντήσεις). Για το YouTube:

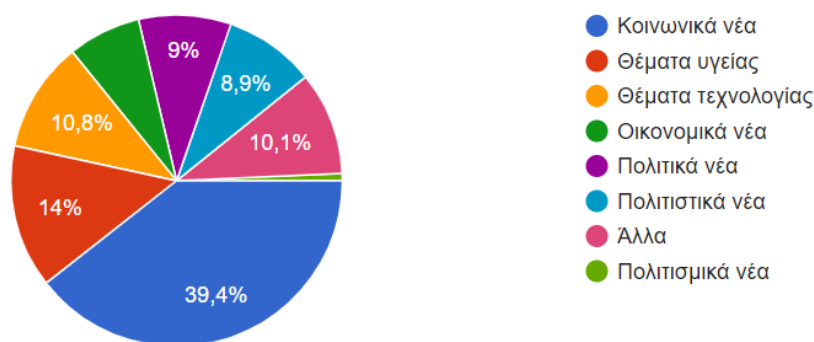
Λιγότερο από 1 ώρα (478 απαντήσεις), 1 – 2 ώρες (421 απαντήσεις), Καθόλου (269 απαντήσεις), 3 – 5 ώρες (174 απαντήσεις), 6 – 8 ώρες (47 απαντήσεις), 9 – 11 (9 απαντήσεις, Περισσότερες από 11 ώρες (5 απαντήσεις). Για το LinkedIn: Καθόλου (1.112 απαντήσεις), Λιγότερο από 1 ώρα (245 απαντήσεις), 1 – 2 ώρες (36 απαντήσεις), 3 – 5 ώρες (6 απαντήσεις), 6 – 8 ώρες (2 απαντήσεις), 9 – 11 (1 απάντηση), Περισσότερες από 11 ώρες (1 απάντηση).

ΓΡΑΦΗΜΑ 8: Ποιες από τις πλατφόρμες μέσω των κοινωνικών δικτύων χρησιμοποιείτε για να ενημερωθείτε για τον κορονοϊό;



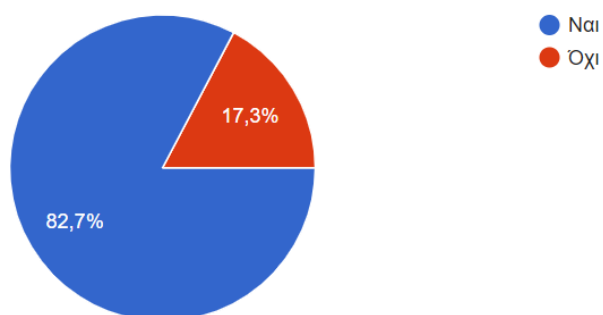
Στην ερώτηση «Ποιες από τις πλατφόρμες μέσω των κοινωνικών δικτύων χρησιμοποιείτε για να ενημερωθείτε για τον κορονοϊό;» οι διαθέσιμες απαντήσεις ήταν το Facebook, το Instagram, το Twitter, το Snapchat, το YouTube, το Tik Tok, το LinkedIn και η επιλογή «Άλλο». Από αυτές τις απαντήσεις, τις περισσότερες τις σύλλεξε το Facebook με 950 απαντήσεις, ($n=950$, δηλαδή 67,5%), αμέσως μετά έρχεται η απάντηση «Άλλο» με 629 απαντήσεις, ($n=629$, δηλαδή 44,8%), ακολουθεί το YouTube με 172 απαντήσεις, ($n=172$, δηλαδή 12,3%), παρακάτω συναντάμε το Instagram με 103 απαντήσεις, ($n=103$, δηλαδή 7,3%), ακολουθεί το Twitter με 82 απαντήσεις, ($n=82$, δηλαδή 5,8%), αμέσως μετά βρίσκεται το LinkedIn με 28 απαντήσεις, ($n=28$, δηλαδή 2%), ακολουθεί το Tik Tok με 20 απαντήσεις, ($n=20$, δηλαδή 1,4%), και τέλος το Snapchat με 1 απάντηση, ($n=1$, δηλαδή 0,1%).

ΓΡΑΦΗΜΑ 9: Ποια θέματα ειδήσεων σας ενδιαφέρουν περισσότερο;



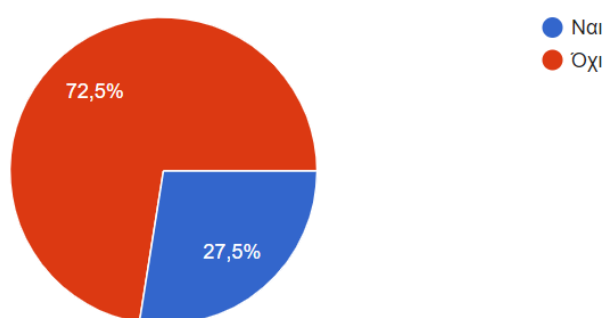
Σε αυτήν ερώτηση απάντησαν 1.401. Οι απαντήσεις για το «Ποια θέματα σας ενδιαφέρουν περισσότερο;» κυμαίνονται στα Κοινωνικά νέα, Θέματα υγείας, Θέματα τεχνολογίας, Οικονομικά νέα, Πολιτικά νέα, Πολιτιστικά νέα, και η επιλογή «Άλλα». Το μεγαλύτερο ποσοστό συγκεντρώνεται στα κοινωνικά νέα με 552 απαντήσεις, (n= 552, δηλαδή 39,4%), ακολουθούν τα θέματα υγείας με 196 απαντήσεις, (n= 196, δηλαδή 14%), στην συνέχεια βρίσκονται θέματα τεχνολογίας με 151 απαντήσεις, (n= 151, δηλαδή 10,8%), αμέσως μετά συναντάμε την επιλογή «Άλλα» με 141 απαντήσεις, (n= 141, δηλαδή 10,1%), στη συνέχεια βρίσκονται τα πολιτιστικά νέα με 135 απαντήσεις, (n=135, δηλαδή 9,6%), ακολουθούν τα πολιτικά νέα με 126 απαντήσεις, (n= 126, δηλαδή 9%), τέλος βρίσκονται τα οικονομικά νέα με 100 απαντήσεις, (n= 100, δηλαδή 7,1%).

ΓΡΑΦΗΜΑ 10: Πιστεύετε ότι με το να διαδίδονται νέα σχετικά με τον κορονοϊό όλο και περισσότερο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προκαλούν περισσότερο φόβο στο κόσμο;



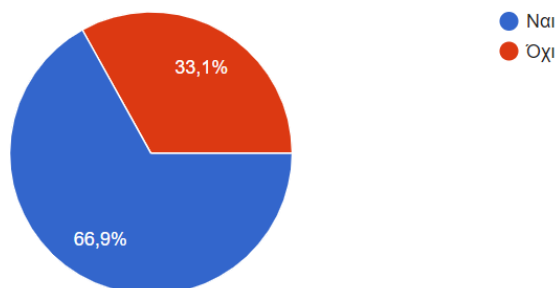
Στην επόμενη ερώτηση συμμετείχαν οι 1.395. Στην ερώτηση «Πιστεύετε ότι με το να διαδίδονται νέα σχετικά με τον κορονοϊό όλο και περισσότερο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προκαλούν περισσότερο φόβο στο κόσμο;», οι απαντήσεις ήταν ανάμεσα στο «ΝΑΙ», το οποίο συγκέντρωσε 1.154 απαντήσεις, (v= 1.154, δηλαδή 82,7%), και στο «ΟΧΙ», το οποίο συγκέντρωσε 241 απαντήσεις, (v= 241, δηλαδή 17,3%).

ΓΡΑΦΗΜΑ 11: Έχετε δημοσιεύσει περιεχόμενο που να αφορά τον κορονοϊό στα κοινωνικά δίκτυα;



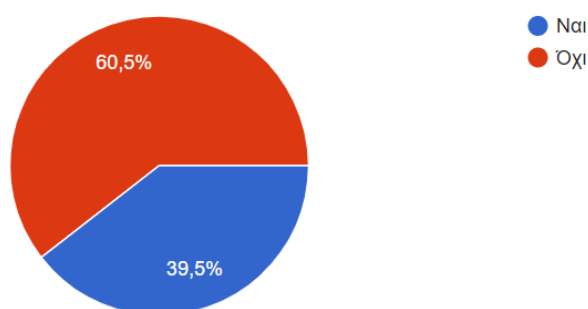
Στην ερώτηση «Έχετε δημοσιεύσει περιεχόμενο που να αφορά τον κορονοϊό στα κοινωνικά δίκτυα;», οι απαντήσεις ήταν ανάμεσα στο «ΟΧΙ», το οποίο συγκέντρωσε 1.017 απαντήσεις, (v= 1.017, δηλαδή 72,5%), και στο «ΝΑΙ», το οποίο συγκέντρωσε 386 απαντήσεις, (v= 386, δηλαδή 27,5%).

ΓΡΑΦΗΜΑ 12: Κατά την διάρκεια ανθρωπιστικών κρίσεων όπως της εξάπλωσης του κορονοϊού πιστεύετε ότι πρέπει να εγκατασταθούν "φίλτρα" στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;



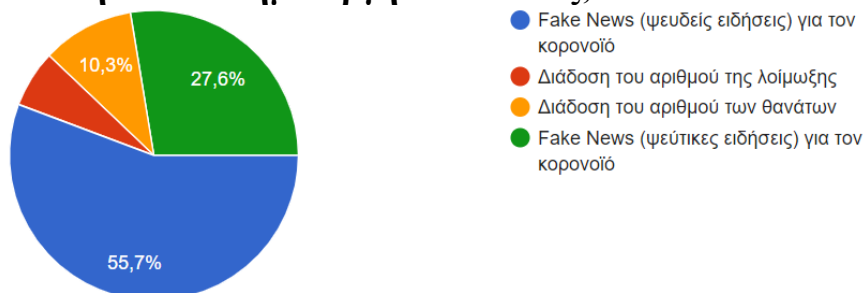
Στην ερώτηση «Κατά την διάρκεια ανθρωπιστικών κρίσεων όπως της εξάπλωσης του κορονοϊού πιστεύετε ότι πρέπει να εγκατασταθούν "φίλτρα" στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;», οι απαντήσεις ήταν ανάμεσα στο «ΝΑΙ», το οποίο συγκέντρωσε 939 απαντήσεις, (v= 939, δηλαδή 66,9%), και στο «ΟΧΙ», το οποίο συγκέντρωσε 464 απαντήσεις, (v= 464, δηλαδή 33,1%).

ΓΡΑΦΗΜΑ 13: Πιστεύετε ότι κάνουν καλό στην ενημέρωση κάποιες σελίδες ή ομάδες στα κοινωνικά δίκτυα οι οποίες καλύπτουν πληροφορίες για τον κορονοϊό;



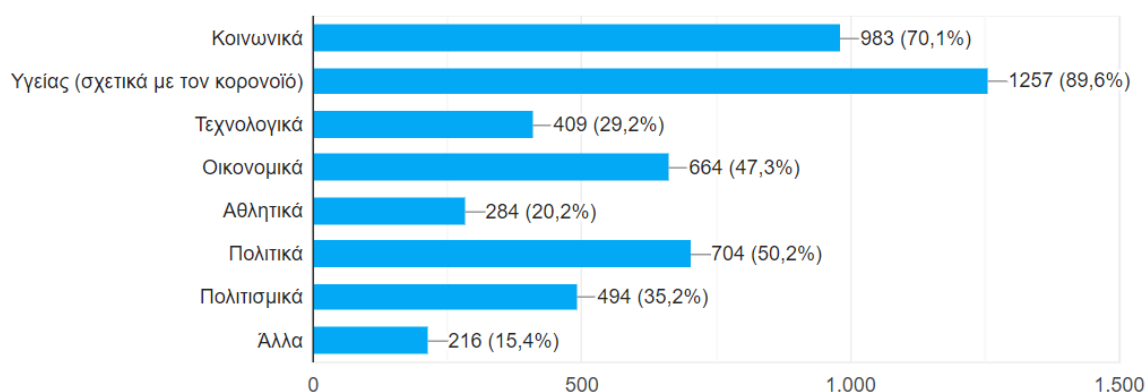
Στην ερώτηση «Πιστεύετε ότι κάνουν καλό στην ενημέρωση κάποιες σελίδες ή ομάδες στα κοινωνικά δίκτυα οι οποίες καλύπτουν πληροφορίες για τον κορονοϊό;», οι απαντήσεις ήτα ανάμεσα στο «ΟΧΙ» το οποίο συγκέντρωσε 849 απαντήσεις, (v= 849, δηλαδή 60,5%), και στο «ΝΑΙ», το οποίο συγκέντρωσε 554 απαντήσεις, (v= 554, δηλαδή 39,5%).,

ΓΡΑΦΗΜΑ 14: Ποια από τις παρακάτω πληροφορίες που δημοσιεύονται στα κοινωνικά δίκτυα πιστεύετε ότι έχει την περισσότερη επίπτωση στο να δημιουργηθεί πανικός;



Οι απαντήσεις για την ερώτηση «Ποια από τις παρακάτω πληροφορίες που δημοσιεύονται στα κοινωνικά δίκτυα πιστεύετε ότι έχει την περισσότερη επίπτωση στο να δημιουργηθεί πανικός;», οι απαντήσεις κυμαίνονταν στα Fake News (ψευδείς ειδήσεις) για τον κορονοϊό, οι οποίες συγκέντρωσαν 1.165 απαντήσεις, (v= 1.165, δηλαδή 83,3%), στη διάδοση του αριθμού των θανάτων, η οποία συγκέντρωσε 144 απαντήσεις, (v=144, δηλαδή 10,3%), και στη διάδοση του αριθμού της λοίμωξης, η οποία συγκέντρωσε 89 απαντήσεις, (v=89, δηλαδή 6,4%).

ΓΡΑΦΗΜΑ 15: Για ποια από τα παρακάτω θέματα έχετε ακούσει/διαβάσει τους τελευταίους 3 μήνες του 2020 στα κοινωνικά δίκτυα;



Στην ερώτηση «Για ποια από τα παρακάτω θέματα έχετε ακούσει/διαβάσει τους τελευταίους 3 μήνες του 2020 στα κοινωνικά δίκτυα;» οι διαθέσιμες απαντήσεις ήταν τα Κοινωνικά, τα Υγείας (σχετικά με τον κορονοϊό), Τεχνολογικά, Οικονομικά, Αθλητικά, Πολιτικά, Πολιτισμικά και η επιλογή «Άλλα». Από αυτές τις απαντήσεις τις περισσότερες τις σύλλεξε τα Υγείας με 1.257 απαντήσεις, (v= 1.257, δηλαδή 89,6%), στην συνέχεια ήταν τα κοινωνικά με 983 απαντήσεις, (v=983, δηλαδή 70,1%), ακολουθούν τα πολιτικά με 704 απαντήσεις, (v= 704, δηλαδή 50,2%), αμέσως μετά είναι οικονομικά με 664 απαντήσεις, (v= 664, δηλαδή 47,3%), ακολουθούν τα πολιτιστικά με 494 απαντήσεις, (v= 494, δηλαδή 35,2%), αμέσως μετά είναι τα τεχνολογικά με 409 απαντήσεις, (v= 409, δηλαδή 29,2%), μετά ακολουθούν τα αθλητικά με 284 απαντήσεις, (v= 284, δηλαδή 20,2%), και τέλος τα «άλλα» με 216 απαντήσεις, (v= 216, δηλαδή 15,4%).

Συμπεράσματα-Συζήτηση

Στα κεφάλαια που προηγήθηκαν γίνεται μία αναφορά, αρχικά, στα Social Media και στο πως δημιουργήθηκαν και εξελίχθηκαν. Ακόμη αναφέρονται και στη δημιουργία του Web 2.0 και πως έπαιξε σημαντικό ρόλο, κυρίως, στην επικοινωνία μεταξύ των ανθρώπων και στην πλοήγηση στον παγκόσμιο ιστό. Στην εξέλιξή του βοήθησαν και τα δημοφιλέστερα κοινωνικά δίκτυα, όπως το Facebook, Instagram, Twitter, YouTube και LinkedIn. Το καθένα από αυτά προσφέρει στον χρήστη διαφορετικές δυνατότητες, αλλά ο κοινός τους σκοπός είναι η επικοινωνία των ανθρώπων και η ενημέρωση. Τα πλεονεκτήματα αυτής της αλλαγής είναι ότι τα Social Media κάνουν πιο εύκολη πλέον την επικοινωνία των ανθρώπων και προσφέρουν την δυνατότητα να ενημερωθούν για όλα τα θέματα, τα οποία τους απασχολούν. Αυτό όμως έχει ως αποτέλεσμα να οδηγήσει τους χρήστες στον υπερκαταναλωτισμό και στην υιοθεσία λανθασμένων προτύπων που προβάλλονται στα Social Media.

Το αποτέλεσμα είναι να επιφέρουν μεγάλες αλλαγές στην ψυχική υγεία των χρηστών. Στην συνέχεια γίνεται αναφορά στην ψυχολογία, η οποία είναι η επιστήμη που μελετά την συμπεριφορά του ανθρώπου. Όμως τα Social Media, τα οποία έχουν «ριζωθεί» στην καθημερινότητά μας έχουν τεράστια επιρροή και η επίδρασή τους είναι πολύ μεγάλη και όσο περνάει ο καιρός αποκτούν όλο και περισσότερο έδαφος στο κομμάτι της ενημέρωσης, με αποτέλεσμα ο κόσμος σήμερα να έχει αρχίσει να τα εμπιστεύεται περισσότερο απ' ότι τα καθιερωμένα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης. Επίσης, γίνεται αναφορά και στην κοινωνική σύγκριση των ατόμων, καθώς η προβολή

της προσωπικής ζωής στα Social Media μπορεί να δημιουργήσει συναισθήματα κατωτερότητας σε άτομα, τα οποία συγκρίνουν τη ζωή άλλων με τη δική τους μέσα από τις συγκεκριμένες πλατφόρμες. Έρευνες που έχουν γίνει έχουν ανακαλύψει ότι οι χρήστες, οι οποίοι αφιερώνουν αρκετό χρόνο στα Social Media νιώθουν ότι η ψυχολογία τους μετά την πολύωρη χρήση αλλοιώνεται. Συνήθως δημιουργούνται όπως η κατάθλιψη, ενοχή, ντροπή και χαμηλή αυτοεκτίμηση. Παρόλο αυτά, τα Social Media, επιδρούν και θετικά στον ψυχική υγεία των ανθρώπων. Οι άνθρωποι κοινωνικοποιούνται πιο εύκολα, νιώθουν αισθήματα αποδοχής από το κοινό ή από άλλους χρήστες. Γι' αυτό και οι νέοι έχουν στραφεί περισσότερο στο Instagram και στο YouTube, καθώς σε αυτά νιώθουν πιο «οικεία» και ευχάριστα για επικοινωνία και ψυχαγωγία. Οι λόγοι για τους οποίους χρησιμοποιούν τα Social Media ποικίλουν από άτομο σε άτομο. Παρόλα αυτά σημαντικό είναι να δούμε τις ανασφάλειες, οι οποίες δημιουργούνται στους νέους μέσα από αυτά.

Στη συνέχεια γίνεται αναφορά στον σκοπό και την αξία της έρευνας που πραγματοποιήσαμε. Ο σκοπός ήταν η επίδραση του Covid-19 στον τρόπο πλοήγησης των νέων στα Social Media. Επίσης, στην έρευνα αναφέρεται πόσο ενεργά είναι τα Social Media στην εποχή μας, αλλά και πως έχουν επηρεάσει σε ψυχολογικό επίπεδο και άντρες και γυναίκες, καθώς και πως ενημερώνονται μέσα από αυτά. Ιδιαίτερη σημασία δίνουμε στο φαινόμενο του Covid-19, το οποίο έχει επηρεάσει ακόμα περισσότερο την καθημερινότητα των ανθρώπων ακόμα και στα Social Media. Στην έρευνα χρησιμοποιήθηκε ποσοτική μέθοδος, καθώς επιλέξαμε το ερωτηματολόγιο για την πραγματοποίησή της. Το ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε σε ηλεκτρονική μορφή για λόγους ευκολίας και αμεσότητας. Το είδος της δειγματοληψίας που ακολουθήθηκε ήταν δείγμα χιονοστιβάδας και στρωματοποιημένη δειγματοληψία. Μετά ακολούθησε η ανάλυση των δειγματοληπτικών χαρακτηριστικών του δείγματος. Τέλος, έγινε λεπτομερή αναφορά στο ερωτηματολόγιο και στις απαντήσεις των ερωτώμενων που δίνει την δυνατότητα, στην αναζήτηση των νέων, οι οποίοι δείχνουν να επηρεάζονται από την χρήση των Social Media.

Μέσα από το ερωτηματολόγιό μας είναι ενδιαφέρον να δούμε τα κυριότερα αποτελέσματα τα οποία προκύπτουν Φυσικά σημαντικό ρόλο παίζουν τα πρώτα και

απαραίτητα χαρακτηριστικά, όπως φύλο, ηλικία, μορφωτικό επίπεδο, το οποίο μας δείχνει σε αρχικό στάδιο το «προφίλ» των ανθρώπων που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο μας, δηλαδή άτομα νέας ηλικίας 25-34 και απόφοιτοι λυκείου. Αρχικά σημαντικό γεγονός αποτελεί ο χρόνος, τον οποίο αφιερώνουν οι χρήστες στη καθημερινότητα τους στα Social Media, το οποίο μας δείχνει πόσο σημαντικό ρόλο παίζουν καθώς έχουν γίνει πλέον μέρος της ζωής τους. Σε έναν μέσο όρο οι χρήστες περνάνε 1-2 ώρες στο Facebook και στο Instagram για ενημέρωση, το οποίο μας δείχνει ότι είναι τα δύο πιο «διάσημα» Social Media, τα οποία χρησιμοποιούν και δέχονται πληροφορίες, καθώς και το facebook αποτελούσε το 67,7% των χρηστών για ενημέρωση. Είναι ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό από τα 1.400, τα οποία απάντησαν το ερωτηματολόγιο αυτό. Ελάχιστα ήταν τα άτομα, τα οποία δεν περνάνε καθόλου χρόνο στα Social Media και έτσι καταλαβαίνουμε πως η ενημέρωση στη νέα γενιά πλέον έχει αλλάξει.

Σημαντικό, επίσης, αποτελεί το γεγονός ότι οι νέοι ενδιαφέρονται για θέματα κοινωνικά και δεύτερα έρχονται στη σειρά τα θέματα υγείας. Το ερωτηματολόγιο μας έχει ως επίκεντρο το φαινόμενο του covid-19 και είναι ιδιαίτερα σημαντικό να δούμε ποια θέματα ειδήσεων ενδιαφέρουν περισσότερο τους νέους. Φυσικά, η παρούσα κατάσταση με τον covid έχει επηρεάσει τον καθένα μας και είναι λογικό να έρχεται στη δεύτερη θέση, καθώς είναι ένα επίκαιρο θέμα και οι περισσότεροι θέλουν να ενημερώνονται για αυτό. Στη συνέχεια, βλέπουμε ότι όλη αυτή η ενημέρωση από τα Social Media και τα νέα, τα οποία διαδίδονται για τον covid, επηρεάζουν αρκετό κόσμο και προκαλούν περισσότερο φόβο. Το 82,7% απάντησε θετικά σε αυτήν την ερώτηση, θεωρεί πως τα Social Media με το να διαδίδουν νέα σχετικά με αυτό το γεγονός προκαλούν φόβο στους χρήστες. Είναι ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό για το δείγμα και μας δείχνει πόσο έχει επηρεάσει ψυχολογικά τους χρήστες. Όλη αυτή η επιρροή από τα Social Media κάνει την πλειοψηφία των χρηστών να πιστεύουν ότι πρέπει να υπάρχουν φίλτρα στις ειδήσεις, οι οποίες δημοσιεύονται στο διαδίκτυο. Συνολικά 939 άτομα απάντησαν στην ερώτηση αυτή θετικά, ότι πρέπει να εγκατασταθούν «φίλτρα» στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και αυτό μας δείχνει πόσο σημαντικό ρόλο παίζουν τα Social Media στη ζωή μας, καθώς οι περισσότεροι άνθρωποι ενημερώνονται μέσα

από αυτά και πολλές φορές δημοσιεύονται άρθρα, τα οποία δεν γνωρίζουμε αν είναι αληθή ή όχι.

Δεν είναι τυχαίο, λοιπόν, ότι η πλειοψηφία των χρηστών θέλει αυτόν τον έλεγχο στο διαδίκτυο, ώστε να νιώθει μεγαλύτερη ασφάλεια γι' αυτά που ενημερώνεται. Υπάρχει ένα μικρό ποσοστό 27,5% δηλαδή 386 απαντήσεις, στις οποίες οι χρήστες έχουν δημοσιεύσει κάποια πληροφορία για τον covid, το οποίο μας δείχνει ότι παρόλο που οι περισσότεροι θέλουν να υπάρχουν «φίλτρα» στα κοινωνικά δίκτυα, την ίδια ώρα αρκετοί δημοσιεύουν διάφορα άρθρα για ένα τόσο σημαντικό θέμα, είτε είναι σίγουροι γι' αυτό που διαβάζουν είτε όχι. Σημασία όμως έχει ότι η πλειοψηφία υποστηρίζει το αντίθετο και ακόμα πιστεύουν ότι δεν κάνουν καλό στην ενημέρωση κάποιες σελίδες ή ομάδες στα κοινωνικά δίκτυα, οι οποίες καλύπτουν πληροφορίες για τον covid. Συγκεκριμένα το 60,5% πιστεύει κάτι τέτοιο και το γεγονός αυτό μας δείχνει ότι ο κόσμος παρόλο που ενημερώνεται από τα κοινωνικά δίκτυα, γνωρίζει ότι πολλές φορές καλύπτονται κάποια θέματα και αυτό που θέλει είναι την αλήθεια και μόνο. Ενημερώνεται γιατί θέλει να ξέρει τι πραγματικά συμβαίνει στον κόσμο και όχι για κάτι που δεν είναι αληθές. Γι' αυτό και οι πληροφορίες που δημοσιεύονται στα κοινωνικά δίκτυα και έχουν την περισσότερη επίπτωση στο να δημιουργηθεί πανικός είναι οι ψεύτικες ειδήσεις ή αλλιώς fake news με ποσοστό 83,3%! Καταλαβαίνουμε μέσα από αυτό πόσο συνειδητοποιημένος είναι ο κόσμος και πόσο επηρεάζεται ακόμα και από αυτό, καθώς είναι κάτι, το οποίο γνωρίζει ότι υπάρχει και πιστεύει ότι είναι το νούμερο ένα, το οποίο προκαλεί περισσότερες αρνητικές αντιδράσεις. Τέλος, οι περισσότερες απαντήσεις για ποια θέματα ενημερώνεται περισσότερο ο κόσμος ήταν για θέματα υγείας με ποσοστό 89,6% και σε δεύτερη θέση έρχονται τα κοινωνικά θέματα με ποσοστό 70,1%. Το φαινόμενο του covid μας δείχνει πόσο πολύ έχει επηρεάσει τον κόσμο στην καθημερινότητά του αλλά και στην ενημέρωσή του γύρω από τα Social Media. Είναι γεγονός ότι τα Social Media παίζουν πρωταγωνιστικό ρόλο στη ζωή μας και έχουν επηρεάσει τον τρόπο με τον οποίο όχι μόνο ενημερωνόμαστε από αυτά, αλλά και πως καταλαβαίνουν οι άνθρωποι την παραπληροφόρηση που υπάρχει και πως συμπεριφέρονται σε αυτά.

Περιορισμοί έρευνας-Μελλοντικές προτάσεις

Όσον αφορά το κομμάτι των κοινωνικών δικτύων, καθώς και το κομμάτι της ψυχολογίας ήταν δύσκολη η εύρεση επιστημονικών άρθρων, καθώς τα διαθέσιμα άρθρα που υπάρχουν είναι ελάχιστα. Για αυτόν ακριβώς τον λόγο η πλειοψηφία των πηγών που χρησιμοποιήσαμε είναι από επιστημονικές ιστοσελίδες. Λόγω των περιοριστικών μέτρων και λόγω της συνθήκης που επικρατεί αυτή την στιγμή παγκοσμίως ήταν αδύνατη η άμεση πρόσβαση σε βιβλιοθήκες του Πανεπιστημίου μας, καθώς και σε απλές βιβλιοθήκες. Ο μόνος τρόπος εύρεσης έγκυρων πληροφοριών ήταν το Διαδίκτυο και η χρήση κάποιων βιβλίων επί πληρωμή. Επίσης, η εξ' αποστάσεως συνεργασία ήταν κάτι, το οποίο μας δυσκόλεψε αρκετά, καθώς η μόνη συνεννόηση που ήταν εφικτή ήταν μέσω κάμερας και μέσω τηλεφώνου. Δεν υπήρχε καθόλου διαπροσωπική συνεργασία. Εν κατακλείδι, η περιορισμένη πρόσβαση σε επιστημονικές πληροφορίες καθώς και η εξ' αποστάσεως συνεργασία είναι οι κυριότερες αδυναμίες της εργασίας μας.

Ως μελλοντική έρευνα, θα μπορούσαμε να προτείνουμε στους επόμενους ερευνητές να δουν την αλλαγή στον τρόπο ενημέρωσης των ανθρώπων και της ψυχολογίας τους, αφού τελειώσει όλη η δυσάρεστη κατάσταση η οποία επικρατεί με τον COVID. Ο ιός, ο οποίος έχει επηρεάσει όλο τον πλανήτη έχει αλλάξει και τον τρόπο ζωής μας. Μπορούμε λοιπόν μετά από χρόνια ή και αρκετούς μήνες να μελετήσουμε το πως έχει αλλάξει η ψυχολογία των ανθρώπων αφού θα έχουν επιστρέψει στη κανονική του ζωή χωρίς καμία πανδημία. Επίσης, μετά από χρόνια με την εξέλιξη της τεχνολογίας θα ήταν ενδιαφέρον να δούμε πως ακόμα επηρεάζουν τα Social Media την ψυχολογία των νέων, αν ακόμα παίζουν σημαντικό ρόλο, αν έχουν την ίδια προτεραιότητα, αν έχει αλλάξει κάτι στη καθημερινότητα τους κι γενικότερα πως έχει εξελιχθεί όλο αυτό το «κύκλωμα» των κοινωνικών δικτύων.

Επίλογος

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έγιναν ένας κρίσιμος τομέας για την επικοινωνία και την ανταλλαγή γνώσεων σε μια περίοδο, όπου η κοινωνική αλληλεπίδραση με άλλους ανθρώπους ήταν περιορισμένη. Πολλοί άνθρωποι και ιδιαίτερα οι νέοι έχουν στραφεί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, προκειμένου να συνδεθούν με τον έξω κόσμο και να ψυχαγωγηθούν, απομακρυνόμενοι από τις περιστάσεις που τους δημιουργούν ψυχολογική πίεση. Πολλοί από αυτούς βρίσκονται πιθανότατα σε καραντίνα ή σε κάποιο νοσοκομείο. Σε αυτήν την κρίσιμη περίοδο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, δεδομένης της ευρείας χρήσης του από πολλούς τα τελευταία χρόνια, αναμένεται να είναι, εκτός από πηγή ψυχαγωγίας και πηγή μιας σωστής ενημέρωσης σχετικά με τα μέτρα προφύλαξης απέναντι στον ιό, συμβάλλοντας σε μια γενικότερη ευημερία. Ωστόσο, αυτό στη πραγματικότητα δε συμβαίνει. Η πανδημία του COVID-19 είχε ως αποτέλεσμα να δημιουργείται και να διαδίδεται γρήγορα μια κατάσταση παραπληροφόρησης και ψεύτικων ειδήσεων. Οι πληροφορίες μπορούν να επηρεάσουν έντονα την ατομική συμπεριφορά, να περιορίσουν τη συνοχή της ομάδας και, συνεπώς, την αποτελεσματικότητα των κυβερνητικών αντίμετρων κατά του ιού.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαδίδουν, τόσο τη γνώση όσο και τις πληροφορίες με εκθετικό ρυθμό, γεγονός που επιτρέπει την υπερβολή των πληροφοριών. Ο αρνητικός ρόλος που διαδραματίζουν και η πιθανότητα παραποίησης της πληροφορίας έχουν από καιρό επικριθεί από ποικίλες οπτικές γωνίες. Η πανδημία του COVID-19 έχει επικεντρώσει την προσοχή, ιδιαίτερα, στον κακό ρόλο που διαδραματίζουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και στην πιθανότητα «ρύπανσης της πληροφορίας», η οποία οδηγεί σε μια εξάπλωση του φόβου, του πανικού και τη δημιουργία ψυχικών διαταραχών στους ανθρώπους. Οι ψεύτικες πληροφορίες μπορούν να επηρεάσουν έντονα, όχι μόνο την ατομική συμπεριφορά αλλά και τη συνοχή του συνόλου της ομάδας μιας κοινωνίας, με συνέπεια να διαταράσσεται η αποτελεσματικότητα των κυβερνητικών αντίμετρων κατά του ιού. Η παρούσα έρευνα και αυτές που προηγήθηκαν και αποδεικνύουν την αναποτελεσματικότητα των μέσων τη περίοδο αυτή προσφέρουν μια τροφή για σκέψη για μελλοντικές ενέργειες

περιορισμού των ειδήσεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και φιλτραρίσματος αυτών, ιδιαίτερα όταν το κοινό αντιπροσωπεύεται κατά πλειοψηφία από εφήβους και νέους.

Βιβλιογραφία

- ABC News. (2007). *Parents: Cyber bullying led to teen's suicide*. file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRiskFactorsfor Cyberbullying in Ado.pdf (Πρόσβαση στις 05/03/2022).
- Abdul Jalil, M.A. (2011). How communication contributed to weakening Social customs and traditions and reduced Social relations. *In: Ninth Doha Conference for Interfaith Dialogue*, 26 October. Doha, Qatar, p. 247. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 10/02/2022).
- Abu Arad, S.,B.,A. (2008). *Leisure and Recreation in the Life of Muslim Youth (Concept and Practice)*, Saudi Arabia. Faculty of Education, *King Khalid University*, p. 18. 2(από: [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf). (Πρόσβαση στις 10/01/2022).
- AL-Aag, H.N. (2013). *The Use of the Internet in the Study and its Relationship to Motivation for Learning in Adolescents (12-14 years)*. School Psychology, *University of Agli Olhaj*, Algeria. Master Thesis. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 10/03/2022).
- Al-Ghamdi, H.A.F. (2001). A relationship that constitutes the identity of Alana with moral thinking in a sample of males in adolescence and youth, Egypt. *Egypt. J. Psychol. Stud.* 86.: [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf). (Πρόσβαση στις 3.3.2022).
- Al-Hafian, F. (2004). Language and identity: problems of concepts and controversy of relationships. *Al-Tasamoh J. Amman* 5, 30. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf). (Πρόσβαση στις 11/02/2022).
- Ali, A. (2019). *What Is Snapchat*, Cairo, 1. *House of Books*, p. 102. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf). (Πρόσβαση στις 12.1.2022).

- Ali, L.I. (2007). Ranks of Social and Ideological Identity and Their Relationship Psychological Alienation", Unpublished Master Thesis, Supervised. *Faculty of Education, Damascus University, Syria*, p. 83. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 12/03/2022).
- Al-Jazi, H. (2018). What Is Twitter and How to Use it, Egypt, first ed. *House of Books*, p. 14. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 18/02/2022).
- Al-Murshidi, E.H.A. (2007). The Development of Understanding the Identity of Adolescents and its Relationship with Social Interaction. *University of Babylon, College of Basic Education, Iraq*, p. 27.: [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 20/03/2022).
- Al-Mu'ti, H. (2016). The Damage of the Snapchat Program, 1. *University Library, Cairo*, p. 93. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 20/03/2022).
- Al-Obaidi, I. (2019). Social media and its Impact on Society, Egypt, first ed. *Modern University Office*, p. 18.: [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 11/01/2022).
- AL-Oubli, T.N.M. (2011). Psychometric Characteristics of the Scale of Identity and Crisis Crises for Adolescents in Housing Institutions, Egypt. Ain Shams University, *Faculty of Education, Dar Almnzoma*, p. 826. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 10/03/2022).
- Al-Shammasi, E.M.M. (2006). General Education and Philosophy of Education. *Damascus University Publications, Syria*, p. 23. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 10/03/2022).
- Al-Shareef, H. (2014). A Collaborative Access Control Model for Shared Items in Online Social Networks. The School of Graduate and Postdoctoral Studies,

- The University of Western London*, Ontario, Canada, p. 73.
[https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 20/03/2022).
- Al-Zu'bi, A.M. (2001). *Psychology of Childhood and Adolescence*, first ed. *Amman, Jordan*, p. 477. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 1/03/2022).
- Amanda L., Paul H. & Mary M. (2005). *Teens and Technology*. [http:// repository .uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts+of+social+medi a+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3](http://repository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts+of+social+media+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3) (Πρόσβαση στις 10/03/2022).
- Ανασφάλειες που νοιώθουν οι γυναίκες, καθώς κοιτάνε τις «κουκλάρες» στο Instagram,
https://www.lifo.gr/videos/lifo_picks_planetearth/256226/anasfaleies-poy-noiothoyn-oi-gynaikes-kathos-koitane-tis-koyklares-toy-instagram ,
 (Πρόσβαση στις 21/11/2020).
- Ang, R. P. & Goh, D. H. (2010). Cyberbullying among adolescents: The role of affective and cognitive empathy, and gender. *Child Psychiatry and Human Development*, 41(4), 387–397. [file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRisk Factors for Cyber bullying in Ado.pdf](file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRisk%20Factors%20for%20Cyber%20bullying%20in%20Ado.pdf) (Πρόσβαση στις 10/03/2022).
- Αντωνακάκη, Δ. Μια έρευνα της έρευνας στο Twitter: Μοντέλο δεδομένων, δομή γραφήματος, ανάλυση συναισθημάτων και επιθέσεις, Expert System with applications, Φεβρουάριος 2021,
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S095741742030779X#b8>.
- Appel, H., Gerlach, A.L. & Crusius, J. (2016). The interplay between Facebook uses social comparison, envy and depression. *Current opinion in Psychology*, 9, 44-49.
- Arab Social Media Report. (2015) Barve G, Sood A, Nithya S, Virmani T (2015) Effects of Advertising on Youth (Age Group of 13- 19 Years Age). *J Mass Communicate Journalism* 5: 260. doi:10.4172/2165-7912.1000260

- <https://www.iosrjournals.org/iosr-jnhs/papers/vol6-issue1/Version-7/K0601077075.pdf> (Πρόσβαση στις 10/03/2022).
- Arafat, S., Ahmad, A., Murad, H. & Kakashekh, H. (2021). Perceived Impact of social media on Panic Buying: An Online Cross-Sectional Survey in Iraqi Kurdistan, *Frontiers in Public Health*, 9, 1-6 (Πρόσβαση στις 22.9.2022).
- Asiri, A. (2004). A Relationship that Constitutes the Identity of the Ego with Both the Concept of Self and harmony Psychosocial and General, Unpublished Master Thesis, Supervision. *College Education-Umm Al-Qura University*, Saudi Arabia, p. 122. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 20/03/2022).
- Asur, S. & Huberman, B. (2010). Predicting the future with social media. In: Paper Presented at the Web Intelligence and Intelligent Agent Technology (WI-IAT), 2010. *IEEE/WIC/ACM International Conference*, p. 40. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 1/03/2022).
- Awad, R.A. (2013). The Effects of Using Social Media Sites on the Educational Achievement of Children in Tulkarm Governorate from the Perspective of Housewives. Al-Quds Open University, *Faculty of Social and Family Development*, Palestine, p. 17. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 10/01/2022).
- Babbie, E. (1992). The practice of social research. 6th ed. *Belmont: Wadsworth* http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts+of+social+media+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3 (Πρόσβαση στις 15/02/2022).
- Babbie, E. (2002). The Practice of Social Research. *Belmont. Wadsworth*. http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts+of+social+media+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3 (Πρόσβαση στις 1/03/2022).
- Bailey, O.G. & Camerez, B. (2009). Understanding alternative media. In: *Cairo, O.A.* (Ed.), Translation: Islah. Nile Arab Group, p. 10.

- [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 1/03/2022).
- Bakkar, A. (2010). The Teenager How to Understand it and How to Direct it. *The ArabLibrary, No. 4, Arab Republic of Egypt*. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 12/02/2022).
- Bauman, S., Toomey, R. B., & Walker, J. L. (2013). Associations among bullying, cyberbullying, and suicide in high school students. *Journal of Adolescence*, 36(2), 341-350. <https://digitalcommons.library.umaine.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1323&context=honors> (Πρόσβαση στις 10/01/2022).
- Bazon, E. (2012). The Merciful End to the Trial of Dharun Ravi. *Slate*. <https://digitalcommons.library.umaine.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1323&context=honors> (Πρόσβαση στις 17/01/2022).
- Berkman Center for Internet and Society, Harvard Law School, Internet Safety Technical Task Force. (2008). Enhancing Safety and Online Technologies: Final Report of the Internet Safety Task Force to the Multi-State Working Group on Social Networking for the State Attorneys General of the United States. <https://www.iosrjournals.org/iosr-jnhs/papers/vol6-issue1/Version-7/K0601077075.pdf> (Πρόσβαση στις 1/03/2022).
- Berson, I. R., & Berson, M. J. (2005). Challenging Online Behaviors of Youth: Findings from a Comparative Analysis of Young People in the United States and New Zealand http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts+of+social+media+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3 (Πρόσβαση στις 18/01/2022).
- Bessenoff, G.R.(2016). Can the media affect us? *Social comparison, self-discrepancy, and the thin ideal. Psychology of women quarterly*, 30(3), 239 – 251. DOI: 10.1111 /j.1471-6402.2006. 00292.X

- Best, P., Manktelow, R., & Taylor, B. (2014) Online communication, social media and adolescent wellbeing: A systematic narrative review). Online communication, social media and adolescent wellbeing: A systematic narrative review. *Children and Youth Services Review*, 41, 27-36. <https://doi.org/10.1016/j.chilyouth.2014.03.001>. Ανάκτηση στις 22.1.2022 από: https://pureadmin.qub.ac.uk/ws/portalfiles/portal/120352496/Final_Online_Communication_Social_Media_and_Adolescent_Wellbeing.pdf (Πρόσβαση στις 15.1.2022).
- Blumenfeld, W.J. & Cooper, R.M. (2010). LGBT and Allied Youth Responses to Cyberbullying: Policy Implications. *The International Journal of Critical Pedagogy*, 3(1), 114-133 <https://www.iosrjournals.org/iosr-jnhs/papers/vol6-issue1/Version-7/K0601077075.pdf> (Πρόσβαση στις 22/01/2022).
- Borja, RR. (2005). “Blogs” catching on as tool for instruction: teachers use interactive Web pages to hone writing skills. *EducWeek*. December 14, 2005. <https://www.iosrjournals.org/iosr-jnhs/papers/vol6-issue1/Version-7/K0601077075.pdf> (Πρόσβαση στις 10/01/2022).
- Bostic, J. Q. & Brunt, C. C. (2011). Cornered: An approach to school bullying and cyberbullying, and forensic implications. *Child and Adolescent Psychiatric Clinics of North America*, 20, 447–465. [file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRisk Factorsfor Cyber bullyinginAdo.pdf](file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRisk%20Factorsfor%20Cyber%20bullyinginAdo.pdf) (Πρόσβαση στις 10/01/2022).
- Bouchev, H.A.,&Furman, W. (2013). Dating and romantic experiences in adolescence. In:Adams, G., Berzonsky, M.D. (Eds.), *Blackwell Handbook of Adolescence*, p. 319. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 11/03/2022).
- Boyar, R., Levine, D., &Zensius, N. (2011). Tech SexUSA: Youth Sexuality and Reproductive Health in the Digital Age. <https://www.iosrjournals.org/iosr-jnhs/papers/vol6-issue1/Version-7/K0601077075.pdf> (Πρόσβαση στις 10/03/2022).

- Boyd, D. (2008). *Taken Out of Context: American Teen Sociality in Networked Publics*. Berkeley, CA: University of California; 2008. <https://www.iosrjournals.org/iosr-jnhs/papers/vol6-issue1/Version-7/K0601077075.pdf> (Πρόσβαση στις 22/01/2022).
- Boyd, D. R. & Bee, H. L. (2012). *Lifespan development* (6th ed.). Boston: Pearson/Allyn and Bacon. <file:///C:/Users/user/Desktop/Bestetal2014OnlineCommunicationSocialMediaandAdolescentWellbeingASystematicNarrativeReview.pdf> (Πρόσβαση στις 10/01/2022).
- Bramble, W. & Mason, E. J. (1997). *Research in education and behavioral sciences concepts and method*. Dubuque: Brown and Beuchmark. http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts+of+social+media+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3 (Πρόσβαση στις 20/02/2022).
- Brown, D. (2006). *Validity Testing in Language Programs*. Upper Saddle River. Prentice Hall.
- Breguet, T. (2007). *Cyberbullying*. New York: Rosen Publishing Group. <https://digitalcommons.library.umaine.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1323&context=honors> (Πρόσβαση στις 18/02/2022).
- Bronfenbrenner, U. (1979). *The ecology of human development: Experiments by nature and design*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bryant, J. A., Sanders-Jackson, A. & Smallwood, A.M. K. (2006). IMing, text messaging, and adolescent social networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2). <file:///C:/Users/user/Desktop/Bestetal2014OnlineCommunicationSocialMediaandAdolescentWellbeingASystematicNarrativeReview.pdf> (Πρόσβαση στις 10/03/2022).
- Bryman, A. (1990). *Quantity and quality in social research*. London: Unwin. http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts

- +of+social+media+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3’
(Πρόσβαση στις 15/01/2022).
- Bu-Abdullah, S. (2016). Internet Uses and Their Impact on Students Adolescents“Secondary Field Study of KhadrRamadan Omash-Biskra”, Algeria, Master Thesis.Mohammed Khayder University - Biskra, *FacultyofHumanitiesandSocialSciences.A*: [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 1/03/2022).
- California Health Interview Survey (CHIS). (2005). <https://www.iosrjournals.org/iosr-jnhs/papers/vol6-issue1/Version-7/K0601077075.pdf> (Πρόσβαση στις 1/03/2022).
- Carter, M. W., & Price, C. C. (2001). Operations research: A practical introduction. *Boca Raton, Fla. [u.a.: CRC Press*. http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts+of+social+media+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3 (Πρόσβαση στις 10/03/2022).
- Cesarone, B. (1994). Video Games and Children ERIC Digest. http://www.kidsource.com/kidsource/content2/video_games.html. Accessed October 26, 2003. <https://www.iosrjournals.org/iosr-jnhs/papers/vol6-issue1/Version-7/K0601077075.pdf> (Πρόσβαση στις 10/03/2022).
- Chambers, D. (2013). Social media and personal relationships: Online intimacies and networked friendship. *Basingstoke: Palgrave Macmillan*. http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts+of+social+media+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3 (Πρόσβαση στις 10/01/2022).
- Chayko, M. (2008). Portable communities: The social dynamics of online and mobile connectedness. *Albany: SUNYPress*. http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts+of+social+media+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3 (Πρόσβαση στις 22/01/2022).

- Chicago, IL. John D. & Catherine, T. (2011). *MacArthur Foundation Reports on Digital Media and Learning*.<https://www.iosrjournals.org/iosr-jnhs/papers/vol6-issue1/Version-7/K0601077075.pdf> (Πρόσβαση στις 10/02/2022)..
- Child Development Institute. (2003). Video Games and Children, <http://www.childdevelopmentinfo.com/healthsafety/videogamesandchildrens.html> <https://www.iosrjournals.org/iosr-jnhs/papers/vol6-issue1/Version-7/K0601077075.pdf> (Πρόσβαση στις 25.1.2022)
- Cillessen, A.H.N.&Rose, A.J. (2008). Understanding Popularity in the Peer System, *Current Directions in Developmental Psychology*, second ed. *Pearson*, New York, p. 143. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 28/01/2022).
- Cingel, D.P., & Krcmar, M. (2014). Understanding the experience of imaginary audience in a social media environment. *Journal of Media Psychology*, 26(4), 155-160.
- Clifford, S. (2009). Straight talk on digital harassment for teenagers. *The New York Times*. <https://www.iosrjournals.org/iosr-jnhs/papers/vol6-issue1/Version-7/K0601077075.pdf> (Πρόσβαση στις 10/03/2022).
- Cochran, W.G. (1963). Sampling Techniques, second ed. *John Wiley and Sons, Inc.*, New York, p. 75.: [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 1/03/2022).
- Commonsense Media. (2010). Parent tip sheet: Commonsense on Text Messaging. <https://www.iosrjournals.org/iosr-jnhs/papers/vol6-issue1/Version-7/K0601077075.pdf> (Πρόσβαση στις 20/02/2022).
- Courtois, C., Mechant, P., Paulussen, S., & DeMarez, L. (2011). *The triple articulation of media technologies in teenage media consumption. new media & society*, 14(3), 401-420.
- Cox Communications. (2007). Cox Communications Teen Internet Safety Survey, Wave II – in *Partnership with the National Center for Missing & Exploited*

- Children® (NCMEC) and John Walsh* (Fielded Among Young People Aged 13-17). <https://www.iosrjournals.org/iosr-jnhs/papers/vol6-issue1/Version-7/K0601077075.pdf> (Πρόσβαση στις 22/01/2022).
- Craig S. Brinkman, Shira Gabriel, Elaine Paravati, Στόχοι κοινωνικής επίτευξης και κοινωνικά μέσα, Υπολογιστές στην ανθρώπινη συμπεριφορά, τόμος 111, Οκτώβριος 2020
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563220301801>
- Creswell, J. W. (1994). *Research designs: Qualitative and quantitative approaches. Thousand Oaks, CA: Sage* http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts+of+social+media+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3 (Πρόσβαση στις 10/01/2022).
- Crosby, S. (2018). *The Connection Between Cyberbullying and Teenage Suicide: An Honors Thesis Sierra Crosby University of Maine.* <https://digitalcommons.library.umaine.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1323&context=honors> (Πρόσβαση στις 12.1.2022)
- Croteau, D. & Hoynes, W. (2002). *Media/society. Thousand Oaks, Calif: Pine Forge.* http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts+of+social+media+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3 (Πρόσβαση στις 20/01/2022).
- Dawaq, H. (2016). *Religion and Identity between the Narrow Belonging and the Capacity of Creativity, Algeria, first ed., p. 26* [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 02/03/2022).
- DeNeve, K. M. & Cooper, H. (1998). The happy personality: A meta-analysis of 137 personality traits and subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 124, 197–229
<file:///C:/Users/user/Desktop/Bestetal2014OnlineCommunicationSocialMediaandAdolescentWellbeingASystematicNarrativeReview.pdf> (Πρόσβαση στις 01/03/2022).

- DeNeve, K. M. (1999). Happy as an extraverted clam? The role of personality for subjective well-being. *Current Directions in Psychological Science*, 8, 141–144.
file:///C:/Users/user/Desktop/Bestetal2014OnlineCommunicationSocialMediaandAdolescentWellbeingASystematicNarrativeReview.pdf (Πρόσβαση στις 04/03/2022).
- Denscombe, M. (2003). *The good research guides*. New York: McGraw-Hill.
http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts_of_social_media_among_the_youth_on_behavior_change.pdf?sequence=3
(Πρόσβαση στις 1/03/2022).
- Djafarova, E. & Bowes, T. (2020). Το Instagram με έκανε να το αγοράσω»: Generation Z πανηγυρικά αγοράς στη βιομηχανία της μόδας, Εφημερίδα λιανικής και καταναλωτικών υπηρεσιών, 24 Οκτωβρίου 2020
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969698920313539>
- Doble, K. (2018). Social Media 's Influence on Adolescent Identity
https://digitalcommons.lesley.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1054&context=community_of_scholars.
(Πρόσβαση στις 18.2.2022).
- Dromgoole, A. (2006) Media Effects and Body Image Perceptions on Youth. *Youth Development Initiative*. <https://www.iosrjournals.org/iosr-jnhs/papers/vol6-issue1/Version-7/K0601077075.pdf> (Πρόσβαση στις 02/03/2022).
- Duboni, I. (2020). Μια εμπειρική ανάλυση της συν-κατασκευής γνώσης στα σχόλια του YouTube, Υπολογιστές και εκπαίδευση, Τόμος 156, Οκτώβριος 2020
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0360131520301378>
- Duggan, M. & Brenner, J. (2013). The demographics of social media users. *Pew Internet Research Centre's Internet and American Life Project*
<file:///C:/Users/user/Desktop/Bestetal2014OnlineCommunicationSocialMediaandAdolescentWellbeingASystematicNarrativeReview.pdf> (Πρόσβαση στις 02/03/2022).

- 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*, 11(4), 1143–1168. file:///C:/Users/user/Desktop/11estetal2014 Online CommunicationSocialMediaandAdolescentWellbeingASystematicNarrativeReview.pdf (Πρόσβαση στις 11/02/2022).
- Erdur-Baker, Ö. (2010). Cyberbullying and its correlation to traditional bullying, gender, and frequent and risky usage of internet-mediated communication tools. *New Media and Society*, 21(1), 109–125. file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRisk Factors rCyberbullyinginAdo.pdf (Πρόσβαση στις 11/01/2022).
- Erikson, E.H. (1959). *Identity and the life cycle*. New York, NY: International Universities Press.
- Erikson, E.(1994). Identity and the Life Cycle Paperback - April 17, *New York - London*, p. 15. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 01/03/2022).
- Farrington, D. P. & Ttofi, M. M. (2009). School based programmes to reduce bullying and victimization. *Campbell Systematic Reviews*, 2009:6. Ανάκτηση την 05/03/2022: file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRisk Factorsfor Cyberbullyingin Ado.pdf(Πρόσβαση στις 10/02/2022).
- Fowler, J. (2004). *Survey Research Methods*. Thousand Oaks. CA. sage. http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts+of+social+media+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3 (Πρόσβαση στις 10/02/2022).
- Gay, L. R., Mills, G. E., & Airasian, P. W. (2011). Educational research: Competencies for analysis and applications. Boston, MA [etc.: *Pearson/Prentice Hall*. : http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts+of+social+media+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3 (Πρόσβαση στις 01/03/2022).

- Γαρμπής – Λαδοβρέχης, Α. (2018). Θεωρίες μάθησης και εφαρμογή σε εκπαιδευτικό λογισμικό
- Gee, J.P. (2017). *Teaching, learning, literacy in our high-risk high-tech world*. New York, NY: Teachers College Press.
- Gonzalez, I.F. & Martinez –Dominguez, M. (2022). Determinants of internet use by school-age children: The challenges for Mexico during the COVID-19 pandemic
Telecommunications Policy. Volume 46, Issue 1, February 2022, 102241.
Ανάκτηση στις 12.2.2022 από:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0308596121001452>
- Görzig, A. & Ólafsson, K. (2013) What makes a bully a cyberbully? Unravelling the characteristics of cyberbullies across twenty-five European countries. *Journal of Children and Media*, 7:1, 9-27.
<https://digitalcommons.library.umaine.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1323&context=honors> (Πρόσβαση στις 28/01/2022).
- Gradinger, P., Strohmeier, D. & Spiel, C. (2010). Definition and measurement of cyberbullying. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 4, article 1. [file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRiskFactorsfor Cyberbullyingin Ado.pdf](file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRiskFactorsfor%20Cyberbullyingin%20Ado.pdf) (Πρόσβαση στις 28/01/2022).
- Greenfield S. (2010). *The Quest for Identity in the 21st Century*. Ανάκτηση στις 07/02/2022 από:
http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts+of+social+media+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3
(Πρόσβαση στις 19/01/2022).
- Hamdi, M.A.(2018). *University Youth Dependence on Social Media for Access to Information “A Survey Study at the University of Tabuk, Saudi Arabia”*, Amman, Jordan, Master Thesis. *Department of Journalism and Media, Faculty of Information, Middle East University*.

- [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 09/01/2022).
- Hamed, D.(2018). WhatsApp, Egypt, first ed. *DarAl-Sharq*,p. 7. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 10/03/2022).
- Hartup, W.W. (1996). The company they keep: Friendships and their developmental significance. *Child Development*, 67, 1-13. <https://www.iosrjournals.org/iosr-jnhs/papers/vol6-issue1/Version-7/K0601077075.pdf> (Πρόσβαση στις 15/02/2022).
- Harvard University. (2008). Enhancing child safety and online technologies. http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts+of+social+media+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3 (Πρόσβαση στις 17/01/2022).
- Hattat, M. (2014). Psychosocial Problems of School-Age Adolescents Internet Users,Algeria, Master Thesis in Mental Health and School Adaptation. *KasidiMerbahUniversity, Ouargla*. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf)(Πρόσβαση στις 10/03/ 2022).
- Hayaty, S. (2018). When Facebook Was Founded, Cairo, first ed. *Daral-Sharq*, p. 3. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf)(Πρόσβαση στις 19/01/2022).
- Hendricks, D. (2013). Complete History of social media: Then and Now. *Small Business Trends*. <https://digitalcommons.library.umaine.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1323&context=honors> (Πρόσβαση στις 05/01/2022).
- Henning, E. (2004). Find your way in qualitative research. *Pretoria: VanSchaik*. http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts+of+social+media+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3 (Πρόσβαση στις 22/01/2022).
- Hew, K. F., & Cheung, W. S. (2012). Student participation in online discussions: Challenges, solutions, and future research. *New York: Springer*.

http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts_of_social_media_among_the_youth_on_behavior_change.pdf?sequence=3
(Πρόσβαση στις 19/01/2022).

Hinduja, S. & Patchin, J. W. (2010). Bullying, cyberbullying, and suicide. *Archives of Suicide Research*, 14(3), 206-221.
<https://digitalcommons.library.umaine.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1323&context=honors> (Πρόσβαση στις 25/03/2022).

Hinduja, S., & Patchin, J. W. (2009). *Bullying beyond the schoolyard: Preventing and responding to cyberbullying*. Thousand Oaks, Calif: Corwin Press.
http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts_of_social_media_among_the_youth_on_behavior_change.pdf?sequence=3 (Πρόσβαση στις 10/03/2022).

Hinnawi, M.R. (2016). Uses of Middle Teen Students for Networks Social Networking in Nablus City Schools in Palestine, *Alam Journal*. Al-Quds Open University, Palestine. Issue 16. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 17/01/2022).

Hosni, A. (2011). The Impact of Social Networking Sites in the Development Youth Social Responsibility. *Responsibility Conference Society for Palestinian Universities, Nablus*, p. 101. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 12/03/2022).

IP.GR. https://www.ip.gr/General/%CE%A4%CE%B9_%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CE%B9_%CF%84%CE%BF_Web_2.0_-57.html (Πρόσβαση στις 17 Νοεμβρίου 2020)

Ito M, Horst H, Bittani M, et al. (2008). *Living and Learning with New Media: Summary of Findings from the Digital Youth Project*. Chicago, IL: John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Reports on Digital Media and Learning, 2008 <https://www.iosrjournals.org/iosr-jnhs/papers/vol6-issue1/Version-7/K0601077075.pdf> (Πρόσβαση στις 18/01/2022).

- Ito M., Horst, H., Bittani, M., boyd, d., Herr-Stephenson, B., Lange, P.G.&Tripp, L. (2008). Living and Learning with New Media: *Summary of Findings from the Digital Youth Project*. <https://www.iosrjournals.org/iosr-jnhs/papers/vol6-issue1/Version-7/K0601077075.pdf> (Πρόσβαση στις 11/01/2022).
- Ito, M., Horst, H., Bittani, M.&Boyed, D. (2008). Living and Learning with New Media:Summary of Findings from the Digital Youth Project. John D. and Catherine T.MacArthur Foundation Reports on *Digital Media and Learning*, Chicago, IL,p. 15. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 1/03/2022).
- Ivory, James D. (2001). Video Games and the Elusive Search for their Effects on Children: An assessment of Twenty Years of Research, Accessed November 16, 2003. <https://www.iosrjournals.org/iosr-jnhs/papers/vol6-issue1/Version-7/K0601077075.pdf> (Πρόσβαση στις 20/01/2022).
- Jincy, T.C. & Enoch, A. (2019). Effects of social media advertisement on adolescent's lifestyle. <https://www.infokara.com/gallery/73-nov-c149.pdf>. (Πρόσβαση στις 25.2.2022).
- Jolliffe, D., & Farrington, D. P. (2004). Empathy and offending: A systematic review and meta-analysis.
- Juvonen, J. & Gross, E. F. (2008). Extending the school grounds? *Bullying experiences in cyberspace*.*Journal of School Health*, 78(9), 496–505. <file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRiskFactorsforCyberbullyinginAdo.pdf> (Πρόσβαση στις 10/02/2022).
- Karounos, G.T. (2014) «Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης: ένας ορισμός,» Σύμφωνα με την πηγή NEPIT Νέα Μέσα https://neritnewmedia.wordpress.com/2014/06/27/social_media/, (Πρόσβαση στις 12 Νοεμβρίου 2020)
- Kehinde, F.&Adegbilero, L. (2016). Use of Social media by Science Students in PublicUniversities in Southwest Nigeria, 34. *The Electronic Library*.

- [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 01/03/2022).
- Khader, M. (2018). The Concept of Identity, Egypt, 1. *House of Books*, p. 89. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 02/01/2022).
- Khan R.& Kellner D. (2004). New media and Internet Activism: From the battle of Seattle to Blogging. *Journal of Media and Society*, 6(1), 87-95. http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts+of+social+media+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3 (Πρόσβαση στις 02/01/2022).
- Kim, W., Jeong, O. & Lee, S. (2010). On social web sites. *Information Systems*, 35(2), 215–236. <file:///C:/Users/user/Desktop/Bestetal2014OnlineCommunicationSocialMediaandAdolescentWellbeingASystematicNarrativeReview.pdf> (Πρόσβαση στις 27/01/2022).
- Kingsbury, M. Reme, B.A. Skogen, G.C. Sivertsen, B. Overland, S. Cantor, N. Hysing, M. Petrie, K. & Colma, I. (2020). Διαφορετικοί συσχετισμοί μεταξύ των τύπων χρήσης των κοινωνικών μέσων και της μη αυτοκτονικής αυτοτραυματισμού και της αυτοκτονικής συμπεριφοράς των φοιτητών, Υπολογιστές στην ανθρώπινη συμπεριφορά, τόμος 115, Φεβρουάριος 2020 <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563220303617>
- Kiseol Yang, Haejung Maria Kim, Lindsey Tannoff, Σηματοδότηση εμπιστοσύνης: Ενδείξεις από δημοσιεύσεις Instagram, Έρευνα και εφαρμογές ηλεκτρονικού εμπορίου, τόμος 43, Οκτώβριος 2020 <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1567422320300752>
- Klapper J.T. (1960). The effect of Mass Communication, *Free Press* http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts+of+social+media+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3 (Πρόσβαση στις 10/03/2022).

- Κοινωνική δικτύωση (ιστορική αναδρομή), <https://sites.google.com/site/koinonikidiktyosi/istorike-anadrome>, (πρόσβαση στις 12 Νοεμβρίου 2020)
- Kowalski, R. M. & Limber, S. P. (2007). Electronic bullying among middle school students. *Journal of Adolescent Health*, 41(6), 22–30. file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRiskFactorsforCyberbullyinginAdo.pdf (Πρόσβαση στις 15.2.2022)
- Kowalski, R.N. (2010). Alexis Pilkington Facebook Horror: Cyber bullies harass even after suicide. <https://www.iosrjournals.org/iosr-jnhspapers/vol6-issue1/Version-7/K0601077075.pdf> (Πρόσβαση στις 15.2.2022)
- Krishna,S.Boren, SA. &Balas EA. (2009). Healthcare via cell phones: a systematic review. *TelemedEHealth*.15(3):231–24 <https://www.iosrjournals.org/iosr-jnhspapers/vol6-issue1/Version-7/K0601077075.pdf>(Πρόσβαση στις 10/01/2022).
- Lahey, J. (2015). *The gift of failure: How the best parents learn to let go so their children can succeed*. New York, NY: HarperCollins.
- Laith, W. (2011). The Impact of Facebook on Self-Esteem Among Youth in TulkarmGovernorate. Faculty of Social and Family Development, *Al-Quds Open University*,Palestine, p. p101. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 15/01/2022).
- Lamia, M.C. (2015, March 12). *Narcissism and shame on social media*. [Web log interview]. Retrieved from <https://www.teensafe.com/blog/narcissism-and-shame-on-social-mediawith-dr-lamia/>
- Law, D. M., Shapka, J. D. & Olson, B. F. (2010). To control or not to control? Parenting behaviors and adolescent online aggression. *Computers in Human Behavior*, 26, 1651–1656. file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRisk Factorsfor Cyberbullyingin Ado.pdf (Πρόσβαση στις 10/02/2022).

- Law, D. M., Shapka, J. D., Domene, J. F., Gagné, M. H. (2012) Are cyberbullying really bullies? An investigation of reactive and proactive online aggression, *Computers in Human Behavior*, 28, 664-672 <https://digitalcommons.library.umaine.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1323&context=honors>(Πρόσβαση στις 10/01/2022).
- Law, D. M., Shapka, J. D., Hymel, S., Olson, B. F. & Waterhouse, T. (2012). The changing face of bullying: An empirical comparison between traditional and Internet bullying and victimization. *Computers in Human Behavior*, 28, 226–232. <file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRiskFactorsforCyberbullyinginAdo.pdf> (Πρόσβαση στις 18/01/2022).
- Ledbetter, M.A. & Colten Meisner, (2020). Επέκταση της τυπολογίας των προσωπικών επωνυμιών σε παρασιτική αλληλεπίδραση με δημόσια πρόσωπα στα κοινωνικά μέσα: Κοινωνική παρουσία και πολυπλοκότητα μέσω των ως μεσολαβητές, Υπολογιστές στην ανθρώπινη συμπεριφορά, τόμος 115, Φεβρουάριος 2020, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563220303575>
- Leedy, P.D. (1993). Practical research: planning and design. 6th ed. *New Jersey: Prentice Hall*.
http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts+of+social+media+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3 (Πρόσβαση στις 22/01/2022).
- Lelisho, M., Pandey, D., Alemu, B., Pandey, B. & Tareke, S. (2022). The Negative Impact of social media during COVID-19 Pandemic, *Trends in Psychology*, 1-20 (Πρόσβαση στις 22.9.2022).
- Lemish, D. (2015). Children, adolescents, and media: creating a shared scholarly arena. In D. Lemish (Ed.), *The Routledge international handbook of children, adolescents and media* (1-22). New York, NY: Routledge.
- Lenhart, A. and Madden, M. (2007), “Social networking websites and teens: an overview”, Pew Internet and American Life Project, Washington, DC, Διαθέσιμο στο: www.pewinternet.org/pdfs/PIP_SNS_DATA_MEMO_JAN_2017

- Lenhart, A. Purcell, K. Smith, A. & Zickuhr, K. (2010). Social media & mobile internet use among teens and young adults. *Pew Internet & American Life Project* <https://www.iosrjournals.org/iosr-jnhs/papers/vol6-issue1/Version-7/K0601077075.pdf> (Πρόσβαση στις 17/01/2022).
- Lenhart, A. Purcell, K. Smith, A. & Zickur, K. (2010). Social Media and Young Adults. *Washington, DC: Pew Research Center; 2010.* <https://www.iosrjournals.org/iosr-jnhs/papers/vol6-issue1/Version-7/K0601077075.pdf> (Πρόσβαση στις 17/01/2022).
- Levesque Roger, J.R.(2011). Encyclopedia of Adolescence. *Publisher Springer-Verlag New York*, Copyright Holder Springer Science Business Media, LLC, p. 109. EditionNumber.1. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 11/01/2022).
- Lin, C. A., & Atkin, D. J. (2007). Communication technology and social change: Theory and implications. Mahwah, *N.J: Lawrence Erlbaum Associates.* http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts+of+social+media+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3. (Πρόσβαση στις 10/03/2022).
- Livingstone, S. M., & Drotner, K. (2008). International handbook of children, media and culture.
- Livingstone, S. M., & Haddon, L. (2009). Kids online: Opportunities and risks for children. *Bristol, U.K: Policy Press.* http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts+of+social+media+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3(Πρόσβαση στις 10/01/2022).
- Livingstone, S. M., Bober, M., & London School of Economics and Political Science. (2005). UK children go online: Listening to young people's experiences. London: *Dept. of Media and Communications, London School of Economics and Political Science.* http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts

- +of+social+media+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3
(Πρόσβαση στις 10/02/2022).
- London: SAGE. από: http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts+of+social+media+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3 (Πρόσβαση στις 15/01/2022).
- Lopez-Carril,S. Anagnostopoulos,C. & Parganas,P. (2020). Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην εκπαίδευση του αθλητισμού: Εισαγωγή στο LinkedIn, Εφημερίδα Φιλοξενίας, Αναψυχής, Αθλητισμού και Τουρισμού, Τόμος 27, Νοέμβριος 2020
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1473837620301982>
ADOLESCENCE. MSW, pp. 12–24. *Psy.D. James Marcia and Self-Identity*.
Ανάκτηση στις 04/02/2022 από: : [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 10/01/2022).
Amman Arab University for Graduate Studies, Al-Warraaq Foundation for Publishing and Distribution, p. p55. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf). (Πρόσβαση στις 01/03/2022).
- Malcolm, Natasha,&Tim Coats . (2016). Is there a difference between hospital-verifiedand self-reported self-harm? Implications for repetition. *Gen. Hosp. Psychiatr.* 43,12–16. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 20/01/ 2022).
- Manago, A.M., Taylor, T. & Greenfield, P.M. (2012). Me and my 400 friends: The anatomy of college students' Facebook networks, their communication patterns, and well- being. *Developmental Psychology*, 48(2), 69–380
<file:///C:/Users/user/Desktop/Bestetal2014OnlineCommunicationSocialMediaandAdolescentWellbeingASystematicNarrativeReview.pdf> (Πρόσβαση στις 10/01/2022).
- Mansour. (2014). The role of social media in meeting the needs of Jordanian universityyouth, Jordan, *Jordan. J. Soc. Sci.* 7 (2), 287–288.
[https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf). (Πρόσβαση στις 22/01/2022).

- Marcia James, E. (2011). *Ego Identity: A Handbook for Psychosocial Research* Softcover Reprint of the Original, first ed. *Springer-Verlag*; Softcover reprint of the original 1sted. 1993 edition [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf)(Πρόσβαση στις 19/02/2022).
- Marcia, J.E. (1966). Development and validation of ego-identity status. *J. Pers. Soc.*
- Marcia, J.E. (1980). Identity in adolescence. *Handb. Adole. Psychol.* 9 (11), 159–187. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf). (Πρόσβαση στις 10/01/2022).
- Marshall, C. & Rossman, G. (1999). *Designing qualitative research*. 3rded. http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts+of+social+media+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3. (Πρόσβαση στις 10/03/2022).
- Mashaal, T., 2018. What Is Instagram, first ed. *University Office, Amman*, p. 56. Ανάκτηση στις 09/02/2022 από: [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf). (Πρόσβαση στις 12/02/2022).
- Maslow, A.H. (1987). *Motivation and personality* (3rd ed.). New York, NY: Harper & Row, Publishers, Inc.
- Mathur, V. K. & Freeman, D.G. (2002). A theoretical model of adolescent suicide and some evidence from US data. *Health Economics*, 11, 695–708. <file:///C:/Users/user/Desktop/Bestetal2014OnlineCommunicationSocialMediaandAdolescentWellbeingASystematicNarrativeReview.pdf>. (Πρόσβαση στις 10/03/2022).
- Matlin & Farmer (2019) <https://eclass.uowm.gr/modules/document/file.php/NURED262/Matlin%20%26%20Farmer%20%CE%93%CE%BD%CF%89%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE%20%CE%A8%CF%85%CF%87%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%AF%CE%B1%202019%20%CE%BA%CE%B5%CF%86%CE%AC%CE%BB%CE%B1%CE%B9%CE%BF%201.pdf> Όπως παρατίθεται από τους (Whitley & Kite, 2010), (Πρόσβαση στις 20 Νοεμβρίου 2020)

- McAfee, Inc. (2010). The secret life of online teens. <https://www.iosrjournals.org/iosr-jnhs/papers/vol6-issue1/Version-7/K0601077075.pdf>. (Πρόσβαση στις 10/02/2022).
- McEwen, B. & Lasley, E.N. (2002). *The end of stress as we know it*. New York, NY: Dana Press.
- Mcloughlin, C. (2009). Positive peer group interventions: An alternative to individualized interventions for promoting prosocial behavior in potentially disaffected youth. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 7(3), 1131–1156. [file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRiskFactors forCyber bullyingin Ado.pdf](file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRiskFactors%20forCyber%20bullyingin%20Ado.pdf)(Πρόσβαση στις 19/02/2022).
- Mcluhan, M. (1962). *The Gutenberg Galaxy: The making of Typographic Man*. Toronto: University of Toronto Press. http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts+of+social+media+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3. (Πρόσβαση στις 10/02/2022).
- McQuail, D. (1997). *Εισαγωγή στην θεωρία της μαζικής επικοινωνίας*, 1997
- Messias, E., Kindrick, K. & Castro, J. (2014). School bullying, cyberbullying, or both: Correlates of teen suicidality in the 2011 CDC youth risk behavior survey. *Comprehensive Psychiatry*, 55, 1063-1068. <https://digitalcommons.library.umaine.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1323&context=honors>. (Πρόσβαση στις 10/01/2022).
- Μήτρου, Λ. κα (2003). *Facebook, blogs και δικαιώματα*. Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα – Θεσσαλονίκη
- Μήτρου. Λ, Πισκοπάνη Α., Τάσσης Σ.& Καρύδα. Μ.(2013). *Facebook, blogs και δικαιώματα*.
- Milani, L., Osualdella, D. & Di Blasio, P. (2009). Quality of interpersonal relationships and problematic Internet use in adolescence. *Cyberpsychology & Behavior*, 12, 681–684. <file:///C:/Users/user/Desktop/Bestetal2014OnlineCommunicationSocialMedia>

- andAdolescentWellbeingASystematicNarrativeReview.pdf. (Πρόσβαση στις 10/01/2022).
- Milosevic, T. (2015) Cyberbullying in US mainstream media. *Journal of Children and Media*, 9(4), 492-509 <https://digitalcommons.library.umaine.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1323&context=honors>. (Πρόσβαση στις 12/02/2022).
- Mirsky, E. L. & Omar, H. A. (2015). Cyberbullying in adolescents: The prevalence of mental disorders and suicidal behavior. *International Journal of Child and Adolescent Health*, 8(1), 37-39. <https://digitalcommons.library.umaine.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1323&context=honors> (Πρόσβαση στις 01/03/2022).
- Mitchell, Alex J., Hussain, Shahana, Leaver, James, Rajan, Chandhini, Jones, Andrew, Mitchell, Alex J.Yadegarfar, Motahare. Gill, John.&Stubbs, Brendon. (2016) . Case finding and screening clinical utility of the Patient Health Questionnaire (PHQ-9 and PHQ-2)for depression in primary care: a diagnostic meta-analysis of 40 studies. *BJPsychopen*2 (2), 127–138. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 27/01/2022).
- Mitchell, K. J., Finkelhor, D., Wolak, J., Ybarra, M. L. & Turner, H. (2011). Youth Internet victimization in a broader victimization context. *Journal of Adolescent Health*, 2, 128–134. [file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRiskFactors forCyberbullyingin Ado.pdf](file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRiskFactors%20forCyberbullyingin%20Ado.pdf)(Πρόσβαση στις 10/02/2022).
- Mohamed, M. (2019). Definition of Facebook, Egypt, first ed. *Daral-Sharq*,p. 6
- Mohammed, M.M.S. (2012). Educational Measurement and Evaluation, fourth ed. *Al-Rushd Library*, Riyadh, p. 48. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf)(Πρόσβαση στις 22/02/2022).
- Mohsen, H.H., 2018. The Nature of Social Identity in the Light of Sociological Theories.: [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 10/03/2022).

- Monks, C. P. (2011). Peer-victimisation in preschool. In C. P. Monks, & I. Coyne (Eds.), *Bullying in different contexts* (pp. 12–35). *Cambridge: Cambridge university press* file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRiskFactorsfor Cyberbullying inAdo.pdf (Πρόσβαση στις 29/01/2022).
- Moorhead, S. A., Hazlett, D. E., Harrison, L., Carroll, J. K., Irwin, A. & Hoving, C. (2013). A new dimension of health care: Systematic review of the uses, benefits and limitations of so- cial media for health communication. *Journal of Medical Internet Research*, 15(4), e85. file:///C:/Users/user/Desktop/Bestetal2014OnlineCommunicationSocialMedia andAdolescentWellbeingASystematicNarrativeReview.pdf. (Πρόσβαση στις 17/03/2022).
- Morelli, A.O. (2020). In: Zupanick, C.E. (Ed.), *CHILD DEVELOPMENT THEORY :*
- Mowaffaq, A. (2006). *Fundamentals of Scientific Research*, Jordan, Amman, first ed.
- Mugenda, O. M., & Mugenda, A. G. (1999). *Research methods: Quantitative and qualitative approaches*. Nariobi, Kenya: *African Centre for Technology Studies*. http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts+of+social+media+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3 (Πρόσβαση στις 17/01/2022).
- Muzayd, B.M. (2012). Virtual Communities as an Alternative to Real Societies/Faces Faces as a Model. *United Arab Emirates University*, p. 42. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 01/02/2022). *Psychol.* 3 (5), 551. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf). (Πρόσβαση στις 10/02/2022).
- Neuman, W. R. (1991). *The future of the mass audience*. *Cambridge: Cambridge Univ. Press*. http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts+of+social+media+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3 (Πρόσβαση στις 11/01/2022).

- Nielsen Company. (2009). How Teens Use Media: A Nielsen report on the myths and realities of teen media trends. <https://www.iosrjournals.org/iosr-jnhs/papers/vol6-issue1/Version-7/K0601077075.pdf> (Πρόσβαση στις 10/02/2022).
- NoBullying.com. (2015). The Story of Rebecca Ann Sedwick. <https://digitalcommons.library.umaine.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1323&context=honors> (Πρόσβαση στις 01/02/2022).
- NoBullying.com. (2017). The Top Six Unforgettable CyberBullying Cases Ever. <https://digitalcommons.library.umaine.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1323&context=hon.ors> (Πρόσβαση στις 10/02/2022).
- Nocentini, A., Calmaestra, J., Schulze-Krumbholz, A., Scheithauer, H., Ortega, R. & Menesini, E. (2010). Cyberbullying: Labels, definitions and behaviors in three countries. *Australian Journal of Guidance and Counselling*, 20(2), 129–142. <file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRiskFactorsforCyberbullyinginAdo.pdf> (Πρόσβαση στις 01/03/2022).
- Nomar, M. (2012). Use and Impact of Social Networking Sites in Social Relations with the App a Sample of Users Facebook in Algeria. *Unpublished Master Thesis, University Batna, Department of Humanities*, p. 193.: [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 22/01/2022).
- Oeldorf-Hirsch, A., Birnholtz, J., & Hancock, J.T. (2017). Your post is embarrassing me: Face threats, identity, and the audience on Facebook. *Computers in Human Behavior*, 73, 92-99
- Olweus, D. (1991). Bully/victim problems among children: Basic facts and effects of a school-based intervention program. In D. Pepler, & K. Rubin (Eds.), *The development and treatment of childhood aggression* (pp. 411–448). *Hillsdale, NJ: Erlbaum.* Ανάκτηση την 05/03/2022: [file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalR Factors for Cyberbullying inAdo.pdf](file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRFactorsforCyberbullyinginAdo.pdf) (Πρόσβαση στις 22/01/2022).

- Olweus, D. (1993). *Bullying at school: What we know and what we can do*. Oxford: Blackwell Publishers. file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRisk Factors for CyberbullyinginAdo.pdf (Πρόσβαση στις 10/03/2022).
- O'Neill, B., Livingstone, S. & McLaughlin, S. (2011). Final recommendations for policy, methodology and research. *LSE, London: EU Kids Online*. file:///C:/Users/user/Desktop/Bestetal2014OnlineCommunicationSocialMedia andAdolescentWellbeingASystematicNarrativeReview.pdf (Πρόσβαση στις 10/01/2022).
- Ortiz, M. & Harwood, J. (2007). Social Cognitive Theory Approach to the Effects of Mediated Intergroup Contact on Intergroup Attitudes. Pages 615-631 <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08838150701626487> (Πρόσβαση στις 5.1.2022)
- (12), 614–621. Ανάκτηση την 05/03/2022: file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRiskFactorsforCyberbullyinginAdo.pdf (Πρόσβαση στις 22.2.2022).
- Palfrey, J. Boyd, D. Sacco, D. & Debonis, L. (2009). *Enhancing Child Safety and Online Technologies*. Final report of the internet safety technical task force to the multi state working group on social networking of state attorneys general of the United States. https://cyber.harvard.edu/publications/2009/ISTTF_Final_Report. (Πρόσβαση στις 25.2.2022).
- Παπαπαύλου, Κ. (2018). Η επιρροή του Instagram στην ψυχολογία των χρηστών. Τεχνολογικό εκπαιδευτικό ίδρυμα δυτικής Ελλάδας
- Patchin, J. W. & Hinduja, S. (2010). Cyberbullying and self-esteem. *Journal of School Health*, 80
- Perren, S. & Gutzwiller-Helfenfinger, E. (2012). Cyberbullying and traditional bullying in adolescence: Differential roles of moral disengagement, moral emotions, and moral values. *The European Journal of Developmental Psychology*, 9(2), 195–

209. file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRiskFactorsforCyberbullyinginAdo.pdf (Πρόσβαση στις 22.1.2022)
- Perren, S., Gutzwiller-Helfenfinger, E., Malti, T. & Hymel, S. (2011). Moral reasoning and emotion attributions of adolescent bullies, victims, and bully-victims. *British Journal of Developmental Psychology*.
file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRiskFactorsforCyberbullyinginAdo.pdf (Πρόσβαση στις 22.2.2022)
- Pornari, C. D. & Wood, J. (2010). Peer and cyberbullying in secondary school students: The role of moral disengagement, hostile attribution bias, and outcome expectancies. *Aggressive Behavior*, 36, 81–94.
file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRiskFactorsforCyberbullyinginAdo.pdf (Πρόσβαση στις 02.2.2022)
- Psychologia & Psychotherapist.gr <https://www.psychologia.gr/psychology.html> (Πρόσβαση στις 19 Νοεμβρίου 2020).
- Psychologynow.gr <https://www.psychologynow.gr/psychologia/i-epistimi-tis-psychologias.html> (Πρόσβαση στις 19 Νοεμβρίου 2020).
- Psychologynow.gr <https://www.psychologynow.gr/psychologia/kladoi-psychologias.html> (Πρόσβαση στις 19 Νοεμβρίου 2020)
- Psychologynow.gr(2002). <https://www.psychologynow.gr/psychologia/i-psixologia-stin-ellada.html>, (Πρόσβαση στις 19 Νοεμβρίου 2020), Όπως παρατίθεται από *Η Ιστορία της Ψυχολογίας στην Ελλάδα 1830-1987, Παναγιώτα Καζολέα-Ταβουλάρη, Ελληνικά Γράμματα, 2002*
- Purcell, K. (2011). Trends in Teen Communication and Social Media Use, *Pew Internet & American Life Project*, <https://www.iosrjournals.org/iosr-jnhs/papers/vol16-issue1/Version-7/K0601077075.pdf> (Πρόσβαση στις 28.2.2022)
- Rajah, I. (2019). How to deal with Snapchat, 1. House of Books, Jordan, Amman, p. 86. Safar, A.M., 2017. The Role of Social Networks in the Consolidation of the Values of Citizenship from the Perspective of the Omani Youth, Amman, Jordan, *Master Thesis. Faculty of Information, Middle East University.*:

- [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 28.2.2022)
- Ράπτης, Α. - Ράπτης,Α.(2007). "Μάθηση και Διδασκαλία στην Εποχή της Πληροφορίας. Ολική Προσέγγιση", Αθήνα 2007
- Reid, J. M., Webster-Stratton, C. & Hammond, M. (2007). Enhancing a classroom social competence and problem-solving curriculum by offering parent training to families of moderate- to high-risk elementary school children. *Journal of Clinical Child and Adolescent Psychology*, 36(4), 605–620. <file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRiskFactorsforCyberbullyinginAdo.pdf> (Πρόσβαση στις 20.2.2022)
- Rhodes, R. L., Ochoa, S. H., & Ortiz, S. O. (2005). Assessing culturally and linguistically diverse students: A practical guide. *New York: Guilford Press*. http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts_of_social_media_among_the_youth_on_behavior_change.pdf?sequence=3 (Πρόσβαση στις 01.2.2022)
- Rideout, V.J., Foehr, U.G., & Roberts, D.F. (2010). Generation M2: Media in the lives of 8–18-year-olds. *Kaiser Family Foundation* <https://www.iosrjournals.org/iosr-jnhs/papers/vol6-issue1/Version-7/K0601077075.pdf> (Πρόσβαση στις 08.2.2022)
- Ritchel M. (2010). Growing up digital, wired for distraction. http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts_of_social_media_among_the_youth_on_behavior_change.pdf?sequence=3 (Πρόσβαση στις 22.1.2022)
- Ryan, R. M. & Deci, E. L. (2001). On happiness and human potentials: A review of research on hedonic and eudaimonic well-being. *Annual Review of Psychology*, 52, 141–166. <file:///C:/Users/user/Desktop/Bestetal2014OnlineCommunicationSocialMediaandAdolescentWellbeingASystematicNarrativeReview.pdf> (Πρόσβαση στις 15.2.2022)

- Ryan, T. & Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? (2011). An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage. *Computers in Human Behavior*, 27, 1658–1664.
file:///C:/Users/user/Desktop/Bestetal2014OnlineCommunicationSocialMediaandAdolescentWellbeingASystematicNarrativeReview.pdf (Πρόσβαση στις 21.2.2022)
- Ryff, C. D. & Singer, B. (2000). Interpersonal flourishing: A positive health agenda for the new millennium. *Personality and Social Psychology Review*, 4, 30–44.
file:///C:/Users/user/Desktop/Bestetal2014OnlineCommunicationSocialMediaandAdolescentWellbeingASystematicNarrativeReview.pdf (Πρόσβαση στις 08.2.2022)
- Salim, K. (2008). Culture of Social Media and Local Communities, *first ed. Al Mutanabi Publishing and Distribution House*, Qatar, p. 56.
[https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 12.1.2022)
- Salima, H. & Fayza, H. (2014). The impact of using social media on the psychological identity of secondary school students. In: Second Forum on Traditional Social Domains, 26–27 November. *University of Ouargla*, Algeria, pp. 384–391.
[https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 22.2.2022)
- Salmivalli, C., Kärnä, A. & Poskiparta, E. (2010). Development, evaluation, and diffusion of a national antibullying program, KiVa. In B. Doll, W. Pfohl, & J. Yoon (Eds.), *Handbook of youth prevention science* (pp. 238–252). *New York: Routledge*.
file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRiskFactorsforCyberbullyinginAdo.pdf (Πρόσβαση στις 22.2.2022)
- Salmivalli, C., Kärnä, A. & Poskiparta, E. (2011). Counteracting bullying in Finland: The KiVa program and its effects on different forms of being bullied. *International Journal of Behavioral Development*, 35, 405–411.
file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-

- LongitudinalRiskFactorsforCyberbullyinginAdo.pdf (Πρόσβαση στις 15.1.2022)
- Sampasa-Kanyinga, H. & Hamilton, H. A. (2015). Social networking sites and mental health problems in adolescents: The mediating role of cyberbullying victimization. *European Psychiatry*, 30(8), 1021-1027 <https://digitalcommons.library.umaine.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1323&context=honors> (Πρόσβαση στις 18.2.2022)
- Sandelowski, M. (1995). Qualitative analysis: what it is and how to begin. *Res. Nurs. Health* 18, 372–374.: [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 21.1.2022)
- Scales, P.C., Benson, P.L., & Roehlkepartain, E.C. (2011). Adolescent thriving: The role of Sparks, relationships, and empowerment. *Journal of Youth and Adolescence*, 40, 263- 277
- Seargeant, P. & Tagg, C. (2015). The language of social media: Identity and community on the internet. New York, NY: Palgrave MacMillan http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts+of+social+media+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3 (Πρόσβαση στις 22.2.2022)
- Sekaran, U. (2003). Research Methods for Business. A Skill Building Approach. *New York. Severin,*
- Selkie, E. M., Fales, J. L. & Moreno, M. A. (2016) Cyberbullying prevalence among US middle and high school–aged adolescents: A systematic review and quality assessment. *Journal of Adolescent Health*, 58(2), 125-133. <https://digitalcommons.library.umaine.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1323&context=honors> (Πρόσβαση στις 28.2.2022)
- Seunga Venus Jin Έχρη Ριού, «Το παράδοξο του Νάρκισσου και της ηχούς στη λίμνη Instagram» στο φως του Selfie πολιτισμού από την Εξελικτική Ψυχολογία του Φρόντ: Αυτοαγαπημένος και Αυτοπεποίθηση αλλά Μοναχικός, Περιοδικό

- Broadcasting & Electronic Me, τόμος 62, σελίδες 554-577
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/08838151.2018.1474881>
- Shapiro, A. L. (1999). *The control revolution: How the Internet is putting individuals in charge and changing the world we know*. New York: Public Affairs.
http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts_of_social_media_among_the_youth_on_behavior_change.pdf?sequence=3
 (Πρόσβαση στις 12.2.2022).
- Siegel, D.J. (2013). *Brainstorm: The power and purpose of the teenage brain*. New York, NY: Penguin.
- Shehata, W. & Abdeldaim, D. (2022). Social media and spreading panic among adults during the COVID-19 pandemic, Egypt, *Environmental Science and Pollution Research*, 29, 1-9 (Πρόσβαση στις 22.9.2022).
- Slonje, R. & Smith, P. K. (2008). Cyberbullying: Another main type of bullying? *Scandinavian Journal of Psychology*, 49, 147–154.
<file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRiskFactorsforCyberbullyinginAdo.pdf> (Πρόσβαση στις 18.1.2022)
- Smith, M.F. (1983). Sampling Considerations in Evaluating Cooperative Extension Programs. Florida Cooperative Extension Service Bulletin PE-1. *Institute of Food and Agricultural Sciences. University of Florida*.:
[https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 19.2.2022)
- Smith, P. K. (2011b). Bullying in schools: Thirty years of research. In C. P. Monks, & I. Coyne (Eds.), *Bullying in different contexts* (pp. 36–60). Cambridge: Cambridge university press. [file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRiskFactorsfor Cyberbullying in Ado.pdf](file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRiskFactorsfor%20Cyberbullying%20in%20Ado.pdf) (Πρόσβαση στις 15.1.2022)
- Smith, P. K., Mahdavi, J., Carvalho, M., Fisher, S., Russell, S. & Tippett, N. (2008). Cyberbullying: Its nature and impact in secondary school pupils. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 49, 376–385.

- file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-Longitudinal RiskFactorsforCyberbullyinginAdo.pdf (Πρόσβαση στις 22.2.2022)
- Sourander, A., Klomek, A. B., Ikonen, M., Lindroos, J., Luntamo, T., Koskelainen, M. & Helenius, H. (2010). Psychosocial risk factors associated with cyberbullying among adolescents: A population-based study. *Archives of General Psychiatry*, 67(7), 720–728. file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRiskFactorsforCyberbullyinginAdo.pdf (Πρόσβαση στις 18.2.2022).
- Stassen Berger, K. (2007). Update on Bullying at School: Science Forgotten? *Developmental Review*, 27(1), 90–126. file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRiskFactorsforCyberbullyinginAdo.pdf (Πρόσβαση στις 12.1.2022)
- Steers, M.N, Wickham R.E & Acitelli , L.K (2014). Seeing everyone else’s highlight reels. How Facebook usage is linked to depressive symptoms. *Journal of social and Clinical Psychology*.
- Steers,M.L.N. (2016).«Είναι περίπλοκο»: Η σχέση του facebook με την ανάγκη να ανήκει και την κατάθλιψη, Τρέχουσα γνώμη στην Ψυχολογία Τόμος 9, Σελίδες 22-26, Ιούνιος 2016, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352250X15002547?via%3Dihub>
- Stefanone, M.A., Lackaff, D. & Rosen, D. (2011). Contingencies of self-worth and social- networking-site behavior. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 14, 41–49. file:///C:/Users/user/Desktop/Bestetal2014OnlineCommunicationSocialMediaandAdolescentWellbeingASystematicNarrativeReview.pdf (Πρόσβαση στις 19.1.2022)
- Steffgen, G., König, A., Pfetsch, J. & Metzler, A. (2012). Are cyberbullies less empathic? Adolescents’ cyberbullying behavior and empathic responsiveness. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Psychology*, 14(11), 643–648. file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-

- LongitudinalRiskFactorsforCyberbullyinginAdo.pdf (Πρόσβαση στις 15.2.2022)
- Steinberg, L. (2002). *Psychosocial Development during Adolescence*, 1. McGraw-Hill Higher Education, Temple University, p. 33.: [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 11.1.2022)
- Stengård, E. & Appelqvist-Schmidlechner, K. (2010). Mental health promotion in young people — An investment for the future. : *Publications of WHO Regional Office for Europe*. file:///C:/Users/user/Desktop/Bestetal2014OnlineCommunicationSocialMedia andAdolescentWellbeingASystematicNarrativeReview.pdf (Πρόσβαση στις 22.2.2022)
- Sticca, F. Ruggieri, S. Alsaker, F. & Perren, S. (2013). Longitudinal Risk Factors for Cyberbullying in Adolescence. *Journal of Community & Applied Social Psychology* 23(1):52–67. DOI:10.1002/casp.2136
- Subrahmanyam, K., & Smahel, D. (2011). *Digital youth: The role of media in development*. New York: Springer. http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts+of+social+media+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3 (Πρόσβαση στις 02.2.2022)
- Sutton, J., Smith, P. K. & Swettenham, J. (1999). Bullying and „theory of mind “: A critique of the social skills deficit“ approach to anti-social behavior. *Social Development*, 8, 117–127. file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRisk Factorsfor Cyberbullying inAdo.pdf (Πρόσβαση στις 19.2.2022)
- Tankard, J. W. (1988). *Communication theories: Origins, methods, uses*. New York: Longman. http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts+of+social+media+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3 (Πρόσβαση στις 02.2.2022)

- Tapscott, D. (1997). *Growing up digital: The rise of the net generation*. New York: McGraw-Hill. http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts+of+social+media+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3 (Πρόσβαση στις 26.2.2022)
- Tokunaga, R. (2010). Following you home from school: A critical review and synthesis of research on cyberbullying victimization. *Computers in Human Behaviour*, 26, 277–287. [file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRisk FactorsforCyberbullying inAdo.pdf](file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRisk%20FactorsforCyberbullying%20inAdo.pdf) (Πρόσβαση στις 19.2.2022).
- Τσακάλου Ι. & Πετρική Ε.(2019). Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media) και η επιρροή στους νέους. Η περίπτωση του Facebook (πτυχιακή εργασία). Πανεπιστήμιο Πατρών
- Τσενέ, Α. (2012) Από την κρίση των ΜΜΕ στα social media . Αθήνα: Αιώρα.
- Turkle, S. (2015). *Reclaiming Conversation: The power of talk in a digital age*. New York, NY: Penguin Books.
- Turow, J., & Kavanaugh, A. L. (2003). *The wired homestead: An MIT Press sourcebook on the Internet and the family*. Cambridge, Mass: MIT Press. http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts+of+social+media+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3 (Πρόσβαση στις 22.2.2022).
- Twenge, J.M., Joiner, T.E., Rogers, M.L. & Martin, G.N. (2018) Increases in depressive symptoms, suicide-related outcomes, and suicide rates among U.S. adolescents after 2010 and links to increased new media screen time. *Clinical Psychological Science*, 6(1), 3-17. <https://digitalcommons.library.umaine.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1323&context=honor> (Πρόσβαση στις 22.1.2022)
- Twenge, J.M., Martin, G.N. & Campbell, W.K. (2017). Decreases in psychological well-being among American adolescents after 2012 and links to screen time during the rise of smartphone technology. *American Psychological Association*,

1-16.

<https://digitalcommons.library.umaine.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1323&context=honor> (Πρόσβαση στις 22.1.2022)

Underwood, M.K. (2011). *Social development: Relationships in infancy, childhood, and adolescence*. New York, NY: Guilford Press.

Vandebosch, H. & Van Cleemput, K. (2009). Cyberbullying among youngsters: Profiles of bullies and victims. *New Media & Society*, 11(8), 1349–1371. file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRiskFactorsforCyberbullyinginAdo.pdf (Πρόσβαση στις 18.1.2022)

Vanorman, A., Jarosz, B. (2016, June 9) Suicide replaces homicide as second-leading cause of death among U.S. teenagers. <https://digitalcommons.library.umaine.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1323&context=honor> (Πρόσβαση στις 21.1.2022)

Varjas, K., Talley, J., Meyers, J., Parris, L., Cutts, H. (2013). High school students' perceptions of motivations for cyberbullying: An exploratory study. *Western Journal of Emergency Medicine*, 11(3), 269-273. <https://digitalcommons.library.umaine.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1323&context=honor> (Πρόσβαση στις 19.1.2022).

Victor, M.A. (2017), *The Psychological Impact of Media on Adolescent*

Walker, H. M., Kavanagh, K., Stiller, B., Golly, A., Severson, H. H. & Feil, E. G. (1998). First Step to Success: An early intervention approach for preventing school antisocial behavior. *Journal of Emotional and Behavioral Disorders*, 6(2), 6–80. file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRiskFactorsforCyberbullyinginAdo.pdf (Πρόσβαση στις 06.2.2022)

Wallace, E. & Buil, I. (2020). Απόκρυψη Likes στο Instagram: Επιδράσεις σε αρνητικές επιπτώσεις και μοναξιά, προσωπικότητα και ατομικές διαφορές, 12 Νοεμβρίου 2020, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0191886920307005>

- Watts, D. J. (2007). The ‘new’ science of networks. *Annual Review Sociology*, 30, 243–270.
file:///C:/Users/user/Desktop/Bestetal2014OnlineCommunicationSocialMedia andAdolescentWellbeingASystematicNarrativeReview.pdf (Πρόσβαση στις 02.1.2022).
- Weinstein, E.C., & Selman, R.L. (2016). Digital stress: Adolescents’ personal accounts. *new media & society*, 18(3), 391-409.
- Welsh, B. C. & Farrington, D. P. (2007). Saving children from a life of crime: Toward a national strategy of early prevention. *Victims and Offenders*, 2, 1–20. file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRiskFactors forCyberbullying inAdo.pdf (Πρόσβαση στις 11.2.2022)
- Wiersma, W., & Jurs, S. G. (2009). Research methods in education: An introduction. *Boston: Pearson/Allyn and Bacon*.
http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/59256/Njoroge_Impacts+of+social+media+among+the+youth+on+behavior+change.pdf?sequence=3 (Πρόσβαση στις 21.1.2022)
- Willard, C. (2016). Growing up mindful: Essential practices to help children, teens, and families find balance, calm, and resilience. Boulder, CO: Instant Help Books.
- Willemse, I., Waller, G. & Süss, D. (2010). JAMES - Jugend. Aktivitäten, Medien - Erhebung Schweiz. *Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Zürich*. file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRiskFactorsfor Cyberbullying inAdo.pdf (Πρόσβαση στις 18.2.2022).
- Wong, R. Y.M., Cheung, C. M.K. & Xiao, B. (2018) Does gender matter in cyberbullying perpetration? An empirical investigation. *Computers in Human Behavior*, 79, 247-257
<https://digitalcommons.library.umaine.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1323&context=honor>
- Woolfolk, A., & Perry, N.E. (2012). *Child and adolescent development*. New Jersey: Pearson.

- Yadava, A., Sharma, N. R. & Gandhi, A. (2001). Aggression and moral disengagement. *Journal of Personality and Clinical Studies*, 17, 95–99. file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRiskFactorsforCyberbullyinginAdo.pdf (Πρόσβαση στις 18.1.2022)
- Ybarra, M. L. & Mitchell, K. J. (2004). Online aggressors/targets, aggressors, and targets: A comparison of associated Youth characteristics. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 45 (7), 1308–1316. file:///C:/Users/user/Desktop/Sticcaetal.-2013-LongitudinalRiskFactorsforCyberbullyinginAdo.pdf (Πρόσβαση στις 08.1.2022)
- Youn, S. (2009). Determinants of Online Privacy Concern and Its Influence on Privacy Protection Behaviors among Young Adolescents. *The Journal of Consumer Affairs*, 43(3), 389418. <https://www.iosrjournals.org/iosr-jnhs/papers/vol6-issue1/Version-7/K0601077075.pdf>
- Young, R., Subramanian, R., Miles, S., Hinnant, A. & Andsager, J. L. (2017). Social representation of cyberbullying and adolescent suicide: A mixed-method analysis of news stories. *Health Communication*, 32(9), 1082-1092 <https://digitalcommons.library.umaine.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1323&context=honor> (Πρόσβαση στις 08.2.2022)
- Zain Al Abdeen, F. (2013). The Impact of Social Media on Children, Adolescents and Families, Laws of O'Keefft Schragen and Kathleen Clark-Pearson. Psychology Division, *Jilali Labyes University, Bel Abbes, Algeria*, p. 2. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 09.1.2022)
- Zawana, A.I. (2015). The Degree of Using Social Networks as a Tool for Learning and Learning Among Jordanian university Students and the Achieved Satisfaction, Amman, Jordan, Master Thesis. Middle East University. [https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00432-1.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00432-1.pdf) (Πρόσβαση στις 09.2.2022)

- Zetter, K. (2008). Government's Star Witness Stumbles: MySpace Hoax was her Idea, Not Drew's. *Wired.*:
<https://digitalcommons.library.umaine.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1323&context=honors> (Πρόσβαση στις 08.2.2022)
- Zezulka, L. A. & Seigfried-Spellar, K. C. (2016). Differentiating cyberbullies and internet trolls by personality characteristics and self-esteem. *Digital Forensics, Security and Law*, 11(3), 7-26
<https://digitalcommons.library.umaine.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1323&context=honor> (Πρόσβαση στις 09.2.2022)
- Zimmerman, K.A. (2017). History of Computers: A Brief Timeline. *Live Science Contributor* <https://digitalcommons.library.umaine.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1323&context=honors> (Πρόσβαση στις 02.2.2022).
- Ζυγομαλάς, Ι.(2018), «Παρουσίαση με θέμα: "ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ WEB2"»
<https://slideplayer.gr/slide/12499119/>, Πρόσβαση στις (13 Νοεμβρίου 2020)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Ερωτηματολόγιο έρευνας

Ο αντίκτυπος των κοινωνικών δικτύων στον πανικό κατά τη διάρκεια του COVID-19

Το παρακάτω ερωτηματολόγιο αποτελεί μέρος μια έρευνας με τίτλο «Ψυχολογία και ΜΜΕ» σε συνδυασμό με τις επιρροές του COVID-19 στα Social media από τους τελειόφοιτους φοιτητές του τμήματος Επικοινωνίας και Ψηφιακών Μεσών του Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας. Απευθύνεται σε άτομα ηλικίας πάνω από 18. Τα στοιχεία του ερωτηματολογίου είναι ανώνυμα, εμπιστευτικά και τα αποτελέσματα θα χρησιμοποιηθούν μόνο για ερευνητικούς σκοπούς. Η συμβολή σας είναι ιδιαίτερα σημαντική στην επιτυχή διεξαγωγή της έρευνας. Ο εκτιμώμενος χρόνος συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου είναι πέντε λεπτά.

Σας ευχαριστούμε!



* Απαιτείται

Φύλο *

- Άνδρας
- Γυναίκα

Ηλικία *

- 18 - 24
- 25 - 34
- 35 - 44
- 45 - 54
- 55 - 64
- 64 και άνω

Μορφωτικό επίπεδο *

- Απόφοιτος Δημοτικού
- Απόφοιτος Γυμνασίου
- Απόφοιτος Γενικού Λυκείου - ΕΠΑΛ
- Απόφοιτος Πανεπιστημίου/ ΤΕΙ/ ΙΕΚ/ ΕΠΑΣ
- Μεταπτυχιακό
- Διδακτορικό
- Μεταδιδακτορικό

Επαγγελματική κατάσταση *

- Άνεργος
- Φοιτητής Πανεπιστημίου/ ΤΕΙ/ ΙΕΚ/ ΕΠΑΣ
- Ιδιωτικός Υπάλληλος
- Δημόσιος Υπάλληλος
- Ελεύθερος Επαγγελματίας
- Συνταξιούχος
- Άλλο

Οικογενειακή κατάσταση *

- Άγαμος/η
- Έγγαμος/η
- Διαζευγμένος/η
- Χήρος/α

Σε ποιο από τα παρακάτω κοινωνικά δίκτυα έχετε λογαριασμό: *

Μπορείτε να σημειώσετε περισσότερες από μία απαντήσεις

- Instagram
- Facebook
- Twitter
- YouTube
- LinkedIn
- Άλλο

Πόσο χρόνο την ημέρα αφιερώνετε σε καθένα από τα κοινωνικά δίκτυα; *

	Καθόλου	Λιγότερο από 1 ώρα	1 - 2 ώρες	3 - 5 ώρες	6 - 8 ώρες	9 - 11 ώρες	Περισσότερες από 11 ώρες
Instagram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
YouTube	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
LinkedIn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ποιες από τις πλατφόρμες μέσων κοινωνικών δικτύων χρησιμοποιείτε για να ενημερωθείτε για τον κορονοϊό; *
Μπορείτε να σημειώσετε περισσότερες από μία απαντήσεις

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Snapchat
- YouTube
- Tik Tok
- LinkedIn
- Άλλο

Ποια θέματα ειδήσεων σας ενδιαφέρουν περισσότερο; *

- Κοινωνικά νέα
- Θέματα υγείας
- Θέματα τεχνολογίας
- Οικονομικά νέα
- Πολιτικά νέα
- Πολιτιστικά νέα
- Άλλα

Πιστεύετε ότι με το να διαδίδονται νέα σχετικά με τον κορονοϊό όλο και περισσότερο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προκαλούν περισσότερο φόβο στο κόσμο;

*

Ναι

Όχι

Έχετε δημοσιεύσει περιεχόμενο που να αφορά τον κορονοϊό στα κοινωνικά δίκτυα;

*

Ναι

Όχι

Κατά την διάρκεια ανθρωπιστικών κρίσεων όπως της εξάπλωσης του κορονοϊού πιστεύετε ότι πρέπει να εγκατασταθούν "φίλτρα" στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

*

Ναι

Όχι

Πιστεύετε ότι κάνουν καλό στην ενημέρωση κάποιες σελίδες ή ομάδες στα κοινωνικά δίκτυα οι οποίες καλύπτουν πληροφορίες για τον κορονοϊό;

*

Ναι

Όχι

Ποια από τις παρακάτω πληροφορίες που δημοσιεύονται στα κοινωνικά δίκτυα πιστεύετε ότι έχει την περισσότερη επίπτωση στο να δημιουργηθεί πανικός;

*

- Fake News (ψευδείς ειδήσεις) για τον κορονοϊό
- Διάδοση του αριθμού της λοίμωξης
- Διάδοση του αριθμού των θανάτων

Για ποια από τα παρακάτω θέματα έχετε ακούσει/διαβάσει τους τελευταίους 3 μήνες του 2020 στα κοινωνικά δίκτυα; Μπορείτε να σημειώσετε περισσότερες από μία απαντήσεις

*

- Κοινωνικά
- Υγείας (σχετικά με τον κορονοϊό)
- Τεχνολογικά
- Οικονομικά
- Αθλητικά
- Πολιτικά
- Πολιτισμικά
- Άλλα