



Τ.Ε.Ι. ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ
ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΣΤΙΣ ΔΙΑΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ
ΤΩΝ ΝΕΩΝ

ΔΗΜΗΤΡΑ ΠΑΛΤΑΤΖΗ, ΑΜ5345

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: ΣΤΕΦΑΝΙΑ
ΓΙΑΝΝΑΚΑΚΗ

ΚΑΣΤΟΡΙΑ, ΙΟΥΝΙΟΣ 2024

Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΣΤΙΣ ΔΙΑΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΤΩΝ ΝΕΩΝ

Περίληψη

Η παρούσα έρευνα εξετάζει την επίδραση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ) στις διαπροσωπικές σχέσεις των νέων ηλικίας 18-24 ετών. Στόχος της έρευνας είναι να διερευνηθεί ο βαθμός χρήσης των ΜΚΔ από τους νέους, οι πιο δημοφιλείς εφαρμογές που χρησιμοποιούν, καθώς και πώς αυτή η χρήση επηρεάζει την ποιότητα και τον χαρακτήρα των διαπροσωπικών τους σχέσεων. Επιπλέον, εξετάζεται η διαφοροποίηση της επίδρασης ανάλογα με το φύλο και την προσωπικότητα των χρηστών.

Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε περιλαμβάνει τη συλλογή δεδομένων μέσω ποιοτικών ημιδομημένων συνεντεύξεων που πραγματοποιήθηκαν σε 6 άτομα. Οι συνεντεύξεις περιλάμβαναν ερωτήσεις σχετικά με τις διαπροσωπικές σχέσεις των νέων τόσο μέσω όσο και εκτός των ΜΚΔ, καθώς και ερωτήσεις μέτρησης του δημογραφικού τους προφίλ και πτυχών της προσωπικότητάς τους.

Τα αποτελέσματα της έρευνας δείχνουν ότι τα ΜΚΔ αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας των νέων, επηρεάζοντας σημαντικά τις διαπροσωπικές τους σχέσεις. Οι νέοι χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ κυρίως για επικοινωνία και ανταλλαγή πληροφοριών, με το Facebook, το Instagram και το TikTok να είναι οι πιο δημοφιλείς πλατφόρμες. Η επίδραση των ΜΚΔ στις διαπροσωπικές σχέσεις διαφοροποιείται ανάλογα με την προσωπικότητα και το φύλο των χρηστών.

Η έρευνα καταλήγει στο συμπέρασμα ότι τα ΜΚΔ, ενώ προσφέρουν νέες δυνατότητες για επικοινωνία και κοινωνικοποίηση, μπορούν να επηρεάσουν αρνητικά την αυθεντικότητα και την ποιότητα των διαπροσωπικών σχέσεων όταν η χρήση τους είναι υπερβολική. Για την αποφυγή των αρνητικών επιπτώσεων, είναι σημαντικό οι χρήστες να διατηρούν μια ισορροπία μεταξύ της διαδικτυακής και της δια ζώσης επικοινωνίας.

Λέξεις-κλειδιά: Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, διαπροσωπικές σχέσεις, νέοι, επικοινωνία, προσωπικότητα.

THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON YOUNG PEOPLE

Abstract

This research explores the impact of Social Media (SM) on the interpersonal relationships of young people aged 18-24. The aim is to investigate the extent of SM use among young people, the most popular applications they use, and how this usage affects the quality and nature of their interpersonal relationships. Additionally, the study examines how this impact varies according to gender and personality traits of the users.

The methodology involved collecting data through qualitative semi structured interviews conducted to 7 individuals. The interview included questions about the interpersonal relationships of young people both through and outside SM, as well as demographic and personality-related questions.

The results show that SM is an integral part of young people's daily lives, significantly affecting their interpersonal relationships. Young people mainly use SM for communication and information exchange, with Facebook, Instagram, and TikTok being the most popular platforms. The impact of SM on interpersonal relationships varies according to the personality and gender of the users.

The research concludes that while SM offers new opportunities for communication and socialization, it can negatively impact the authenticity and quality of interpersonal relationships when used excessively. To avoid negative effects, it is important for users to maintain a balance between online and face-to-face communication.

Keywords: Social media, interpersonal relationships, young people, communication, personality.

Περιεχόμενα

<i>Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΣΤΙΣ ΔΙΑΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΤΩΝ ΝΕΩΝ</i>	1
<i>Περίληψη</i>	1
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	3
ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ	4
ΛΙΣΤΑ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ	4
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1- ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ(ΜΚΔ)	8
1.1. ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΜΕΣΩ ΤΩΝ ΜΚΔ.....	8
1.2. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ.....	9
1.3. ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΤΟΥΣ ΙΔΙΟΤΗΤΕΣ.....	9
1.3.1. FACEBOOK.....	9
1.3.2. TWITTER.....	10
1.3.3. INSTAGRAM.....	10
1.3.4. YOUTUBE.....	10
1.3.5. PINTEREST.....	11
1.3.6. ΤΙΚ ΤΟΚ.....	11
1.3.7. LINKEDIN.....	11
1.4. ΒΑΣΙΚΕΣ ΙΔΙΟΤΗΤΕΣ ΤΩΝ ΜΚΔ.....	13
1.5. ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΜΚΔ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥΣ.....	14
1.6. ΚΙΝΗΤΡΑ, ΤΡΟΠΟΙ ΚΑΙ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΧΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΜΚΔ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΝΕΟΥΣ.....	19
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΣΤΙΣ ΔΙΑΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΤΩΝ ΝΕΩΝ	21
2.1. ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΔΙΑΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ.....	21
2.2. ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ.....	22
2.3. ΦΙΛΙΚΕΣ ΔΙΑΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ.....	24
2.4. ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑΣΗ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΧΕΣΕΩΝ ΕΚΤΟΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ.....	25
2.5. Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΣΤΙΣ ΦΙΛΙΚΕΣ ΔΙΑΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΤΩΝ ΝΕΩΝ.....	25
2.6 ΨΗΦΙΑΚΗ ΦΙΛΙΑ.....	29
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΩΝ ΜΚΔ ΣΤΙΣ ΦΙΛΙΚΕΣ ΔΙΑΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΟ ΦΥΛΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΧΡΗΣΤΩΝ	31
3.1. ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΠΟΥ ΠΑΡΑΤΗΡΟΥΝΤΑΙ ΣΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΠΟΥ ΤΑ ΜΚΔ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΙΣ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΟ ΦΥΛΟ ΤΩΝ ΧΡΗΣΤΩΝ.....	31
3.2. ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΠΟΥ ΠΑΡΑΤΗΡΟΥΝΤΑΙ ΣΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΠΟΥ ΤΑ ΜΚΔ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΙΣ ΦΙΛΙΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΗΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΧΡΗΣΤΩΝ.....	34
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 - ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	37
4.1 ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ.....	37
4.2 ΣΥΛΛΟΓΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ: ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ.....	37
4.3 ΕΠΙΛΟΓΗ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ.....	39
4.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ.....	39
4.5 ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ.....	41
4.6 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	41
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 - ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	43
5.1. 1 ^ο ΣΤΑΔΙΟ: ΑΡΧΙΚΗ ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΗ (ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΩΔΙΚΩΝ).....	43
5.2. 2 ^ο ΣΤΑΔΙΟ – ΕΣΤΙΑΣΜΕΝΗ ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΗ (ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΘΕΜΑΤΩΝ).....	51

5.2.1 Θέμα 1: Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως οργανικό κομμάτι της ζωής των νέων.....	51
5.2.2 Θέμα 2: – Η ευρεία – ωστόσο αδύναμη και επισφαλής - σύνδεση των ανθρώπων μέσω των social media και η ανάγκη αυτά να συμπληρώνουν μόνο και να μην αντικαθιστούν τις δια ζώσης επαφές.....	52
Πίνακας 3 Θέμα 2 – Η ευρεία – ωστόσο αδύναμη και επισφαλής - σύνδεση των ανθρώπων μέσω των social media και η ανάγκη αυτά να συμπληρώνουν μόνο και να μην αντικαθιστούν τις δια ζώσης επαφές.....	52
5.2.3. Θέμα 3: Ψυχολογικές διαταραχές ως αποτέλεσμα της ωραιοποιημένες εικόνας που επικοινωνούν οι νέοι.....	53
5.2.4. Θέμα 4: Διαφορές μεταξύ αντρών και γυναικών ως προς τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.....	54
5.2.5. Θέμα 5: Βασική διαφορά μεταξύ εξωστρεφών και εσωστρεφών προσωπικοτήτων ..	55
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	57
ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΕΡΕΥΝΑ.....	62
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	63
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	65

Λίστα Πινάκων

Πίνακας 1 Διαδικασία αρχικής κωδικοποίησης	43
Πίνακας 2 Θέμα 1 – Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως οργανικό κομμάτι της ζωής των νέων.....	51
Πίνακας 3 Θέμα 2 – Η ευρεία – ωστόσο αδύναμη και επισφαλής - σύνδεση των ανθρώπων μέσω των social media και η ανάγκη αυτά να συμπληρώνουν μόνο και να μην αντικαθιστούν τις δια ζώσης επαφές.....	52

Λίστα Διαγραμμάτων

Διάγραμμα 1 Το περιβάλλον των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, Πηγή: https://fredcavazza.net/2017/04/19/social-media-landscape-2017/	16
Διάγραμμα 2 Ταξινόμηση Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, Πηγή: www.milnabard.com	18

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το διαδίκτυο όσο και τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ) (social media) τον 21^ο αιώνα που διανύουμε αποτελούν ένα αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής όλων μας. Οι έφηβοι και οι νέοι ενήλικες βέβαια είναι πιο ενεργοί σε αυτόν τον κόσμο του διαδικτύου και τον γνωρίζουν καλύτερα από οποιονδήποτε άλλον. Η έρευνα αυτή πραγματοποιήθηκε για να διερευνήσουμε την χρήση που κάνουν οι νέοι ενήλικες (ηλικίας 18-24 ετών) στα Μ.Κ.Δ, τον τρόπο με τον οποίο επικοινωνούν μεταξύ τους, τις εφαρμογές που κάνουν χρήση, πώς τα ΜΚΔ επηρεάζουν την ποιότητα και τον χαρακτήρα των διαπροσωπικών τους σχέσεων, καθώς και πώς η επίδραση αυτή διαφοροποιείται ανάλογα με το φύλο και την προσωπικότητα των νέων. Τα επιμέρους ερευνητικά ερωτήματα διατυπώνονται παρακάτω:

1. Ποια είναι η έκταση της χρήσης των ΜΚΔ που κάνουν οι νέοι ενήλικες (ηλικίας 18-24 ετών); Σε ποιο βαθμό έχουν εισχωρήσει στην καθημερινότητα τους;
2. Ποιες είναι οι πιο δημοφιλείς εφαρμογές τις οποίες κάνουν χρήση;
3. Πώς τα ΜΚΔ επηρεάζουν την ποιότητα και τον χαρακτήρα των διαπροσωπικών τους σχέσεων;
4. Πώς αυτή η επίδραση διαφοροποιείται ανάλογα με το φύλο και την προσωπικότητα των νέων αυτών (π.χ. εσωστρεφείς ή εξωστρεφείς προσωπικότητες, κ.λπ.);

Πολλοί είναι οι λόγοι για τους οποίους το παραπάνω θέμα αποκτά ενδιαφέρον. Υπάρχει ήδη ένας μεγάλος αριθμός ΜΚΔ που συνεχώς αυξάνεται και καθώς παρέχουν παρόμοιες ή πρωτότυπες υπηρεσίες, καταφέρνουν να προσελκύουν όλο και μεγαλύτερο αριθμό χρηστών όχι μόνο εφήβων αλλά και ατόμων όλων των ηλικιών. Αυτό το γεγονός έχει αλλάξει δραστικά την έννοια της επικοινωνίας σε διαπροσωπικό επίπεδο, αλλά και σε άλλα, όπως σε επαγγελματικό. Ελκυστικό στοιχείο τους είναι και ο χαρακτήρας τους που συνεχώς ανανεώνεται, που ξεπερνούν τοπικούς περιορισμούς, που δίνουν τη δυνατότητα ενημέρωσης, καταγραφής, αναμετάδοσης πληροφοριών που εμπίπτουν στην αντίληψη και οπτική του καθενός. Επίσης, η ανταλλαγή και η προώθηση ιδεών και απόψεων γίνεται με άμεσο τρόπο που επιταχύνει τη ζύμωσή τους και τον γενικότερο προβληματισμό. Εξάλλου παρέχεται και η δυνατότητα σχολιασμού και αξιολόγησης ποικίλων θεμάτων όπως κοινωνικών, πολιτικών κ.ά. και εξίσου αποτελούν βήμα διαμαρτυρίας και εναντίωσης σε

επίκαιρα θέματα. Παράλληλα με τα ΜΚΔ ενισχύεται η έκφραση συναισθημάτων χωρίς τις συστολές και τους δισταγμούς που δημιουργεί η δια ζώσης επικοινωνία. Τέλος δεν μπορούμε να παραβλέψουμε ότι είναι και μια μορφή ψυχαγωγίας χωρίς ιδιαίτερη οικονομική επιβάρυνση.

Ο κύριος σκοπός της συγκεκριμένης έρευνας είναι η μελέτη της χρήσης των ΜΚΔ και πώς αυτή επηρεάζει τις διαπροσωπικές σχέσεις των νέων ηλικίας 18 έως 24 ετών. Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε περιλαμβάνει τη συλλογή δεδομένων μέσω ποιοτικών ημιδομημένων συνεντεύξεων που πραγματοποιήθηκαν σε 6 άτομα. Οι συνεντεύξεις περιλάμβαναν ερωτήσεις σχετικά με τις διαπροσωπικές σχέσεις των νέων τόσο μέσω όσο και εκτός των ΜΚΔ, καθώς και ερωτήσεις μέτρησης του δημογραφικού τους προφίλ και πτυχών της προσωπικότητάς τους.

Οι ερωτώμενοι απάντησαν ανώνυμα σε ερωτήσεις που αφορούσαν τις διαπροσωπικές σχέσεις που είχαν με τους συνομήλικούς τους, τόσο διαμέσου, όσο και εκτός, των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, τον τρόπο χρήσης αυτών, καθώς επίσης και σε ερωτήσεις μέτρησης του δημογραφικού τους προφίλ και πτυχών της προσωπικότητάς τους.

Η εργασία αυτή δύναται να συμβάλλει στην πρόκληση νέας γνώσης όσον αφορά το κατά πόσο τα ΜΚΔ έχουν αλλάξει δραστικά την έννοια της επικοινωνίας κυρίως σε διαπροσωπικό επίπεδο και να καταδείξει πόσο ο ελκυστικός χαρακτήρας τους οδηγεί σε συνεχή χρήση για ενημέρωση, αναμετάδοση και προώθηση απόψεων, διαμοιρασμό εμπειριών και λύσεων σε διάφορα θέματα, καθώς και διαμαρτυρίας σε κάποια άλλα. Εξετάζεται, επίσης μέσω της έρευνας, πόσο πιο εύκολα ή και γνήσια εκφράζονται τα συναισθήματα από ό,τι στην κατά πρόσωπο επαφή και τέλος, πώς, ιδιαίτερα στην εποχή μας που υπάρχουν οικονομικά προβλήματα, είναι αυτά τα μέσα προσφιλή, καθώς παρέχουν ανέξοδη ψυχαγωγία.

Η παρούσα εργασία περιλαμβάνει έξι κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο περιγράφεται η εξέλιξη της επικοινωνίας με την πάροδο του χρόνου και ο κυρίαρχος ρόλος του διαδικτύου. Περιγράφονται επίσης τα κυριότερα ΜΚΔ, καθώς και οι τρόποι που τα χρησιμοποιούν οι νέοι. Το δεύτερο κεφάλαιο επικεντρώνεται στις φιλικές διαπροσωπικές σχέσεις των νέων και πώς αυτές αναπτύσσονται εντός και εκτός διαδικτύου. Στο τρίτο κεφάλαιο του θεωρητικού μέρους γίνεται αναφορά στην διαφοροποιημένη επίδραση που έχουν τα ΜΚΔ στις διαπροσωπικές σχέσεις των νέων ανάλογα με το φύλο και την προσωπικότητα αυτών. Το τέταρτο κεφάλαιο αφορά τη μεθοδολογία. Παρουσιάζεται ο σκοπός της έρευνας, τα ερευνητικά ερωτήματα, η μέθοδος συλλογής των δεδομένων, οι συμμετέχοντες, ο τρόπος που

αναλύθηκαν τα δεδομένα, καθώς και ζητήματα ερευνητικής δεοντολογίας. Ακολουθεί το πέμπτο κεφάλαιο με την παρουσίαση των αποτελεσμάτων, και έπεται το έκτο κεφάλαιο όπου γίνεται συζήτηση των ερευνητικών αποτελεσμάτων που προέκυψαν.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1- Επικοινωνία και Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης(ΜΚΔ)

1.1. Εξέλιξη της επικοινωνίας μέσω των ΜΚΔ

Η ανθρώπινη επικοινωνία και η αλληλεπίδραση διενεργείται σήμερα και με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Μια σειρά από δραστηριότητες όπως συζήτηση, σχολιασμός ειδήσεων, διακίνηση αρχείων, μουσικής, φωτογραφιών κ.λπ. γίνεται μέσω αυτών. Αυτό επιτρέπει στους χρήστες να απολαμβάνουν πολλές υπηρεσίες επικοινωνίας και διάδρασης (Kaplan&Haenlein, 2010).

Στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης υπάρχει συνεχής αλλαγή και εξέλιξη σε τομείς όπως ο οικονομικός, ο πολιτικός και ο ψυχαγωγικός, ενώ ενημερώνουν και διευκολύνουν την καθημερινότητα και επιλύουν προβλήματα. Δεν αμφιβάλλει κανείς για τη συχνότητα χρήσης που έχουν προσλάβει και είναι λίγοι αυτοί που δεν τα έχουν βάλει καθόλου στη ζωή τους. Διευκολύνουν αναμφίβολα την καθημερινότητα του καθενός αλλά συγχρόνως την κάνουν και πιο περίπλοκη. Η βελτίωση της ποιότητας της καθημερινότητας του ανθρώπου από τη χρήση του διαδικτύου μπορεί να συμβαίνει στην εποχή μας αλλά βέβαια όχι σε απόλυτο βαθμό καθώς και στο παρελθόν τα άτομα ήταν επίσης κοινωνικά χωρίς την παρουσία του(Zin&Reese, 2005). Ο τόσο δημοφιλής χαρακτήρας των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αναφαίνεται και στο γεγονός ότι ικανοποιεί την έμφυτη ανάγκη του ανθρώπου για επικοινωνία καθώς αυτός θεωρείται φύσει κοινωνικό ον. Τώρα, τα μέσα αυτά του ανοίγουν διάπλατα τον δρόμο για αυτή την επικοινωνία και όσο κι αν αυτός ο τρόπος είναι διαφορετικός από άλλες εποχές τείνει να γίνεται ολοένα και πιο ρεαλιστικός (Brandtzaeg& Heim,2009) .

Τα παραδοσιακά μέσα μαζικής επικοινωνίας όπως εφημερίδα, τηλεόραση, ραδιόφωνο, είχαν πετύχει το στόχο τους: την επικοινωνία και την προμήθεια πληροφοριών σε ένα ευρύ κοινό σε μορφή ακουστική και οπτική. Το διαδίκτυο έρχεται στη συνέχεια να γίνει το κοινωνικό δίκτυο που πέτυχε να ενώσει ανθρώπους καταργώντας τις αποστάσεις, καθώς πέρα από την παροχή πληροφοριών δίνει και τη δυνατότητα οι χρήστες του να διαμοιράζονται τις απόψεις τους. Όσο αυτό εξελίσσεται, όπως με την εμφάνιση του Web 2, η διαδραστικότητα και η αλληλεπίδραση των μέσων είναι πια η νέα πραγματικότητα (Maness, 2006).

1.2. Ιστορική εξέλιξη του διαδικτύου

Στη δεκαετία του 1970 θα αναζητήσουμε το ξεκίνημα του διαδικτύου και φτάνοντας μέχρι σήμερα αυτό καταμετρά 2,2 δισεκατομμύρια χρήστες παγκοσμίως. Το παραπάνω στοιχείο καταδεικνύει τον μεγάλο βαθμό ενσωμάτωσής του μέσα στην καθημερινότητά μας. Βέβαια, τα τελευταία χρόνια, οι αλλαγές στη δομή του και τις εφαρμογές του και ειδικότερα μετά την εμφάνιση και διάδοση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης είναι εντυπωσιακές. Κυριότερα «αγαθά» του αποτελούν η επικοινωνία και ο διαμοιρασμός πληροφοριών είτε σε πραγματικό χρόνο είτε ασύγχρονα, καθώς και η κοινή χρήση των πόρων μεταξύ των υπολογιστών. Πέρα από αυτές τις επιτυχίες, η επιτυχία του Web 2.0 βρίσκεται στην εξειδικευμένη βάση δεδομένων που δίνει τη δυνατότητα να ανανεώνεται σε κάθε αλλαγή, διατηρώντας συνδέσμους που ανήκουν σε άλλες εφαρμογές και είναι εξειδικευμένες σε αντίστοιχο περιεχόμενο (Κούρτη, 2003).

Από το 1970, όπως αναφέρθηκε, εντοπίζεται η αρχή της ιστορίας του διαδικτύου και καταγράφεται η εξέλιξή του που είναι ραγδαία ώστε να έχουν διαμορφωθεί πολλά διαφορετικά μέσα κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιούνται ως εργαλείο για γρήγορη ενημέρωση, για διάδοση μιας είδησης, ακόμη και για έκφραση συναισθημάτων, απόψεων και σκέψεων (Anson&Samala, 2012).

1.3. Ορισμός των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης και οι βασικές τους ιδιότητες.

Το εύρος που έχουν πάρει τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τείνει συνεχώς να μεγαλώνει. Παρακάτω θα παρουσιαστούν μερικά από τα πιο δημοφιλή Μ.Κ.Δ. και θα γίνει αναφορά στα διαφορετικά χαρακτηριστικά που έχει το καθένα. Η επικοινωνία και η αλληλεπίδραση των ανθρώπων είναι το βασικό τους χαρακτηριστικό (ENTRE.GR, 2022).

1.3.1. FACEBOOK

Πολυπληθής θα μπορούσε να χαρακτηριστεί η γκάμα των διαδικτυακών κοινωνικών δικτύων. Ο MarkZuckerberg, μέλος του πανεπιστημίου Harvard, είναι ο ιδρυτής του Facebook, το 2004, δίνοντας την πρόσβαση σε αυτό αρχικά μόνο στους 12 φοιτητές του. Δύο χρόνια μετά, πρόσβαση σε αυτό αποκτά κάθε άτομο άνω των 13 ετών χωρίς άλλο όριο ηλικίας. Σήμερα οι μηνιαίως ενεργοί χρήστες του είναι πάνω από 1 δισεκατομμύριο και περιεχόμενο επικοινωνίας αποτελούν κυρίως προσωπικές πληροφορίες, νέα δηλαδή φίλων και γνωστών (Ellison, et al,2007). Σε προσωπική σελίδα, κάθε χρήστης αναγράφει

πληροφορίες τύπου ταυτότητας (ή και περισσότερες) και μπαίνει σε μια διαδικασία (ανάλογα με την επιθυμία του) να τις ανανεώνει, να τις εμπλουτίζει, ενώ όσοι έχουν επιλεγεί από τον ίδιο, αντιδρούν με τη επισήμανση like. Φωτογραφίες, βίντεο, φωνητικά μηνύματα, κλήσεις και βιντεοκλήσεις είναι το περιεχόμενο που ανταλλάσσεται. Πέρα από την παραπάνω προσωπική χρήση, το χρησιμοποιούν και εταιρείες για την προώθηση και διαφήμιση των προϊόντων τους. (Philips, 2007). Όλες οι παραπάνω δυνατότητες του Facebook και η λειτουργικότητά του το έχουν κάνει από τα πιο επιτυχή και χρήσιμα μέσα για πάνω από 15 χρόνια (Ellison, etal., 2007).

1.3.2. TWITTER

Άλλη εφαρμογή κοινωνικής δικτύωσης, στη δεύτερη θέση μετά το Facebook, που λειτουργεί από το 2006, με δημιουργό τον JackDorsey, είναι το Twitter. Η διαφορά του έγκειται στο χαρακτηριστικό του που είναι οι δημοσιεύσεις του, τα tweets, με μόνο 280 χαρακτήρες, που αποσκοπούν στην σύντομη και γρήγορη ενημέρωση μετά από μια εξίσου γρήγορη αστραπιαία ανάγνωση. Διαβάζονται από όλους, αλλά μόνο οι χρήστες του έχουν τη δυνατότητα δημοσίευσης (Waters, 2013). Είναι χαρακτηριστικό ότι οτιδήποτε συμβαίνει αναρτάται πρώτα (και μάλιστα σε κατηγορίες) στο twitter κι έπειτα σε οποιαδήποτε άλλη πλατφόρμα, με χρήση των hashtags. Αυτό το μέσο έχει πάνω από 300 εκατομμύρια ενεργούς χρήστες, κυρίως άτομα δημόσιας ζωής (Σιδέρη, 2011).

1.3.3. INSTAGRAM

Μια από τις πιο δημοφιλείς εφαρμογές κοινωνικής δικτύωσης είναι το Instagram. Κύριο χαρακτηριστικό έχει τις φωτογραφίες και τα βίντεο. Δημιουργείται το 2010 από τους KevinSystrom και MikeKrieger και απέκτησε σχεδόν αυτόματα πολλούς χρήστες. Η λήψη, ο διαμοιρασμός και η επεξεργασία φωτογραφιών αρχικά μόνο για iOS συσκευές ήταν οι αρχικές δυνατότητες και αργότερα προστέθηκε και η λειτουργία βίντεο, καθώς και η έκδοση για Android. Κυρίως, όμως, τα φίλτρα και τα εργαλεία που διαθέτει για την επεξεργασία φωτογραφιών και βίντεο έκαναν την εφαρμογή δημοφιλή. Η εφαρμογή αυτή δίνει τη δυνατότητα για ιδιωτικό (κλειστό) λογαριασμό ή δημόσιο (ανοιχτό) λογαριασμό-προφίλ, ενώ τελευταία διατίθεται και η δυνατότητα ενός επαγγελματικού προφίλ για την προώθηση φωτογραφιών, προϊόντων, καταστημάτων, εταιρειών και επιχειρήσεων (Κάβουρα, 2016).

1.3.4. YOUTUBE

Ιστότοπο αυτοέκφρασης από το 2006, αποτελεί το Youtube, με δυνατότητα διαμοιρασμού και αναπαραγωγής, τόσο βίντεο, όσο και ταινιών με μεγάλη επισκεψιμότητα σε καθημερινή

βάση. Με χρήση της τεχνολογίας της Adobe Flash Video αναπαράγει βίντεο κλιπς, μουσική, ταινίες ερασιτεχνικού ή επαγγελματικού περιεχομένου. Έχει κυρίως ιδιωτικό χαρακτήρα, αλλά διάφορα μέσα μαζικής ενημέρωσης και επιχειρήσεις επίσης το χρησιμοποιούν και παρέχει τη δυνατότητα σχολιασμού με like / dislike του ανεβασμένου υλικού από τους εγγεγραμμένους χρήστες του. Η έντονη δημοτικότητά του παράλληλα οδήγησε σε μια επιπλέον χρήση στο χώρο του marketing, από τις επιχειρήσεις για διαφήμιση των προϊόντων τους (www.socialmedialife.gr, 2014).

1.3.5. PINTEREST

Με εικόνες (στατικές και κινούμενες) να κυριαρχούν, αλλά και βίντεο, διεκδικεί τον δικό του χώρο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης το Pinterest. Η θεματολογία του σχετίζεται με την μόδα, την ομορφιά, την μαγειρική, τον γάμο και γενικότερα ιδέες του lifestyle και γι' αυτό προτιμάται, κυρίως, από τις γυναίκες, χωρίς όμως να αποκλείονται και θέματα ανδρικού ενδιαφέροντος, όπως μηχανές και αυτοκίνητα. Στηρίζεται στη δημιουργία –οργάνωση θεματικών φακέλων, κάνοντας ο χρήστης «pin» στο αντίστοιχο υλικό, με τη δυνατότητα προσωπικής ανάρτησης, αναδημοσίευσης και διαμοιρασμού των θεματικών φακέλων άλλων χρηστών (www.socialmedialife.gr, 2014).

1.3.6. TIK TOK

Μια ανερχόμενη πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης είναι το TikTok που συνδυάζει μουσική και δημιουργία βίντεο, με μεγαλύτερη διάρκεια αυτή των τριών (3) λεπτών. Το βασικό του χαρακτηριστικό, που είναι η μουσική, διαφαίνεται και από την πρώτη του ονομασία «Musical.ly». Από το 2018 σημειώνει όλο και μεγαλύτερο αριθμό λήψεων, δίνει τη δυνατότητα παρακολούθησης από όλους και μπορεί κάποιος να γίνει γνωστός μέσω αυτής της πλατφόρμας. Δημιουργούνται βίντεο με τη τεχνική lip-syncing (συγχρονισμός χειλιών) με τα λόγια ενός τραγουδιού, χορογραφίες, παρωδίες κ.ά. Τελευταία, λόγω της μεταδοτικότητάς του και της προβολής του, αν και ξεκίνησε με περιεχόμενο κυρίως μουσικοχορευτικό, σήμερα αποτελεί και βήμα έκφρασης σκέψεων και προβληματισμών (<https://ti-einai.gr/tik-tok/>).

1.3.7. LINKEDIN

Μόνο για επαγγελματίες - περίπου 300 εκατομμύρια σε πάνω από 200 χώρες είναι ο επιτυχημένος ιστότοπος LinkedIn, που ξεκίνησε το 2003 από τον ReidHoffmann. Στοχεύει στη διασύνδεση επαγγελματιών κυρίως σε θέματα καριέρας. Το μέσο αυτό εστιάζει τη θεματική του σε επαγγελματικά θέματα, όπως αναζήτηση εργασίας, η δημιουργία

πελατολογίου ή η ανταλλαγή γνώσεων και εμπειρίας μεταξύ των επαγγελματιών. Καθώς επιλέγεται για μια τέτοια επαγγελματική χρήση, ο χρήστης του δημιουργώντας το προφίλ του αναρτά πληροφορίες επαγγελματικού μόνο περιεχομένου (σπουδές, επαγγελματικές δεξιότητες, προϋπηρεσία). Οι παραπάνω παροχές διατίθενται δωρεάν και χρεώνονται μόνο η προβολή επιχειρήσεων και οι αγγελίες θέσεων εργασίας (Μπατσακίδης, 2011).

Σε όλους τους τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας έχουν εισβάλλει σήμερα τα διάφορα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και αξιοποιούνται σε προσωπικό και κοινωνικό επίπεδο. Η πολιτική, η εκπαίδευση, η επιστήμη, η οικονομία, ο επαγγελματικός χώρος, στηρίζονται κατά ένα μεγάλο μέρος σε αυτά. Έχουν γίνει λοιπόν, αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητάς μας. Η πολιτική σκηνή έχει αποδεχθεί την επίδρασή τους, η χρήση τους από τους πολιτικούς είναι αυτονόητη και απαραίτητη ως μέσο άμεσης επικοινωνίας και ενημέρωσης των πολιτών και επηρεασμού τους (Παπαχαρίση, 2014). Δημοφιλή σε αυτό τον χώρο της πολιτικής είναι το Facebook και το Twitter.

Τα ΜΚΔ παρέχουν την ελευθερία έκφρασης σε όλους και τη δυνατότητα να ακουστούν από όλους. Οι πολιτικοί, έχοντας ήδη εξασφαλίσει ένα κοινό μεγαλύτερης ηλικίας, με τη χρήση των μέσων αυτών κερδίζουν και τη νεολαία, καθώς αυτή είναι κυρίως εξοικειωμένη περισσότερο με αυτά (Παπαχαρίση, 2014). Στην εκπαίδευση επίσης, παρέχονται εύχρηστα τόσο σε εκπαιδευτικούς όσο και σε εκπαιδευόμενους, δημιουργούν αλληλεπίδραση μεταξύ τους και συνεργατικό κλίμα. Εξάλλου αποτέλεσαν μοναδική λύση για την διεξαγωγή της εκπαιδευτικής διαδικασίας κατά την περίοδο της πανδημίας του Covid-19. Στον ίδιο τομέα, αυτόν της εκπαίδευσης, έκανε δυνατή την πρόσβαση σε ιδρύματα, όπως βιβλιοθήκες παγκόσμιου φήμης, καταργώντας τις αποστάσεις και δίνοντας την ευκαιρία άντλησης πληροφοριών, πράγμα που σε άλλες εποχές θα ήταν αδύνατον (Zhang, 2010).

Η οικονομία βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στη δυνατότητα που παρέχουν αυτά τα μέσα για προώθηση και διαφήμιση κάθε είδους προϊόντων. Κάθε επιχείρηση τα χρησιμοποιεί, αποκτώντας αναγνωρισιμότητα και οδηγείται στη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών με αυτήν την αλληλεπίδραση με το κοινό (Asaad, Gomez, 2011). Τα διαπιστωμένα πολλά οφέλη στις επιχειρήσεις από τη χρήση τους οδήγησαν στην ενταντικοποίηση αυτής της χρήσης, καθώς διαπιστώθηκε η μεγάλη επιρροή τους. Έτσι αποτέλεσαν ένα εργαλείο για το marketing και σε συνεργασία με κάποια άτομα, τους λεγόμενους «influencers», που προωθούν πολλά από αυτά τα προϊόντα, τα παραπάνω οφέλη πολλαπλασιάζονται (Safko & Brake, 2009).

1.4. Βασικές ιδιότητες των ΜΚΔ

Ο Mayfield (2008) αναφέρει τα χαρακτηριστικά στοιχεία των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης. Αρχικά είναι η Συμμετοχή (Participation) η οποία ενθαρρύνει τη συνεισφορά και τα σχόλια των ενδιαφερόμενων. Η συμμετοχή των χρηστών δεν είναι πάντοτε ευδιάκριτη μεταξύ των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης και του κοινού. Η Διαφάνεια (Openness), αποτελεί ένα άλλο χαρακτηριστικό που σημαίνει ότι οι περισσότερες υπηρεσίες των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης δίνουν τη δυνατότητα ανατροφοδότησης και συμμετοχής, ενώ σπάνια εμποδίζουν την πρόσβαση και τη χρήση του περιεχομένου. Τρίτο βασικό χαρακτηριστικό των ΜΚΔ είναι η Συνομιλία (Conversation), δηλαδή η δυνατότητα να επικοινωνεί κανείς με διπλή κατεύθυνση, δυνατότητα που δεν παρέχουν τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης που αφορούν μόνο τη μετάδοση (broadcasting) ενός περιεχομένου σε ένα ακροατήριο. Η Κοινότητα (Community) είναι επίσης βασικό τους χαρακτηριστικό που σημαίνει την εύκολη και άμεση δημιουργία κοινοτήτων που έχουν κοινά και μοιράζονται ενδιαφέροντα, όπως την αγάπη τους για ένα συγκεκριμένο θέμα. Τέλος, η Συνεκτικότητα (Connectedness), μέσω της οποίας τα περισσότερα είδη των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης έχουν τη δυνατότητα να συνδέονται με άλλες ιστοσελίδες, πόρους και ανθρώπους ολοκληρώνει αυτά τα χαρακτηριστικά των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης.

Η πρόσφατη διάδοση των διαδικτυακών κοινωνικών δικτύων έφερε μια από τις μεγαλύτερες αλλαγές στη ζωή των ανθρώπων και στον τρόπο που αυτοί αλληλεπιδρούν. Με την ταχεία ανάπτυξη διαδικτυακών πλατφορμών διευκολύνθηκε η κοινωνικότητα και τροποποιήθηκε ιδιαίτερα η φύση των ανθρώπινων δραστηριοτήτων (Rishi et al., 2017). Οι κοινωνικές σχέσεις διαμορφώνονται πια σε έναν εικονικό κόσμο και σε απευθείας σύνδεση, οι άνθρωποι μοιράζονται ευρέως και εξαιρετικά γρήγορα πολλά πράγματα όπως πληροφόρηση, ψυχαγωγία, διασκέδαση και διάλογο (Fui-Hoon Nah & Tan, 2016). Με τη χρήση των τεχνολογικών επικοινωνιακών εφαρμογών το άτομο επωφελείται και ως καταναλωτής. Αποδέχεται την προσφορά μιας σειράς παροχών, όπως το να έχει εύκολη πρόσβαση στην πληροφορία, να επιλέγει προϊόντα από μια ευρεία γκάμα και να ανταγωνίζεται σε τιμολόγηση και μείωση της τιμής (Tarnanidis et al., 2017). Παρέχεται, τέλος, από τη διαδικτυακή κοινωνική δικτύωση στον καταναλωτή η δυνατότητα να επικοινωνεί πιο ενεργά και να αναζητά απόψεις άλλων για κάποια προϊόντα.

1.5. Κατηγορίες ΜΚΔ και συγκριτική παρουσίαση τους

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης εμφανίζονται σε διάφορες μορφές και οδηγούν στην κοινωνική διάδραση των ανθρώπων που μέσω αυτών δημιουργούν και μοιράζονται πληροφορίες και ιδέες σε εικονικές κοινότητες και δίκτυα. Επειδή είναι μεγάλος ο αριθμός των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης που μπορεί κανείς να συναντήσει σήμερα, επιχειρήθηκε μια κατηγοριοποίησή τους από διάφορους ερευνητές, οι οποίοι, όμως, χρησιμοποιούν διαφορετική, ο καθένας, βάση για αυτή την κατηγοριοποίηση. Οι Kaplan και Haenlein (2010), έδωσαν τον πιο διαδεδομένο και ευρέως αποδεκτό από την επιστημονική κοινότητα ορισμό, σύμφωνα με τον οποίο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ένα σύνολο εφαρμογών που βασίζονται στην ιδεολογική και τεχνολογική βάση της Web2.0 εποχής και δίνουν τη δυνατότητα δημιουργίας και ανταλλαγής υλικού μεταξύ των χρηστών. Προκύπτουν, από τη διάκριση που έκαναν, έξι βασικές κατηγορίες Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, οι οποίες αναφέρονται και αναλύονται παρακάτω:

1. Τα **προϊόντα συνεργασίας** χαρακτηρίζονται ως δημοκρατικός τύπος κοινωνικών δικτύων. Ο χαρακτηρισμός αυτός αποδίδεται γιατί παρέχουν τη δυνατότητα στους χρήστες να δημιουργούν, να προσθέτουν, αλλά και να διαγράφουν στοιχεία περιεχομένου σε τέτοιου είδους διαδικτυακές πλατφόρμες. Αυτά τα προϊόντα συνεργασίας έχουν ως βασικό χαρακτηριστικό την κοινή συναίνεση στη δημιουργία περιεχομένου από περισσότερους χρήστες.
2. Τα **Ιστολόγια (Blogs)** που αντιπροσωπεύουν την παλαιότερη μορφή των ΜΚΔ (OECD, 2007) αποτελούν μια μορφή διαδικτυακού περιοδικού (Lindmark, 2009) όπου καταχωρίζονται συχνά απόψεις, πληροφορίες ή προσωπικές καταχωρίσεις ημερολογίου δημιουργημένες από τον χρήστη, με σκοπό να γνωστοποιηθούν σε πολλούς. Τα ιστολόγια τα διαχειρίζεται συνήθως ένα άτομο, αλλά μπορούν να αλληλοεπιδρούν με άλλους που κάνουν παρατηρήσεις (Kaplan&Haenlein, 2009). Δημοφιλέστερα είναι το Blogger και το Twitter. Αυτό το τελευταίο ανήκει στα microblogging, με το μέγεθος του περιεχομένου του να είναι πολύ μικρότερο από ένα παραδοσιακό ιστολόγιο.
3. Οι **Κοινότητες περιεχομένου (Contentcommunities)** στοχεύουν στη δημιουργία και την ανταλλαγή περιεχομένου με ήχο, εικόνα ή βίντεο και ο χρήστης μπορεί να τα σχολιάσει χωρίς να είναι υποχρεωτικό να δημιουργήσει κάποιο προφίλ (Kaplan&Haenlein, 2010). Τα πιο δημοφιλή μέσα αυτής της κατηγορίας είναι το YouTube, που έχει τη δυνατότητα διαμοιρασμού βίντεο, τα Flickr και Pinterest με

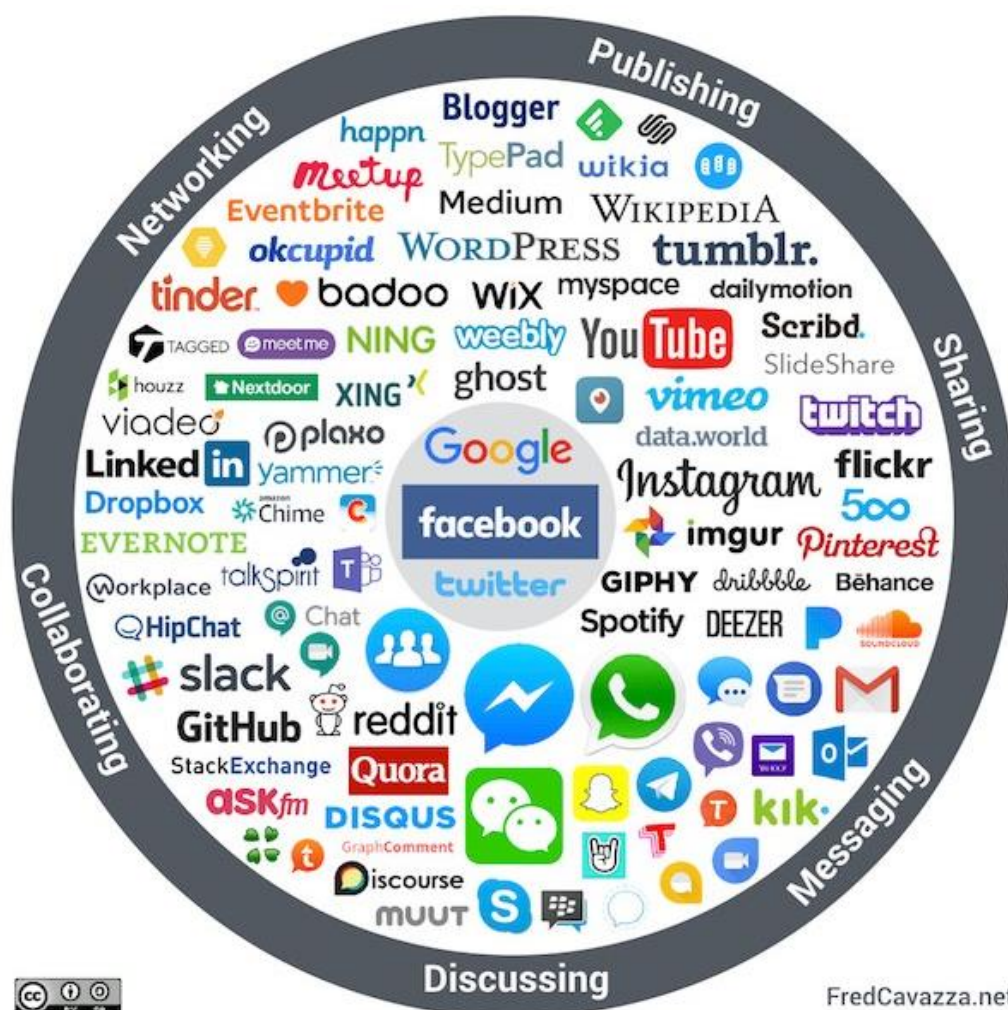
διαμοιρασμό φωτογραφιών και το slideshare με περιεχόμενο παρουσιάσεις powerpoint.

4. Οι **Ιστοσελίδες Κοινωνικής Δικτύωσης** (social networking sites) επιτρέπουν στον χρήστη να σχηματίσει online κοινότητες και να μοιραστεί περιεχόμενο UserGeneratedContent μέσα σε αυτές. Είναι εικονικές κοινότητες που επιτρέπουν στον χρήστη να αλληλοεπιδρά με φίλους ή να συμμετέχει σε ομάδες κοινών ενδιαφερόντων, δημιουργώντας αρχικά ένα προφίλ με προσωπικές πληροφορίες (Murray&Weller, 2007; Dogruer et al., 2011). Πλέον δημοφιλείς ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης είναι το Facebook και το MySpace που αποτελούν την πιο διαδεδομένη μορφή των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης. Οι σελίδες Classmates.com και SixDegrees.com αποτελούν τις πρώτες επίσημες ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, οι οποίες εμφανίστηκαν το 1995 και το 1997 αντίστοιχα (Boyd&Ellison, 2008).
5. Οι **Εικονικοί κόσμοι** (virtual worlds) είναι πλατφόρμες που αναπαράγουν ένα τρισδιάστατο περιβάλλον. Σε αυτό το περιβάλλον μπορούν να εμφανιστούν οι χρήστες με μορφή εξατομικευμένων ειδώλων και να αλληλοεπιδρούν ο ένας με τον άλλον, όπως θα γινόταν και στην πραγματική τους ζωή. Παρέχεται από αυτούς τους εικονικούς κόσμους το υψηλότερο επίπεδο κοινωνικής παρουσίας σε σχέση με τα άλλα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, μέσα από εξαιρετικά εξελιγμένες τεχνολογικές δυνατότητες (Kaplan&Haenlein, 2010) και διακρίνονται σε δυο μεγάλες κατηγορίες. Η πρώτη είναι τα παιχνίδια εικονικής πραγματικότητας (virtualgamesworld) όπως το World of Warcraft και η δεύτερη είναι οι εικονικοί κοινωνικοί κόσμοι, όπως το SecondLife, όπου σύμφωνα με έρευνες, οι συμπεριφορές και οι ενέργειες των χρηστών δίνουν μια εικόνα της πραγματικής τους ζωής (Kaplan&Haenlein, 2009).
6. Τα **παιχνίδια εικονικής πραγματικότητας**, μέρος κι αυτά των κοινωνικών δικτύων, παρέχουν τη δυνατότητα στους χρήστες τους να αλληλοεπιδρούν σε έναν εικονικό τρισδιάστατο κόσμο με άλλους χρήστες, με προϋπόθεση όλοι να χρησιμοποιούν την ίδια εφαρμογή. Μάλιστα έγιναν ευρέως γνωστά, αυτά τα παιχνίδια, μετά την εμφάνιση διαφόρων κονσόλων (PlayStation, Xbox) και αυτό οδήγησε στην αλληλεπίδραση μεταξύ των χρηστών.

Άλλη κατηγοριοποίηση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, πιο περιεκτική, προτάθηκε από την Zhang (2010) σύμφωνα με την οποία τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης διακρίνονται στις παρακάτω βασικές κατηγορίες:

- Κοινωνικά δίκτυα ή σελίδες κοινωνικής δικτύωσης (Social networks): Facebook, Twitter,
- Μέσα κοινωνικής σελιδοσήμανσης (socialbookmarking) : Digg, Delicious,
- Ιστοσελίδεςσυνεργατικήςσυγγραφής (collaborativeauthoring):Wikipedia, Google Docs
- Ιστοσελίδες ανταλλαγής πολυμέσων (multimediasharing): YouTube, Flickr.
- Ιστολόγια (blogs- microblogging): Blogger, Word Press, Twitter.
- Διαδικτυακέςτηλεδιασκέψεις (Web conferencing):WebEx, GoToMeeting, DimDim.

Τέλος, ο Cavazza (2017) παρομοιάζει τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης με πλούσιο οικοσύστημα, με αέναη εξέλιξη και τοποθετεί στο επίκεντρο της κατηγορίας το Facebook μαζί με τοGoogle, λόγω της τεράστιας αναγνωρισιμότητάςτους , ενώ τα υπόλοιπα τα διακρίνει σε επτά κατηγορίες.



Διάγραμμα 1 Το περιβάλλον των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, Πηγη: <https://fredcavazza.net/2017/04/19/social-media-landscape-2017/>

→ Δημοσιεύσεις (Publishing) με περιεχόμενο blogs (WordPress, Typepad, Blogger, Overblog), microblogs (Twitter), κοινωνικές υπηρεσίες (FriendFeed, Tumblr, Posterous) και τα wikis (Wikipedia, Wikia, Wetpaint).

→ Διαμοιρασμός (Sharing) με περιεχόμενο υπηρεσίες που επιτρέπουν διαμοιρασμό βίντεο (YouTube, Dailymotion, Vimeo), φωτογραφιών (Flickr, Picasa, Instagram), συνδέσμων (Delicious, Digg), μουσικής (Last, iLike, Spotify, Deezer) ή εγγράφων (SlideShare, Scribb).

→ Συζήτηση (Discussing) με περιεχόμενο forums (PhpBB, bbPress, Phorum, 4Chan, Gravity), συστήματα διαχείρισης σχολίων (IntenseDebate, coComment, Disqus, JS - Kit, BackType) και εργαλεία κοινωνικής αναζήτησης (Quora, Aardvark, Mahalo).

→ Μηνύματα μέσω κινητού (Mobile messaging) (WhatsApp, Facebook Messenger, SnapChat, iMessage, BBM, Android Message, Allo, Duo, Telegram)

→ Συζήτηση σε πλατφόρμες (**Discussing**) (Github, Reddit, Facebook, Ομάδες, 4chan, Tapatalk), συστήματα σχολίων (Disqus, Muut, Discourse, GraphComment) και συνεργασίας FAQ (Qora, StackExchange, Ask)

→ Επαγγελματικές πλατφόρμες ανταλλαγής μηνυμάτων (Professional messaging) (Slack, HipChat, Chime, TalkSpirit, Facebook Workplace, Hangouts Chat, Meet, Microsoft Teams) και πλατφόρμες συνεργασίας (Yammer, Chatter, Dropbox, Evernote)

→ Επαγγελματική **δικτύωση** (Professional networking) (LinkedIn, Viadeo, Xing, Plaxo), υπηρεσίες γνωριμιών (Ning, Nextdoor, Houzz) και υπηρεσίες συνάντησης (Meetup, Eventbrite).

Η Bard (2010) προτείνει επίσης μία από τις πλέον αναλυτικές ταξινομήσεις σύμφωνα με την οποία τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης ταξινομούνται σε 15 κατηγορίες.



Διάγραμμα 2 Ταξινόμηση Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, Πηγή: www.milnabard.com

Οι κατηγορίες αυτές είναι:

- **Social Networking (Κοινωνική Δικτύωση):** Πλατφόρμες όπως το Facebook και το LinkedIn που επιτρέπουν στους χρήστες να δημιουργούν προφίλ, να συνδέονται με φίλους και επαγγελματίες, και να μοιράζονται περιεχόμενο.
- **Microblogging (Μικροϊστολογία):** Υπηρεσίες όπως το Twitter που επιτρέπουν στους χρήστες να δημοσιεύουν σύντομα μηνύματα ή ενημερώσεις με περιορισμένο αριθμό χαρακτήρων.
- **Publishing (Δημοσιεύσεις):** Εργαλεία όπως τα WordPress και Blogger που επιτρέπουν στους χρήστες να δημιουργούν και να διαχειρίζονται ιστολόγια και ιστότοπους για τη δημοσίευση άρθρων και περιεχομένου.
- **Photo Sharing (Κοινοποίηση Φωτογραφιών):** Πλατφόρμες όπως το Flickr και το Picasa που επιτρέπουν την αποθήκευση, οργάνωση και κοινοποίηση φωτογραφιών στο διαδίκτυο.
- **Audio (Ηχητικά):** Υπηρεσίες όπως το iTunes και το Rhapsody που παρέχουν δυνατότητες αποθήκευσης, διαμοιρασμού και αναπαραγωγής ηχητικού περιεχομένου.
- **Video (Βίντεο):** Ιστότοποι όπως το YouTube και το Metacafe που επιτρέπουν την ανάρτηση, αναπαραγωγή και κοινοποίηση βίντεο.

- **Live-casting (Ζωντανή Μετάδοση):** Υπηρεσίες όπως το Justin.tv που επιτρέπουν τη ζωντανή μετάδοση βίντεο και γεγονότων σε πραγματικό χρόνο.
- **RSS (RSS):** Εργαλεία όπως το FeedBurner που επιτρέπουν τη συλλογή και διανομή νέων περιεχομένων από διάφορους ιστότοπους μέσω RSS feeds.
- **Mobile (Κινητή):** Υπηρεσίες όπως το AOL Mobile που παρέχουν πρόσβαση σε κοινωνικά δίκτυα και άλλες διαδικτυακές υπηρεσίες μέσω κινητών συσκευών.
- **Crowd sourcing (Συλλογική Συνεισφορά):** Πλατφόρμες όπως το Yahoo Answers και το TweetBrain που επιτρέπουν στους χρήστες να συνεισφέρουν πληροφορίες και απαντήσεις σε διάφορα θέματα.
- **Virtual Worlds (Εικονικοί Κόσμοι):** Εικονικά περιβάλλοντα όπως το Kaneva και το Second Life που επιτρέπουν στους χρήστες να δημιουργούν avatar και να αλληλεπιδρούν σε έναν τρισδιάστατο εικονικό κόσμο.
- **Gaming (Παιχνίδια):** Πλατφόρμες όπως το World of Warcraft που παρέχουν διαδικτυακά παιχνίδια όπου οι χρήστες μπορούν να αλληλεπιδρούν μεταξύ τους σε πραγματικό χρόνο.
- **Search (Αναζήτηση):** Μηχανές αναζήτησης όπως το Google και το Bing που επιτρέπουν την αναζήτηση πληροφοριών και περιεχομένου στο διαδίκτυο.
- **Conversation Apps (Εφαρμογές Συνομιλίας):** Εφαρμογές όπως το Skype που παρέχουν δυνατότητες επικοινωνίας μέσω μηνυμάτων, κλήσεων και βιντεοκλήσεων.
- **Aggregators (Συγκεντρωτές):** Εργαλεία όπως το Google Reader που επιτρέπουν τη συλλογή και οργάνωση περιεχομένου από διάφορες πηγές σε μία ενιαία πλατφόρμα.

Τέλος, η Grabner-Kräuter (2009) ταξινομήσε τα διαδικτυακά κοινωνικά δίκτυα σε τέσσερις κατηγορίες:

1. Σε αυτά που δίνουν έμφαση στην επικοινωνία μεταξύ φίλων,
2. Σε αυτά που φιλοξενούν επιχειρηματικό περιεχόμενο,
3. Σε αυτά με «ρομαντικό» προσανατολισμό και
4. Σε αυτά με σκοπό την επικοινωνία των ατόμων με κοινά ενδιαφέροντα.

1.6. Κίνητρα, τρόποι και συχνότητα χρήσης των ΜΚΔ από τους νέους

Μελέτη του 2009 από την εταιρία Perseus Development κατέδειξε ότι τα μισά από όλα τα blogs του διαδικτύου έχουν προέλευση από τους νέους και άλλη έρευνα από την

comScoreMediaMetrix καταγράφει ότι την πλειοψηφία των 15 δημοφιλέστερων διαδικτυακών περιοχών τις επισκέφτηκαν νέοι κάτω των 17 ετών και ήταν, είτε blogs, είτε κοινωνικές περιοχές δικτύωσης. Βέβαια, οι όροι χρήσης της υπηρεσίας του MySpace αναφέρουν ότι η χρήση επιτρέπεται από ανθρώπους άνω των 14 ετών, αλλά με το να μην υπάρχει καμιά διαδικασία επαλήθευσης της ηλικίας του χρήστη δεν εμποδίζονται νέοι κάτω από αυτό το όριο ηλικίας να κάνουν χρήση δημιουργώντας ένα ψευδές προφίλ. Πολλοί γονείς δεν θεωρούν κατάλληλα σημεία κοινωνικής συνεύρεσης τα ψηφιακά δίκτυα, τη στιγμιαία αλληλογραφία, τα δωμάτια συνομιλίας, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και άλλα παρόμοια, αλλά ωστόσο οι ίδιοι κάνουν χρήση αυτών. Σε μέρη όπου συχνάζουν νέοι διαφαίνεται πόσο οι νέοι ελκύονται από τον πρωτοποριακό τρόπο επικοινωνίας και μάλιστα θεωρούν ότι αλληλεπιδρούν με ασφάλεια γι' αυτό και διακινούν μέχρι και ευαίσθητα δεδομένα. Από έρευνα πάλι του CBS News του 2006 αποδείχθηκε ότι οι νέοι εύκολα, ασυναίσθητα, αλλά και απρόσεκτα, διακινούν προσωπικά στοιχεία, και είναι αυτό ένδειξη έλλειψης κοινής λογικής. Απόρροια αυτής της απερίσκεπτης χρήσης της εκτεταμένης διακίνησης πληροφοριών είναι και η σεξουαλική παρενόχληση και τα σεξουαλικά εγκλήματα από διεφθαρμένους επιτήδειους μεγαλύτερης ηλικίας (Βάθη, 2016).

Είναι πολλά και ποικίλα τα κίνητρα των χρηστών που συμμετέχουν σε κοινωνικά δίκτυα αποκαλύπτοντας προσωπικές τους πληροφορίες. Η προσέγγιση του θέματος ξεκινά από το τι είναι αυτό που ωθεί κάποιον να γίνει μέλος μιας online υπηρεσίας και στη συνέχεια να αποκαλύπτει προσωπικά του στοιχεία σε άλλους και να φτάνει μάλιστα και σε σημείο να κάνει κατάχρηση της ιδιωτικότητας. Απαντώντας στο παραπάνω, ορίζεται η κοινωνικότητα ως το πιο σημαντικό κίνητρο, η ανταλλαγή πληροφοριών, η γνωριμία με άλλους οπουδήποτε και οποτεδήποτε με κοινό στοιχείο να αποτελούν τα κοινά ενδιαφέροντα. Προηγείται η διαδικτυακή γνωριμία για να ακολουθήσει μετά, όταν οι συνθήκες το επιτρέπουν, μια φυσική συνάντηση. Κάποιοι άλλοι βέβαια έχουν άλλες επιδιώξεις από τις διαπροσωπικές λειτουργίες που δίνουν τα ψηφιακά μέσα. Στην περίπτωση αυτή έχει προηγηθεί η φυσική γνωριμία καθώς μάλιστα τα άτομα μπορεί καθημερινά να συναναστρέφονται μεταξύ τους, και αναζητούν μετά ενδιαφέροντα, πεποιθήσεις ενέργειες του άλλου χρησιμοποιώντας τις υπηρεσίες αυτές. Ο λόγος που συμβαίνει το παραπάνω μπορεί να χαρακτηριστεί από καλοπροαίρετος ή από απλή περιέργεια αλλά να φτάσει και στα όρια της οποιασδήποτε μορφής παρενόχλησης (Βάθη, 2016).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΣΤΙΣ ΔΙΑΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΤΩΝ ΝΕΩΝ

2.1. Ορισμός των διαπροσωπικών σχέσεων

Η σύγχρονη εποχή χαρακτηρίζεται από ένα ατομικιστικό και εγωιστικό μοντέλο ζωής. Ωστόσο η επαφή των ανθρώπων και η επικοινωνία έχει θέση μέσα σε αυτό το μοντέλο επειδή είναι ένα από τα βασικά στοιχεία του ανθρώπινου γένους και κανείς δεν μπορεί να πάει κόντρα στην κοινωνική ανθρώπινη φύση. Έτσι και οι σχέσεις είναι αναπόσπαστες από τη ζωή τους και αναντικατάστατες (Σιδηροπούλου, 2020).

Διαπροσωπικές σχέσεις συνάπτει κάθε άτομο στη διάρκεια της ζωής του. Ως παιδί, ως φίλος, ως σύντροφος, ως συνάδελφος, ο καθένας ανήκει σε έναν κοινωνικό κύκλο και αυτές οι σχέσεις γίνονται βασικό στοιχείο στη ζωή του καθενός. Αυτό το γεγονός κάνει ενδιαφέρουσα την αναζήτηση των βασικών χαρακτηριστικών που θεμελιώνουν κάθε τέτοια σχέση.

Ετυμολογώντας την λέξη «σχέση» η ρίζα της βρίσκεται στο ρήμα «έχω». Αυτό και μόνο δίνει στη σημασία την έννοια του δεσμού που προκύπτει μέσα από μια επικοινωνία και επαφή ατόμων και ομάδων. Οι διαπροσωπικές σχέσεις έχουν εύρος. Είναι οικογενειακές, φιλικές, συναδελφικές ή άλλου είδους και ο προσδιορισμός αυτός γίνεται με βάση τον τύπο του δεσμού που υπάρχει ανάμεσα στα εμπλεκόμενα άτομα. Απαραίτητο στην κατανόηση μιας σχέσης είναι η παρατήρηση του πλαισίου δημιουργίας της και διατήρησής της και αυτό το πλαίσιο μπορεί να είναι το οικογενειακό, το κοινωνικό, το εργασιακό κ.ά., όπου ο καθένας δραστηριοποιείται (Σιδηροπούλου, 2020).

Προσεγγίζοντας τις διάφορες σχέσεις αναφερόμαστε στα χαρακτηριστικά μιας «υγιούς» σχέσης, η οποία ωφελεί τα άτομα και έχει αξία γι'αυτά, δηλαδή είναι σχέση θετική κι όχι επιβλαβής ή τοξική. Βασικό χαρακτηριστικό των σχέσεων είναι ότι περνούν από διάφορα στάδια, εξελίσσονται και δεν μένουν στάσιμες, δέχονται δοκιμασίες και μεταβολές και αυτό συμβαίνει επειδή οι άνθρωποι αλλάζουν και αυτή η αλλαγή έχει αντίκτυπο στις διαπροσωπικές τους σχέσεις. Ενδογενείς και εξωγενείς παράγοντες επηρεάζουν τις σχέσεις και βασικό ρόλο παίζουν οι κοινοί στόχοι μεταξύ των ατόμων (Σιδηροπούλου, 2020).

Βασικό στοιχείο της υγιούς διαπροσωπικής σχέσης είναι η επικοινωνία, λεκτική ή μη, που μπορεί να διαφέρει ανάλογα με το άτομο που κάθε φορά συναναστρεφόμαστε, καθώς

προσαρμοζόμαστε και ρυθμίζουμε την επικοινωνία μας με βάση αυτό. Δηλαδή υπάρχει μια δόμηση της σχέσης με τα στοιχεία της κατανόησης και της ενσυναίσθησης. Η μέριμνα, το ενδιαφέρον και η προσπάθεια για τη διατήρησή της, την εξέλιξη και την ευημερία της σχέσης, αναλογεί σε όλα τα άτομα που την αποτελούν (Σιδηροπούλου, 2020).

Αλλαγές μέσα σε μια σχέση αναπόφευκτα συμβαίνουν αλλά παράλληλα είναι βασικό στοιχείο να υπάρχει και μια σταθερότητα και ασφάλεια. Τα προβλήματα που κάθε φορά παρουσιάζονται, τα άτομα που λειτουργούν ως ομάδα αναζητούν γι' αυτά τη λύση τους. Επίσης, η ελευθερία στην έκφραση συναισθημάτων και η απουσία επίκρισης ή αμφισβήτησης αποτελούν απαραίτητα στοιχεία των υγιών σχέσεων. Όλα τα παραπάνω οδηγούν μια σχέση σε επιτυχία κι αν πάλι δεν υπάρχουν κάνουν τη σχέση προβληματική (Σιδηροπούλου, 2020).

2.2. Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και διαπροσωπικές σχέσεις

Τα ΜΚΔ παρέχουν διευρυμένες δυνατότητες επικοινωνίας και για αυτό κι έχουν εισβάλλει στην καθημερινότητά μας σε κάθε κατηγορία σχέσης, όπως οικογενειακή, ερωτική, επαγγελματική, εκπαιδευτική, πολιτική, πολιτιστική κλπ.

Στις οικογενειακές σχέσεις επέδειξαν διττό χαρακτήρα: κατάφεραν να ενώσουν οικογένειες που βρίσκονταν μακριά, χωρίς εξ επαφής επικοινωνία, αλλά παράλληλα στέρησαν και ουσιαστικό χρόνο επικοινωνίας όταν υπήρχε φυσική επικοινωνία.

Στο πλαίσιο των ερωτικών σχέσεων όπου κυριαρχούν τα συναισθήματα αγάπης, φροντίδας, μεγάλης οικειότητας, έντονου ενδιαφέροντος, πάθους, ισχυρής διέγερσης και έλξης ερωτικής, δραστικό ρόλο παίζουν επίσης τα social media (Κούρτη, 2003). Μ' αυτά διαφοροποιήθηκε ο τρόπος γνωριμίας των ανθρώπων. Περισσότεροι είναι αυτοί που ξεκινάνε μια γνωριμία – επικοινωνία μέσα από το διαδίκτυο, καθώς στην αρχή αυτό τους παρέχει το αίσθημα της ασφάλειας, της απουσίας έκθεσης του εαυτού τους και της εξωτερικής τους εμφάνισης. Βέβαια σε μια τέτοια γνωριμία – επικοινωνία υπάρχει ο κίνδυνος η εικόνα που δίνεται να απέχει πολύ από την πραγματικότητα με πιο σημαντική την αλλοίωση στοιχείων της ταυτότητας κάποιου που πάντα γίνεται με σκοπιμότητα, αποκαλύπτοντας ή αποκρύπτοντας οι χρήστες όποια στοιχεία θέλουν (Κούρτη, 2003).

Η επίδραση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης εντοπίζεται όχι μόνο στην αρχή της ερωτικής σχέσης, αλλά και στη διάρκειά της. Παρατηρείται εξάλλου η πορεία της σχέσης να επηρεάζεται από εφαρμογές που παρέχουν τα μέσα αυτά. Και εδώ ο χρόνος που αφιερώνεται

σε αυτά τα μέσα λειτουργεί εις βάρος μιας ουσιώδους σχέσης. Η ανταλλαγή μηνυμάτων που είναι μια συνηθισμένη πρακτική των χρηστών εύκολα μπορεί να παρεξηγηθεί ή να παρερμηνευθεί, όπως επίσης και οι ποικίλες αναρτήσεις που λαμβάνουν την επιβεβαίωση, τα like, και σχολιάζονται. Και όλα αυτά συμβαίνουν εξαιτίας του απρόσωπου χαρακτήρα τους. Η τελική εκτίμηση είναι ότι τα Social Media επηρεάζουν αρνητικά τις ερωτικές σχέσεις και μπορεί να γίνουν και αφορμή ακόμη και για τη διάλυσή τους. Όταν βέβαια δεν δίνεται σε αυτά πρωταγωνιστικός ρόλος και η προτεραιότητα δίνεται στη διαζώσης επαφή και η χρήση τους βρίσκεται σε ισορροπία τότε λειτουργούν συμπληρωματικά και θετικά ως προς την διατήρηση της ερωτικής σχέσης.

Στον επαγγελματικό χώρο η χρήση των μέσων δίνει τη δυνατότητα για μια πιο εύκολη επικοινωνία με συναδέλφους, με άλλους επαγγελματίες και χώρους εργασίας και αυτό οδηγεί σε ανάπτυξη και εξέλιξη.

Στον πολιτικό χώρο, επίσης, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έφεραν ριζική αλλαγή και από την πλευρά των πολιτικών και από αυτή των πολιτών. Προβάλλουν τους υποψήφιους, εμπλέκονται στον προεκλογικό αγώνα, παρέχουν δυνατότητες εξαγωγής στατιστικών στοιχείων και στρατηγικών σχέσεων μεταξύ δημοσιογράφων και ψηφοφόρων(Ridou, 2013).

Στον εκπαιδευτικό χώρο η χρήση των κοινωνικών δικτύων σε διδακτικό και εκπαιδευτικό πλαίσιο λειτουργεί κατά βάση θετικά, κάνοντας την εκπαίδευση προσιτή και την μάθηση πιο δημιουργική και ψυχαγωγική με ενεργή μάλιστα συμμετοχή των μαθητών (Douglas&Seely-Brown, 2011). Τα ΜΚΔ αποτελούν για τους νέους, που διανύουν τη μαθητική τους θητεία, έναν καινοτόμο αλλά ιδιαίτερο ελκυστικό και ενδιαφέροντα τρόπο μάθησης που κάνει την μάθηση εύληπτη, δημιουργική ακόμη και διασκεδαστική. Οδηγούν σε ανάληψη πρωτοβουλιών και σε στενή συνεργασία τους εμπλεκόμενους (Blakeman, 2014). Για τους νέους, ως μαθητές, οι διαδικτυακές πλατφόρμες είναι το εργαλείο που χρησιμοποιούν και μοιράζονται πληροφορίες για διάφορα θέματα όπως σημειώσεις, υλικό και ηλεκτρονικά βιβλία και καθώς και οι εκπαιδευτικοί είναι κι αυτοί χρήστες, βελτιώνεται αυτή η σχέση μαθητή-εκπαιδευτικού (Machimbarrena etal, 2019).

Επιπλέον, η ταχύτητα είναι ιδιαίτερα αρεστή στους νέους και το διαδίκτυο έχει τη δυνατότητα μέσα σε σύντομο χρονικό διάστημα να μεταφέρει πληροφορίες. Έτσι νέοι από διάφορες χώρες, πολιτισμούς και κοινωνίες συνδέονται μεταξύ τους εκμηδενίζοντας τον χρόνο και διευρύνουν τους πνευματικούς τους ορίζοντες. Άλλοτε πάλι οδηγούνται σε

συνεργασίες και επαγγελματικές διεξόδους, ιδιαίτερα χρήσιμες στους νέους καθώς βρίσκονται σε ηλικία επαγγελματικής επιλογής (Kawabe et al, 2019).

Στον πολιτιστικό χώρο τέλος, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρέχουν ανατροφοδότηση του πολιτιστικού στοιχείου και χρησιμοποιούνται από κάθε πολιτιστικό οργανισμό (Marakos, 2014, Theocharidis et al., 2014, Sylaiou & Kavoura, 2018).

2.3. Φιλικές διαπροσωπικές σχέσεις

Ως φιλική σχέση ορίζεται κάθε συνεργατική σχέση που ενέχει το ενδιαφέρον του ενός για την ικανοποίηση του άλλου και για την επικύρωση της προσωπικής του αξίας. Η αναγνώριση και η κατανόηση των συναισθημάτων του άλλου οδηγεί στην κατάλληλα κάθε φορά αντίδραση μέσα στη σχέση (Newcomb & Bagwell, 1996).

Αναλύοντας τις φιλικές σχέσεις είναι αυτές στις οποίες μπορούν τα άτομα να συζητούν για θέματα που τους απασχολούν, τις ανησυχίες τους και ζητήματα που ίσως δεν μπορούν να συζητήσουν με την οικογένειά τους. Με την ένταξή του εφήβου σε μια ομάδα με ποιοτικές σχέσεις επέρχεται και η αυτοεκτίμησή του (Helgeson & Lopez, 2010), ενώ η ανεξαρτητοποίηση από τους γονείς γίνεται με τη στήριξη των συνομηλίκων (Frydenberg, 1997). Επίσης οι νέοι αντιλαμβάνονται τον εαυτό τους μέσα από τη θεώρηση των άλλων για αυτούς και έτσι αισθάνονται αρεστοί και αποδεκτοί.

Οι φιλικές σχέσεις διαφοροποιούνται από κάθε άλλου είδους σχέση. Ο πολύς χρόνος που περνούν μαζί τα άτομα, οι απαιτήσεις και η εμπιστοσύνη που έχουν μεταξύ τους διαφοροποιεί τους φίλους από τους γνωστούς (Righetti & Finkenauer, 2011). Το φύλο, η εθνικότητα, η ηλικία (αντιληπτά και φανερά από τη πρώτη στιγμή γνωριμίας) τα κοινά ενδιαφέροντα (που κρίνουν και τον χρόνο που περνούν μαζί) και η εγγύτητα μεταξύ των φίλων με τα στοιχεία της αγάπης, της αμοιβαιότητας και της συμπάθειας, αποτελούν διαστάσεις στη διαδικασία επιλογής των φίλων (Epstein, 1983, Dunn, 2004). Για τον νέο είναι εξαιρετικά σημαντική η αποδοχή και η ένταξη σε μια ομάδα (Hart, Blincow & Thomas, 2007).

Βασικές ιδιαιτερότητες των φιλικών σχέσεων κατά τη περίοδο αυτή είναι ότι οι αναπτυσσόμενες γνωστικές ικανότητες συμβάλλουν στη σταθερότητα των σχέσεων, ενώ σε περιπτώσεις συγκρούσεων η επίλυση είναι πιο εύκολη και έτσι δεν οδηγούνται σε ρήξη όπως, για παράδειγμα γίνεται πολύ συχνά σε μικρότερες ηλικίες (Savin- Williams & Berndt, 1990). Η ανάπτυξη ικανοτήτων στην εφηβική ηλικία, δημιουργούν πρόσφορο έδαφος για τη δημιουργία φιλικών σχέσεων με ποιότητα. Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, οι έφηβοι

βλέπουν και αντιλαμβάνονται τον εαυτό τους μέσα από τα μάτια των άλλων, είτε των συνομήλικων, είτε άλλων σημαντικών προσώπων. Έχουν την ανάγκη, όπως προαναφέρθηκε, να αισθάνονται ότι είναι αρεστοί και αποδεκτοί. Με αυτό το τρόπο, υπογραμμίζεται η ιδιαίτερη σημασία της ύπαρξης στενής φιλίας. Επίσης αναπτύσσονται και κοινωνικές δεξιότητες στο άτομο, ιδιαίτερα κατά τη περίοδο της εφηβείας και στην αρχή της ενήλικης ζωής. Ο νέος μέσα από αυτή τη σχέση προστατεύεται από αισθήματα μοναξιάς, ενισχύει την αυτοεκτίμησή του και τίθενται οι βάσεις για την ανάπτυξη προσωπικής ευαισθησίας (Moran&DuBois, 2002). Το στοιχείο, επίσης, της ενσυναίσθησης, το να μπορεί δηλαδή να αντιληφθεί τη συναισθηματική κατάσταση του άλλου και να μπει σ' αυτή, αλλά ταυτόχρονα να μεταβάλλει τη συμπεριφορά του ανάλογα με τα συναισθήματα που δέχεται, αποτελεί ιδιαιτερότητα των φιλικών σχέσεων κατά την περίοδο αυτή (Fabes, Carlo, Kupanoff, Laible, 1999).

2.4. Κοινωνική αλληλεπίδραση και ανάπτυξη σχέσεων εκτός

Διαδικτύου

Κοινωνική αλληλεπίδραση και ανάπτυξη σχέσεων πραγματοποιείται και εκτός διαδικτύου. Τουλάχιστον τρεις στενούς φίλους έχει η πλειονότητα των εφήβων και συχνότερα τέτοιες στενές φιλίες αναπτύσσονται και με άτομα του άλλου φύλου. Με αυτούς συζητούν ζητήματα που τους απασχολούν. Συναναστρέφονται καθημερινά στο πλαίσιο του σχολείου, αλλά αυτή και μόνο η επαφή δεν είναι αρκετή. Η περαιτέρω ανάπτυξη και εδραίωση των φιλικών σχέσεων, επειδή προϋποθέτει συχνή συναναστροφή, γίνεται και εκτός σχολείου, αμέσως μετά το σχολείο, στο φροντιστήριο, στη γειτονιά και σε βραδινές εξόδους ή συμμετέχουν σε δραστηριότητες όπως αθλητικές δραστηριότητες ή ακούν μουσική και χορεύουν (Πανελλήνια Έρευνα στους μαθητές -Κοκκέβη, Ξανθάκη, Φωτίου, Καναβού, 2010).

2.5. Η Επίδραση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης στις Φιλικές

Διαπροσωπικές Σχέσεις των Νέων

Πέρα από την οικογένεια οι φιλικές σχέσεις είναι αυτές που έπονται των οικογενειακών και έχουν κι αυτές μεγάλη αξία, καθώς καλύπτουν βασικές ανθρώπινες ανάγκες. Η ανάγκη να μιλήσει κανείς στον φίλο σε κάποια δύσκολη στιγμή, η στιγμή της συναισθηματικής φόρτισης που έχει την ανάγκη αποφόρτισης με την επικοινωνία έρχονται να τις καλύψουν άμεσα οι δυνατότητες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρέχουν αυτό που είναι απαραίτητο στη δόμηση μιας φιλικής σχέσης: επικοινωνία, ελευθερία έκφρασης συναισθημάτων χωρίς επίκριση ή αμφισβήτηση, αποδοχή, κατανόηση, ενσυναίσθηση και συζήτηση. Με την επικοινωνία γενικά ο ένας μαθαίνει τον άλλον και μπορούν να επιλυθούν προβλήματα (Reis, 2004). Επίσης, υπάρχει ανεξαρτησία ως προς τη λειτουργία του καθενός μέσα σε μια σχέση και προσπάθεια κατανόησης μεταξύ τους. Βέβαια, υπάρχουν διακρίσεις ανάμεσα στις μορφές και στα επίπεδα των διαπροσωπικών σχέσεων που πραγματώνονται στο πλαίσιο των ΜΚΔ (Miell&Dallos, 2007). Έτσι, από τη μια υπάρχουν σχέσεις που μπορούν να χαρακτηριστούν ως επιφανειακές και τυπικές, χωρίς ανταλλαγή προσωπικών στοιχείων, ενώ από την άλλη, υπάρχουν σχέσεις πιο ουσιαστικές και στενές στις οποίες οι άνθρωποι μοιράζονται προσωπικά στοιχεία και βιώματα και αναπτύσσονται μέσα σε αυτές θετικά συναισθήματα, όπως αγάπη, συμπόνια, φροντίδα. Αυτοί οι δεσμοί είναι έντονοι και δεν απειλούνται με διάλυση (Παπαδάκη & Μιχαηλίδη, 1998).

Όπως το είχε εκφράσει και ο Αριστοτέλης «ο άνθρωπος είναι από την φύση του κοινωνικό ον, που ζει σε ένα κόσμο πολλών» και το διαδίκτυο στη σημερινή εποχή αποτελεί κυρίαρχο εργαλείο έκφρασης της κοινωνικότητάς του επεμβαίνοντας στην επικοινωνία, δημιουργώντας, αλλά και διατηρώντας τις ανθρώπινες σχέσεις. Αυτός εξάλλου είναι και ο σκοπός των χρηστών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Κι αν τα παραπάνω είναι τα θετικά στοιχεία τους, ωστόσο τα μέσα αυτά, μπορούν να επιφέρουν και αρνητικές επιπτώσεις στις διαπροσωπικές σχέσεις αναλόγως με τον τρόπο χρήσης τους (Καψάλης, 2003).

Πορίσματα ερευνών καταδεικνύουν ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συμπληρώνουν την ανθρώπινη επικοινωνία και μερικές φορές αποτελούν και εναλλακτική λύση για αυτή με την επιφύλαξη ότι η εκτεταμένη χρήση τους και η δημοτικότητά τους μπορεί να αλλοιώσει σε μορφή και ποιότητα αυτές τις ανθρώπινες σχέσεις. Η υπερβολική χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να οδηγήσει σε επιφανειακές σχέσεις αντί για βαθιές και πραγματικές συνδέσεις. Αυτό μπορεί να περιορίσει τον εμπλουτισμό και την αυθεντικότητα των ανθρώπινων σχέσεων, καθώς οι επαφές συχνά περιορίζονται σε διαδικτυακές επικοινωνίες. Επιπλέον, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να επηρεάσουν τον τρόπο που επικοινωνούμε, τον τρόπο που εκφραζόμαστε και ακόμη και τον τρόπο που αντιλαμβανόμαστε τους άλλους. Έτσι, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να επηρεάσουν τόσο τη μορφή όσο και την ποιότητα των ανθρώπινων σχέσεων, αλλοιώνοντας την αυθεντικότητα και τη βάθος των επικοινωνιακών μας εμπειριών (Ellison, et al., 2011).

Με τη γρήγορη ανάπτυξή τους η χρήση τους έχει πια επεκταθεί, γενικεύτηκε σε όλες τις ηλικιακές ομάδες, με επιδίωξη των χρηστών να συμπεριλάβουν οικογένεια και φίλους και σε εξέλιξη αυτού το ευρύτερο κοινωνικό περιβάλλον και να δημιουργήσουν νέους δεσμούς. Παράλληλα, οι χρήστες μέσω αυτών διατηρούν και ενθαρρύνουν την αίσθηση της οντότητάς τους, εκπληρώνουν κοινωνικές υποχρεώσεις, ανταλλάσσουν πληροφορίες και ασκούν επιρροή σε άλλους (Verderber&Verderber, 2006).

Η δυνατότητα επικοινωνίας με οποιονδήποτε και οπουδήποτε προστατεύει από τη φθορά και την απώλεια τις διαπροσωπικές σχέσεις. Αφιερώνεται εξάλλου από πολλούς αρκετός από τον χρόνο τους με σκοπό την αναζήτηση φίλων μέσω διαδικτύου κι αυτό γίνεται με τόση ευκολία, χωρίς βέβαια να σημαίνει ότι αυτοί οι «φίλοι» είναι με την κλασική έννοια της λέξης. Περισσότερο αποτελούν εικονικές φιλίες και αμφισβητείται το κατά πόσο μπορούν να αντέξουν στον χρόνο ενώ είναι σίγουρο ότι πλήττουν τις πραγματικές φιλίες εξ επαφής, στοιχείο κι αυτό επιβεβαιωμένο με έρευνες. Πέρα από το πλήγμα απέναντι στις εξ επαφής φιλίες, οι διαδικτυακές φιλίες μπορούν να δημιουργήσουν και ένα χάσμα στα άτομα με τους πραγματικούς φίλους και συχνά δυσχεραίνουν την ανάπτυξη των ανθρώπινων σχέσεων οδηγώντας μ' αυτόν τον τρόπο στην απομόνωση. (Παπαδάκη & Μιχαηλίδη, 1998) Για να κρατήσουμε τελικά μόνο τα θετικά από την επίδραση των μέσων στις φιλικές σχέσεις πρέπει να επισημανθεί ότι τέτοιου είδους σχέσεις πρέπει να συνάπτονται με σύνεση. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν το κυρίαρχο μέσο επικοινωνίας και ενημέρωσης, ιδιαίτερα μεταξύ των εφήβων (Briggs&Burke, 2009). Οι νέοι χρησιμοποιούν καθημερινά τα social media και επηρεάζονται άμεσα από αυτά αφού είναι εκείνα που δημιουργούν κοινωνικές τάσεις και πρότυπα όπως, για παράδειγμα, για την εξωτερική τους εμφάνιση. Αποτελούν για αυτούς ένα εργαλείο, η επίγνωση, όμως, των «οδηγιών χρήσης» τους θα εξασφαλίσει στον χρήστη την ασφάλειά του ή τον «τραυματισμό» του. Με αυτά περνούν σημαντικό χρόνο, «υπνωτίζονται» από κάθε νέα τάση που προωθείται, επηρεάζονται στη διαμόρφωση των απόψεών τους, μπορούν ακόμη και να αλλάξουν εμφάνιση και συμπεριφορά χωρίς πάντα αυτό να είναι αντιπροσωπευτικό της υπόστασής τους. Καθώς στο στάδιο της εφηβείας, που είναι αναπτυξιακό, ο νέος προσπαθεί να αυτό-προσδιοριστεί και να δομήσει ταυτότητα, τα ΜΚΔ είναι αυτά που προβάλλουν διαρκώς πρότυπα με αντίκτυπο στο κοινό τους και ακολουθούνται, καθώς τυγχάνουν ευρείας αποδοχής. Έμμεσα δημιουργούν μια κοινωνική πίεση για την υιοθέτησή τους, ασχέτως αν είναι ή δεν είναι της αρεσκείας του νέου ενήλικα (Christakis&Fowler, 2009).

Η κοινωνική σύγκριση είναι όταν οι άνθρωποι κοιτάζουν τους άλλους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και συγκρίνουν τη δική τους ζωή με τη δική τους (Weisten, 2017). Ο Festinger (1954) αναφέρει ότι μπορεί να τους κάνει να αισθάνονται καλά με τον εαυτό τους ή να θέλουν να βελτιωθούν. Είναι σαν να κοιτάς σε έναν καθρέφτη και να βλέπεις πώς ανταποκρίνεσαι στους άλλους. Μερικές φορές, το να βλέπει κανείς φωτογραφίες ανθρώπων με «τέλειο» σώμα μπορεί να κάνει κάποιον να αισθάνεται άσχημα για τον εαυτό του, ειδικά τα κορίτσια (Bessenoffetal., 2016).

Η επίδραση των ΜΚΔ φαίνεται και σε ό,τι αφορά την ανάπτυξη κοινωνικών δεξιοτήτων (Ehmke, 2016). Οι συναντήσεις και οι βόλτες αντικαταστάθηκαν με μηνύματα και αναρτήσεις, και τα emoticons δίνουν την δυνατότητα για έκφραση συναισθημάτων θέτοντας σε δεύτερη μοίρα την επαφή. Έτσι τα συναισθήματα πια δεν εκφράζονται αλλά οπτικοποιούνται και για λόγους ασφάλειας μπορεί ο χρήστης να αρκестεί στα απολύτως απαραίτητα. Δίνουν το θάρρος στον νέο, αλλά και σε οποιονδήποτε άλλον, να εκφράσει την προσωπική του άποψη, να ενταχθεί σε ομάδες με κοινά στοιχεία, να μοιραστεί μέσα από την προσωπική του σελίδα κομμάτια του εαυτού του, στοιχεία της προσωπικότητάς του μέσα από φωτογραφίες, μουσικές ή κάθε άλλου είδους προτιμήσεις οι οποίες δημοσιοποιούνται. Η χρήση τους βέβαια μπορεί να φτάσει στην υπερβολή και η υπέρ-έκθεση σε αυτά έχει απόρροια το αυξημένο άγχος και την χαμηλή αυτοεκτίμηση (Valkenburget. al., 2006).

Ενώ λοιπόν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης καλύπτουν την ανάγκη των νέων να βρίσκονται κοντά σε άλλους και η εικονική πραγματικότητα διευκολύνει την ψυχοκοινωνική τους ανάπτυξη, ταυτόχρονα συνεπάγονται σημαντικές αρνητικές επιδράσεις που δεν μπορούν να αγνοηθούν. Οι ψηφιοποιημένοι νέοι είναι καλοί στο να δείχνουν τα συναισθήματά τους, αλλά δυσκολεύονται να τα βιώσουν. Αυτό συμβαίνει λόγω της μαζικής χρήσης των νέων μέσων που αντικαθιστά τη φυσική επικοινωνία. Αυτό κάνει τους νέους και γενικά τους ανθρώπους να γίνονται συναισθηματικά αναλφάβητοι επειδή χάνουν σημαντικές αναφορές για την κατανόηση των δικών τους συναισθημάτων και των άλλων. Δεν μοιράζονται και δεν αντιλαμβάνονται τον ορατό αντίκτυπο στα συναισθήματα κάποιου. Οι διαδικτυακές σχέσεις που δημιουργούνται στερούνται σταθερότητας και ασφάλειας, και οι χρήστες έχουν συχνά έλλειψη συναισθηματικής νοημοσύνης, ενώ κρύβουν δυσλειτουργικές συμπεριφορές (Nadan&Kaye-Tzadok, 2018). Η ανωνυμία που παρέχεται από μια οθόνη υπολογιστή δεν παρέχει καμία εγγύηση σχετικά με το ποιος αλληλοεπιδρά με ποιον (Reynsetal, 2013). Η χειραγώγηση γεγονότων αποτελεί μια από τις πιο κοινές επιθετικές ενέργειες καθώς

συνδέεται και με την έλλειψη κριτικής ικανότητας από την πλευρά των νέων (Kessel Schneider, 2015).

Η χωρίς μέτρο χρήση επηρεάζει την ψυχική υγεία. Γίνεται σύγκριση με άλλους και προκύπτουν αισθήματα ανεπάρκειας. Ακόμη κι αν γνωρίζει κανείς ότι στοιχεία παρουσιάζονται επιτηδευμένα και δεν σχετίζονται με την πραγματικότητα, παρόλο αυτά, γίνεται σύγκριση από την οποία προκύπτει μια ανεπάρκεια που ενοχλεί. Συμβαίνει επίσης και το οξύμωρο ενώ με αυτά οι νέοι, όπως και όλοι, αλληλοεπιδρούν, ενώ ταυτόχρονα προκαλούν και την απομόνωση και αυξάνουν το αίσθημα μοναξιάς και μειώνουν τον χρόνο που περνά κανείς πρόσωπο με πρόσωπο με τον άλλον. Σήμερα, ιδίως οι νέοι, εκτίθενται στον διακυκτιακό εκφοβισμό μέσω των social media. Ακόμη και ένα αρνητικό σχόλιο μπορεί να είναι εξαιρετικά οδυνηρό για κάποιους και να έχει καταστροφικές συνέπειες. Τα άτομα που δέχονται διαδικτυακό εκφοβισμό συχνά παρουσιάσουν συμπτώματα όπως άγχος, κατάθλιψη, απώλεια της αγάπης για τον εαυτό και ανασφάλεια. Ο διαδικτυακός εκφοβισμός μπορεί να επηρεάσει όλες τις ηλικίες αλλά ενώ οι μεγαλύτεροι διαθέτουν μηχανισμούς αντιμετώπισης, τα παιδιά και οι έφηβοι επηρεάζονται περισσότερο από τον διαδικτυακό εκφοβισμό.

Η διαρκής σύγκριση, η αναμονή για το επόμενο μήνυμα, σχόλιο ή αντίδραση, ο αριθμός των διαδικτυακών φίλων και των like, καθώς και η αδυναμία των εφήβων να αντιληφθούν ότι αυτή είναι μια επίπλαστη ευτυχισμένη εικόνα των online φίλων τους, αποτελούν ορισμένους από τους παράγοντες που δημιουργούν άγχος σε αυτούς και τους ωθούν στο να κυνηγούν μια ευτυχία που βρίσκεται μέσα σε ένα ψηφιακό σύννεφο (cloud) και όχι στις χαρές της καθημερινής ζωής. Μόνο η στάση του γονέα - κηδεμόνα – φροντιστή θα προστατέψει τον νέο ενήλικα από τέτοιους κινδύνους, υπενθυμίζοντάς του ότι η παρουσία του στα ΜΚΔ είναι μόνο μια διάσταση της εικόνας του και δεν είναι το παν η αποδοχή της προσωπικής του σελίδας (Lauricella et. al, 2015).

Καμιά οθόνη δεν αντικαθιστά την ανθρώπινη επαφή και μια πραγματική φιλία δεν μπορεί μόνο με αυτό τον τρόπο να διατηρηθεί, αλλά μόνο να διαβρωθεί. Το μόνο που μπορούν να κάνουν τα ΜΚΔ είναι με σωστή διαχείριση να βάλουν μια υγιή υποδομή για τη σύναψη και διατήρηση της φιλικής σχέσης η οποία όμως χρειάζεται κυρίως την φυσική επαφή (Η φιλία και τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (psychology.gr)).

2.6 Ψηφιακή φιλία

Η ραγδαία εξάπλωση των νέων τεχνολογιών της πληροφορίας και της επικοινωνίας συνέβαλε στην επέκταση των αλληλεπιδράσεων των εφήβων από τον πραγματικό κόσμο στον

ψηφιακό. Η συνεχής εξέλιξή τους άλλαξε την έννοια και τα χαρακτηριστικά της φιλίας και οι νέοι πια μπορούν να σχηματίζουν και να διατηρούν φιλίες μέσα σε έναν ψηφιακό κόσμο, κάτι που ήταν παλιότερα αδύνατο (Clarke, 2009).

Έτσι δίνεται η δυνατότητα κοινωνικής αλληλεπίδρασης μεταξύ τους και ανταλλάσσονται ενδιαφέροντα, ιδέες, αξίες, μοιράζονται απόψεις, εμπειρίες, συναισθήματα (Hofstra, Corten & van Tubergen, 2015). Η «ψηφιακή φιλία» είναι ασαφής και περιέχει ευρεία κλίμακα σχέσεων όπως γνωστούς, περιστασιακούς φίλους, καλούς ή καλύτερους φίλους, φίλους φίλων, συμμαθητές, συγγενείς (Liu και Yang, 2016, Green, 2018). Μια διαδικασία συνεχούς ανατροφοδότησης και διαχείρισης λίστας «φίλων», δημιουργεί αυτό το πλαίσιο φίλων μετά τη διατύπωση «αιτήματος φιλίας» και κυρίως στην εφηβεία, η διεύρυνση του κύκλου των «φίλων» είναι συνηθισμένη δραστηριότητα αφού συνδέεται με την ανάγκη των εφήβων να δείχνουν κοινωνικά ελκυστικοί (Τζαβέλα & Τσίτσικα, 2014). Αποτέλεσμα αυτού είναι να εντείνεται η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αλλά και η συχνότητα θετικής αυτοπαρουσίασης σε αυτά, προκειμένου να διατηρήσουν και να αυξήσουν αυτόν τον αριθμό των «φίλων» καθώς έτσι επιβεβαιώνονται κοινωνικά (Salim και συν., 2017). Οι έφηβοι επίσης εμπλέκονται σε συμπεριφορές συλλογής «φίλων» προσθέτοντας στη λίστα τους ακόμα και άτομα που δεν συμπαθούν ή που δεν γνωρίζουν προσωπικά και με τα οποία δεν έχουν καμία επαφή στον πραγματικό κόσμο (Christofides, Muise & Desmarais, 2011). Άλλες φορές πάλι τα ίδια τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρέχουν αυτόματη υποστήριξη για την απόκτηση «φίλων» βάσει ομοιοτήτων στο προφίλ, αλλά και για τη διατήρηση της «φιλίας», μέσω υπενθυμίσεων για τα γενέθλια και τις νέες αναρτήσεις των «φίλων» (Zhang και συν., 2013). Δεν υπάρχει εξάλλου και δεν απαιτείται ισχυρή δέσμευση ή στενές επαφές και πολλοί από τους «φίλους» μπορεί να είναι παθητικοί θεατές μόνο του προφίλ (Kim & Lee, 2011). Οι έφηβοι ιδιαίτερα ελκύονται γιατί ικανοποιούν ανέξοδα και εύκολα την ανάγκη τους για επικοινωνία με ομοίους και την ανάγκη τους για ανεξαρτησία και αυτονομία λόγω της απουσίας του γονεϊκού ελέγχου και της επιτήρησης. Ακόμη, η συνεχής αναπροσαρμογή του εικονικού προφίλ, η οποία βασίζεται στην ανατροφοδότηση των σχολίων των «φίλων» αποτελεί ασφαλές πεδίο για να διερευνήσουν και να πειραματιστούν πάνω στην προσωπική τους ταυτότητα (Τζαβέλα & Τσίτσικα, 2014).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΩΝ ΜΚΔ ΣΤΙΣ ΦΙΛΙΚΕΣ ΔΙΑΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΟ ΦΥΛΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΧΡΗΣΤΩΝ.

3.1. Διαφορές που παρατηρούνται στον τρόπο που τα ΜΚΔ επηρεάζουν τις φιλικές σχέσεις ανάλογα με το φύλο των χρηστών

Για τους νέους, η ψηφιακή τεχνολογία αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της κουλτούρας τους, της εκπαίδευσης και της ζωής τους και είναι ενθουσιώδεις χρήστες της, καθώς τους παρέχει, μέσω κάθε πλάτφορμας, ευκαιρίες σχηματισμού και διατήρησης εικονικών διαδικτυακών κοινοτήτων (Allen, Ryan, Gray, McInerney&Waters, 2014· Arcila, López&Pena, 2017). Η εύκολη προσβασιμότητα σε αυτά από διάφορα μέσα, όπως το laptop, το netbook, το smartphone και το iPad, κάνει τη ψηφιακή τεχνολογία δημοφιλή.

Η ποικιλία των ψηφιακών μέσων δημιουργεί νέα πλαίσια έκφρασης και εξερεύνησης της ταυτότητας των εφήβων (Davis, 2013) και επιτρέπει την κοινωνική αλληλεπίδραση σε διαδικτυακά περιβάλλοντα. Η επιστημονική έρευνα των Oberst, Wegmann, Stodt, Brand&Chamarro (2017) και Yang&Lee (2018) ανέδειξε ως πιο δημοφιλείς ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης το Facebook, το Instagram και το Twitter, λόγω της πολλαπλότητας των λειτουργιών που προσφέρουν, όπως αποστολή προσωπικών μηνυμάτων, άμεση συνομιλία, δημοσίευση προτιμήσεων, ανάρτηση πληροφοριών και παρακολούθηση σελίδων άλλων χρηστών και σε αυτά τα χαρακτηριστικά οφείλουν τη δημοτικότητά τους (Τζαβέλα &Τσίτσικα, 2014). Αξίζει να σημειωθεί ότι τα τελευταία χρόνια αρκετοί ερευνητές που ασχολούνται με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Fardouly, Diedrichs, Vartanian&Halliwell, 2015· Sarita&Suleeman, 2017· Trifiro, 2018), φαίνεται να καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι όλο και μεγαλύτερος αριθμός εφήβων στρέφεται σε πλατφόρμες βασισμένες στην εικόνα.

Η συχνότητα με την οποία οι νέοι συνδέονται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτέλεσε αντικείμενο έρευνας και διαπιστώθηκε, με την πάροδο του χρόνου, αύξηση της συχνότητας χρήσης, αλλά και του χρόνου παραμονής σε αυτά. (Manago, Taylor και Greenfield, 2012). Οι γυναίκες διαπιστώθηκε ότι χρησιμοποιούν αυτά τα μέσα συχνότερα από τους άνδρες, κάνοντας περισσότερες καθημερινές δημοσιεύσεις με ιδιαίτερη προτίμηση στο Snapchat και στο Instagram, σε αντίθεση με τους άνδρες που προτιμούν το Facebook (Common Sense, 2018). Για τον χρόνο παραμονής, ορισμένες έρευνες καταλήγουν στο ότι ένας τυπικός χρήστης επισκέπτεται τον λογαριασμό του τουλάχιστον για 1 ώρα την ημέρα, ενώ κάποιες

άλλες (Baker&White, 2011· Tartari, 2015) διαπίστωσαν χρόνο παραμονής πάνω από 3 ώρες την ημέρα. Αυτή η διαφοροποίηση εξηγείται και σχετίζεται με τον αριθμό των «φίλων», καθώς όσο αυτός αυξάνεται, οι έφηβοι συνδέονται περισσότερο στον λογαριασμό τους προκειμένου να ενημερωθούν για τις αναρτήσεις των «φίλων» τους (Blease, 2015· Salehan&Negahban, 2013).

Για την ελληνική πραγματικότητα, πρόσφατη έρευνα του Ελληνικού Κέντρου Ασφαλούς Διαδικτύου-ITE (2019) ανέδειξε ότι η συντριπτική πλειοψηφία (83%) των νέων διαθέτει προφίλ σε κοινωνικό δίκτυο, με 63% αυτών να ασχολείται με τα κοινωνικά δίκτυα μέχρι 2 ώρες καθημερινά.

Στους λόγους χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από τους νέους, πρωταρχικός λόγος χρήσης τους είναι η ικανοποίηση της ανάγκης για κοινωνική αλληλεπίδραση και επικοινωνία με άτομα του φιλικού και οικογενειακού τους περιβάλλοντος, προκειμένου να διατηρήσουν τις υφιστάμενες σχέσεις στον πραγματικό κόσμο αλλά και να εξασφαλίσουν τη δυνατότητα επανασύνδεσης με φίλους από το παρελθόν (Pew Research Center, 2018· Yang& Brown, 2012). Οι γυναίκες χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης περισσότερο για να ενισχύσουν τις υπάρχουσες σχέσεις, σε αντίθεση με τους άνδρες που επιδιώκουν την επικοινωνία για να γνωρίσουν καινούρια άτομα (Herring&Kapidzic, 2015). Ακόμη, μέσω της διαμόρφωσης εικονικής κοινότητας, ικανοποιούν την ανάγκη για συντροφικότητα (Hollenbaugh&Ferris, 2014), για αλληλεπίδραση με άτομα που έχουν κοινά ενδιαφέροντα, για έκφραση κοινών προβληματισμών, για ανταλλαγή απόψεων και πληροφοριών σε θέματα που τους απασχολούν κι έτσι, ταυτόχρονα αυτές οι πλατφόρμες καθίσταται χώροι ψυχαγωγίας και χαλάρωσης (Quan-Haase& Young, 2010). Σημαντικός λόγος επίσης της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι και η πίεση των συνομηλίκων και η ανάγκη των νέων για ένταξη σε ομάδα συνομηλίκων και εξασφάλιση κοινωνικής πληροφόρησης, μέσω κειμένων, φωτογραφιών και βίντεο και για διαφήμιση του εαυτού (Doğruer και συν., 2011· Shapiro&Margolin, 2014). Κυρίως τα κορίτσια βρίσκουν διέξοδο δημιουργικής αυτοέκφρασης (Common Sense, 2018). Επιπλέον η μεταβίβαση της συναισθηματικής κατάστασης για την εξασφάλιση στήριξης, παρηγοριάς και συμβουλών σε δυσκολίες αποτελεί έναν άλλο λόγο χρήσης τους (Manago και συν.,2012). Τέλος κάποιοι από τους εφήβους, και στο εξωτερικό και στην Ελλάδα, αποκτούν προφίλ σε σελίδες κοινωνικής δικτύωσης για να μοιραστούν υλικό από τη μαθησιακή διαδικασία και να συμβουλευτούν συμμαθητές τους ή συμφοιτητές τους για την αντιμετώπιση δυσκολιών στα μαθήματα (Subrahmanyam και Greenfield, 2008, MRB Hellas, 2011).

Για την τυπολογία των δραστηριοτήτων κατά την παραμονή των χρηστών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης οι έρευνες έχουν καταλήξει σε κατηγορίες όπως οι παρακάτω:, διακρίνουν 3 κατηγορίες δραστηριοτήτων: την ηλεκτρονική αλληλεπίδραση – δημόσια ή ιδιωτική – μεταξύ «φίλων», όπως αναρτήσεις σχολίων, απαντήσεις σε σχόλια και φωτογραφίες άλλων, την παθητική κατανάλωση των πληροφοριών, παρατηρώντας και ελέγχοντας το προφίλ, τις φωτογραφίες, τις σημειώσεις και τους υπερσυνδέσμους των άλλων χρηστών χωρίς να κάνουν αναρτήσεις ή να στέλνουν μηνύματα και γ) την αυτοπαρουσίαση, αποκαλύπτοντας προσωπικές στάσεις και ενδιαφέροντα, μέσω διαμοιρασμού πληροφοριών, φωτογραφιών ή βίντεο που αναρτούν (Yang και Brown 2012). Ιδιαίτερα, η δημιουργία και η επεξεργασία του ατομικού προφίλ, αλλά και η διαδικασία διαχείρισης της λίστας των «φίλων» αποτελούν συνεχή και αγαπημένη ενασχόληση των εφήβων (Τζαβέλα & Τσίτσικα, 2014).

Η εξέλιξη των ΜΚΔ έκανε σταδιακά την προσωπική επικοινωνία πιο μαζική και πιο διαδραστική (Carr & Hayes, 2015· Treemetal, 2016) και αυτό επηρέασε την αντίληψη της εικόνας του σώματος στα δύο φύλα και διαμόρφωσε επιπτώσεις κοινωνικοποίησης μέσω της εικονικής αυτό-εικόνας του σώματος στους άνδρες και τις γυναίκες (Abrevaya et al., 2020). Η πίεση που προέρχεται από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαφέρει από τα άλλα είδη κοινωνικής πίεσης όπως η οικογένεια, οι συνομήλικοι και οι σημαντικοί άλλοι, και επιδρά στην εικόνα του σώματος των ανθρώπων ανάλογα με τη γενιά και το φύλο τους. Εξάλλου η πίεση αυτή από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επηρέασε την ικανοποίηση από την εικόνα του σώματος σε σημαντικότερο βαθμό σε σύγκριση με τα άλλα είδη κοινωνικής πίεσης μεταξύ των γενεών και του φύλου με τους νεότερους άνδρες να αναφέρουν υψηλότερο αντίκτυπο από τους μεγαλύτερους άνδρες. Οι άνδρες πιέζονται περισσότερο για να δείχνουν μυώδεις, ενώ οι γυναίκες για να δείχνουν πιο αδύνατες, ειδικά αυτές της νεότερης γενιάς. Έτσι αυτή η έρευνα των Abrevaya et al. (2020), ανέδειξε μια ξεχωριστή ή και υψηλότερη πίεση σε σύγκριση με τα παραδοσιακά μέσα, ότι δηλαδή τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης επηρεάζουν διαφορετικά αναλόγως με την ηλικία κι ότι η πίεση αυτή είχε πιο έντονη επίδραση στις γυναίκες σε σύγκριση με τους άνδρες. Στη σημαντική δραστηριότητα και των δύο φύλων να αναρτούν φωτογραφίες, αποδείχθηκε ότι τις νεότερες κυρίως γενιές τις αγγίζουν ζητήματα εικόνας σώματος, σωματικές αλλαγές, μυϊκή ανάπτυξη (Rodgers et al., 2020). Επίσης, το περιεχόμενο που σχετίζεται με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αφορά και στους έντονους φόβους για την αύξηση βάρους (Pearl, 2020). Στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, λοιπόν, τα δύο φύλα οφείλουν να παρουσιάζουν συγκεκριμένα

χαρακτηριστικά τα οποία να εμπίπτουν στην επικρατούσα κοινωνική νόρμα. Οι γυναίκες επιβάλλεται να περιποιούνται τον εαυτό τους, να είναι κομψές και φινετσάτες ενώ η απόκλιση από αυτά οδηγεί σε απαξίωση. Από την άλλη, οι άνδρες είναι αρρενωποί με ό,τι αυτό συνεπάγεται. Εάν τα άτομα δεν εμπίπτουν σε μια από τις πιο πάνω κατηγορίες, κατακρίνονται, χλευάζονται και εν τέλει περιθωριοποιούνται. Ειδικότερα, η ανάλυση κατέδειξε ότι τα περιττά κιλά αποτελούν ταμπού και στα δύο φύλα. Οι αναφορές που σχετίζονται με το σώμα των ανδρών και των γυναικών που έχουν περιττά κιλά, είναι κοροϊδευτικές και καταδικαστικές, ενώ παράλληλα προτείνουν συμμόρφωση με το πρότυπο του αδύνατου σώματος.

3.2. Διαφορές που παρατηρούνται στον τρόπο που τα ΜΚΔ επηρεάζουν τις φιλικές σχέσεις ανάλογα με την προσωπικότητα των χρηστών

Η ανθρώπινη προσωπικότητα αποτελεί αντικείμενο βαθιάς μελέτης στην ψυχολογία, με τη διάσταση της εξωστρέφειας - εσωστρέφειας να έχει ιδιαίτερη σημασία και οι έννοιες αυτές περιγράφουν διαφορετικές πτυχές της ανθρώπινης φύσης, εμφανίζονται και οι δύο πλευρές αλλά με διαφορετικό βαθμό. Αυτό οδηγεί σε έντονες διαφορές μεταξύ των δύο τύπων χωρίς να είναι απαραίτητο ένα άτομο να βρίσκεται αποκλειστικά σε μία από τις δύο αυτές κατηγορίες. Υπάρχουν άνθρωποι που συνδυάζουν χαρακτηριστικά και από τις δύο πλευρές, προσαρμόζοντας τη συμπεριφορά τους ανάλογα με τις συνθήκες και τις ανάγκες του περιβάλλοντος. Το πώς ένα άτομο χρησιμοποιεί και ανανεώνει την ενέργειά του καθώς και ο τρόπος με τον οποίο ερμηνεύει και ανταποκρίνεται στα εξωτερικά ερεθίσματα καθορίζουν τον βαθμό εσωστρέφειας ή εξωστρέφειας. Συνεπώς, η προσωπικότητα είναι ένα πολυδιάστατο φαινόμενο που δεν περιορίζεται απλά σε δύο ακραίες κατηγορίες, αλλά περιλαμβάνει μια ποικιλία χαρακτηριστικών και δυνατοτήτων που αλληλεπιδρούν με το περιβάλλον.

Ο τρόπος με τον οποίο τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ) επηρεάζουν τις φιλικές σχέσεις μπορεί να διαφέρει σημαντικά ανάλογα με την προσωπικότητα των χρηστών δηλαδή κατά πόσο είναι εσωστρεφείς ή εξωστρεφείς.

Οι εσωστρεφείς προτιμούν τη μοναξιά και για αυτούς τα ΜΚΔ μπορεί να μην είναι η πρώτη τους επιλογή για κοινωνικοποίηση. Αν τα επιλέξουν τελικά θα το κάνουν με λιγότερη συχνότητα και επίσης θα προτιμούν να κρατούν τα προσωπικά τους θέματα ιδιωτικά στα ΜΚΔ. Οι εξωστρεφείς χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ για να συνδεθούν με άλλους και να

κοινοποιήσουν τις σκέψεις και τις δραστηριότητές τους. Η φύση τους αυτή τους κάνει να δημοσιεύουν συχνότερα και να επιδιώκουν την αλληλεπίδραση με περισσότερους ανθρώπους. Έχουν, επίσης, δημόσια προφίλ και κοινοποιούν περισσότερες πληροφορίες για τη ζωή τους, ενθαρρύνοντας την αλληλεπίδραση και τη συζήτηση. Φτάνουν επίσης στο σημείο να οργανώνουν και να συμμετέχουν σε ομαδικές δραστηριότητες ή εκδηλώσεις μέσω των ΜΚΔ. Τα ΜΚΔ είναι για αυτά τα άτομα μέσο αναγνώρισης και επιβεβαίωσης από τους άλλους χρήστες των ΜΚΔ μέσω likes, σχολίων και κοινοποιήσεων.

Ταυτόχρονα, όμως, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δίνουν και μια αίσθηση ασφάλειας και άνεσης στη διαπροσωπική επικοινωνία με την ασυγχρονία (asynchronicity) γιατί επιτρέπουν στους νέους να σκεφτούν τι θέλουν να πουν πριν μεταδώσουν κάθε τους μήνυμα (Manago&Vaughn, 2015· Valkenburg&Peter, 2011). Επομένως, εσωστρεφείς και μοναχικοί νέοι επικοινωνούν πιο συχνά με διαδικτυακούς «φίλους», παρουσιάζουν υψηλότερα επίπεδα αυτοαποκάλυψης και διαμοιρασμού συναισθημάτων με αυτόν τον τρόπο επικοινωνίας, αντισταθμίζοντας έτσι τη δυσκολία να κάνουν γνωριμίες στον πραγματικό κόσμο (Arcila και συν., 2017· Peter, Valkenburg&Schouten, 2005). Έτσι μπορούν να απομακρύνονται ψυχοκοινωνικά προβλήματα, όπως άγχος και κατάθλιψη, καθώς οι νέοι «παίρνουν» και «δίνουν» κοινωνική και συναισθηματική υποστήριξη στους φίλους τους εξασφαλίζοντας αίσθηση σταθερότητας (Kim, Min, Min, Lee&You, 2018).

Συνοψίζοντας, η εσωστρέφεια και η εξωστρέφεια επηρεάζουν σημαντικά τον τρόπο που οι χρήστες αλληλεπιδρούν με τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης. Ενώ οι εσωστρεφείς μπορεί να προτιμούν πιο προσωπικές και ιδιωτικές σχέσεις, οι εξωστρεφείς είναι πιο πιθανό να αναζητούν κοινωνική επαφή, αναγνώριση και επιβεβαίωση μέσω των ΜΚΔ. Κατανοώντας αυτές τις διαφορές, μπορούμε να βελτιστοποιήσουμε τη χρήση και την αλληλεπίδραση στα ΜΚΔ, λαμβάνοντας υπόψη τις προσωπικές ανάγκες και προτιμήσεις των χρηστών. Η προσωπικότητα, σε όλες τις διαστάσεις της, επηρεάζει τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι αλληλεπιδρούν και χρησιμοποιούν τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης. Οι εσωστρεφείς και οι εξωστρεφείς έχουν διαφορετικές ανάγκες, προτιμήσεις και προσδοκίες από τις ψηφιακές πλατφόρμες. Η κατανόηση αυτών των διαφορών μπορεί να βοηθήσει στη βελτιστοποίηση της χρήσης των ΜΚΔ, προσαρμόζοντας τις στρατηγικές επικοινωνίας και το περιεχόμενο σε κάθε κοινό. Επιπλέον, η ευαισθητοποίηση σε αυτές τις προτιμήσεις μπορεί να οδηγήσει σε πιο αλληλεγγύες και ενισχυμένες σχέσεις, είτε πρόκειται για προσωπικές είτε για επαγγελματικές σχέσεις. Τέλος, είναι σημαντικό να θυμόμαστε ότι η προσωπικότητα είναι μια πολυδιάστατη και ευέλικτη έννοια, και οι άνθρωποι μπορεί να αλλάζουν και να

προσαρμόζουν τις προτιμήσεις τους με την πάροδο του χρόνου ή ανάλογα με τις συνθήκες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 - ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Σε αυτό το κεφάλαιο παρουσιάζεται η μέθοδος που ακολουθήθηκε για την ολοκλήρωση αυτής της ερευνητικής εργασίας. Πιο αναλυτικά θα παρουσιάσουμε τα ερευνητικά ερωτήματα που καθοδήγησαν αυτήν μελέτη, θα αναφερθούμε στον τρόπο με τον οποίο συλλέξαμε και αναλύσαμε τα δεδομένα και θα επισημανθούν δεοντολογικά ζητήματα και ο τρόπος διαχείρισης τους από τον ερευνητή. Στην τελευταία ενότητα παρουσιάζονται οι περιορισμοί της έρευνας.

4.1 Σκοπός και ερευνητικά ερωτήματα

Η παρούσα μελέτη εξετάζει τη σχέση που αναπτύσσουν οι νέοι άνθρωποι ηλικίας 18- 24 με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αλλά και στον τρόπο με τον οποίο αυτά επηρεάζουν την ποιότητα και τον χαρακτήρα των σχέσεων που δημιουργούν. Σκοπός είναι να μελετηθούν ποιοτικά και εις βάθος οι απόψεις των νέων της συγκεκριμένης ηλικίας (18-24) που έρχονται καθημερινά σε τριβή με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Τα ερευνητικά ερωτήματα που διατυπώθηκαν είναι τα παρακάτω :

1. Ποια είναι η σχέση των νέων ανθρώπων (ηλικίας 18-24 ετών) με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;
2. Πώς τα ΜΚΔ επηρεάζουν την ποιότητα και τον χαρακτήρα των διαπροσωπικών τους σχέσεων;
3. Πώς αυτή η επίδραση διαφοροποιείται ανάλογα με το φύλο και την προσωπικότητα των νέων;

4.2 Συλλογή δεδομένων: Ποιοτική συνέντευξη

Η συλλογή δεδομένων πραγματοποιήθηκε μέσω συνεντεύξεων που έγιναν και διαδικτυακά αλλά και δια ζώσης , οι οποίες είχαν ποιοτική ημιδομημένη μορφή και βασίζονταν περίπου σε 30 ερωτήσεις σχετικά με το θέμα. Οι ημιδομημένες συνεντεύξεις είναι μια μέθοδος έρευνας που συνδυάζει τα πλεονεκτήματα της ποιοτικής και της ποσοτικής έρευνας. Αυτή η μέθοδος συνήθως χρησιμοποιείται όταν οι ερευνητές επιθυμούν να αποκτήσουν πιο λεπτομερείς πληροφορίες από αυτές που μπορεί να παρέχει η καθαρά ποσοτική ή καθαρά

ποιοτική προσέγγιση. Μερικοί από τους διάφορους λογους τους οποίους μπορεί κάποιος να επιλέξει αυτή τη μέθοδο, είναι:

- Ευελιξία: Οι ημιδομημένες συνεντεύξεις επιτρέπουν στους ερευνητές να εξετάσουν τα θέματα σε βάθος, ενώ ταυτόχρονα δίνουν τη δυνατότητα για έναν συγκεκριμένο βαθμό ποσοτικής ανάλυσης.
- Κατανόηση: Η δυνατότητα να ρωτήσουν οι ερευνητές πρόσθετες ερωτήσεις και να εξετάσουν αναπάντητα ή αμφιλεγόμενα θέματα μπορεί να οδηγήσει σε βαθύτερη κατανόηση του φαινομένου που ερευνούν.
- Συμπληρωματικότητα: Οι ημιδομημένες συνεντεύξεις μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να εξηγήσουν ή να συμπληρώσουν πληροφορίες που έχουν συγκεντρωθεί από άλλες πηγές, όπως ερωτηματολόγια ή παρατηρήσεις.
- Αξιοπιστία και εγκυρότητα: Η απευθείας επαφή με τους συμμετέχοντες επιτρέπει στους ερευνητές να διασφαλίσουν την ακρίβεια και την εγκυρότητα των δεδομένων που συλλέγονται.

Τέλος, είναι ιδιαίτερα χρήσιμες σε περιπτώσεις όπου οι ερευνητές επιθυμούν να κατανοήσουν τις προσωπικές εμπειρίες, τις απόψεις και τις αντιλήψεις των συμμετεχόντων σε ένα φαινόμενο ή ένα πρόβλημα.

Ωστόσο, οι ερωτήσεις δεν αποτελούσαν απόλυτη καθοδήγηση, καθώς δόθηκε έμφαση στην προσωπική τους εμπειρία σε δικές τους ιστορίες και παραδείγματα. Επίσης, ενημερώθηκε το ενδιαφερόμενο δείγμα ότι δεν υπάρχουν σωστές ή λάθος απαντήσεις και πάνω από όλα τονίστηκε η εμπιστευτικότητα για τα όσα θα ειπωθούν. Το ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει συνολικά 29 ερωτήσεις και είναι δομημένο σε τρεις βασικούς θεματικούς άξονες.

Τον πρώτο που είναι η χρήση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης: (Γενική άποψη για τα social media, πώς χρησιμοποιείς τα social media, με ποιους επικοινωνείς στα social media.)

Τον δεύτερο άξονα που αφορά την Προσωπική Έκφραση στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης: (Θέματα που συζητάς στα social media και παραδείγματα, πληροφορίες που μοιράζεσαι για τον εαυτό σου στα social media.)

Τέλος ο τρίτος άξονα αφορά τις Διαπροσωπικές Σχέσεις εντος και εκτος ΜΚΔ:(Φιλίες εκτός διαδικτύου, σύγκριση διαδικτυακών και πραγματικών αλληλεπιδράσεων, επιπτώσεις των social media στις σχέσεις και τη ψυχική υγεία.)

Επίσης, περιλαμβάνει ερωτήσεις για τα δημογραφικά στοιχεία του ατόμου που απαντάει, καθώς και για την εκτίμηση των συνολικών επιπτώσεων των social media. Στην παρούσα εργασία έλαβαν μέρος 18 – 24 ετών και ήταν 3 άτομα του αντρικού φύλου και 3 του γυναικείου μεταξύ των οποίων τα τέσσερα από αυτά εργάζονται.

4.3 Επιλογή συμμετεχόντων

Στην παρούσα εργασία έλαβαν μέρος 18 – 24 ετών και ήταν 3 άτομα του αντρικού φύλου και 3 του γυναικείου, μεταξύ των οποίων τα τέσσερα από αυτά εργάζονται. Η επιλογή των συνεντευξιζόμενων έγινε με τον συνδυασμό σκόπιμης δειγματοληψίας και δειγματοληψίας ευκολίας και βασίστηκε σε χαρακτηριστικά όπως η ηλικία που ήταν 18 – 24 ετών και το φύλο. Τα άτομα αυτά ήταν από τον κύκλο μου, οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν άλλες δια ζώσης και άλλες διαδικτυακά λόγω της απόστασης, καθώς δυο από τα άτομα αυτά βρίσκονταν σε άλλη πόλη και άλλη χώρα. Τέσσερα από τα άτομα αυτά έχουν σχέσεις αλλά δεν είναι παντρεμένοι. Οι περισσότεροι είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης στον κλαδο της εκπαίδευσης, της οικονομίας, της πληροφορικής αλλά και της διοίκησης επιχειρήσεων .

4.4 Ανάλυση δεδομένων

Τα δεδομένα που συλλέχθηκαν μέσω των συνεντεύξεων αναλύθηκαν με τη μέθοδο της θεματικής ανάλυσης. Η θεματική ανάλυση είναι μια διαδικασία ανάλυσης δεδομένων που χρησιμοποιείται στις κοινωνικές επιστήμες και τις επιστήμες της υγείας για την εξαγωγή θεματικών προτύπων ή "θεμάτων" από ένα σύνολο δεδομένων. Αυτή η μέθοδος ανάλυσης χρησιμοποιείται σε ποιοτικές μελέτες, όπου το ενδιαφέρον επικεντρώνεται στην κατανόηση των απόψεων των αντιλήψεων των ανθρώπων.

Παρακάτω περιγράφονται έξι βασικά βήματα της θεματικής ανάλυσης όπως τα παρουσιάζει ο Τσιώλης (2018).

Πρώτο Βήμα: Μετεγγραφή

Στην ανάλυση της διαδικασίας της μετεγγραφής, πολλοί ερευνητές της ποιοτικής έρευνας θεωρούν ότι η μετατροπή της ηχογραφημένης συνέντευξης σε γραπτό κείμενο αποτελεί ήδη μια ερμηνεία του προφορικού λόγου. Για τη θεματική ανάλυση, που επικεντρώνεται στο περιεχόμενο, είναι αρκετό ένα απλό σύστημα σημειογραφίας που αποτυπώνει τον προφορικό λόγο και μερικές παραγλωσσικές εκδηλώσεις. Κατά τη μετεγγραφή:

A. Αποδίδουμε με ακρίβεια τα λόγια του πληροφορητή και του συνεντευκτή, χωρίς να διορθώνουμε λάθη ή επαναλήψεις.

B. Αναφέρουμε τόσο τα λόγια του πληροφορητή όσο και του συνεντευκτή, για να κατανοήσουμε την αντίδραση του συνεντευκτή στις ερωτήσεις.

Γ. Σημειώνουμε το σύστημα σημειογραφίας που χρησιμοποιήσαμε σε πίνακα στο παράρτημα.

Δεύτερο Βήμα: Εξοικείωση και Συγκέντρωση Δεδομένων

Στη συνέχεια, διαβάζουμε το υλικό μας, εντοπίζουμε τα αποσπάσματα που αντιστοιχούν στα ερευνητικά ερωτήματα και τα συγκεντρώνουμε σε ένα ξεχωριστό αρχείο.

Τρίτο Βήμα: Κωδικοποίηση

Έπειτα, ο ερευνητής πρέπει να ερμηνεύσει τα δεδομένα του και να τα κωδικοποιήσει. Οι κωδικοί μπορεί να περιγράφουν το περιεχόμενο των δεδομένων ή να προκύπτουν από την ερμηνεία της σημασίας τους. Στη φάση αυτή, ο ερευνητής χρησιμοποιεί ιδέες ή ευρήματα προηγούμενων ερευνών ως βοηθητικά εργαλεία για την αναγνώριση μοτίβων στα δεδομένα. Συνεπώς, οι κωδικοί που δημιουργούνται μπορεί να προέρχονται από τα λόγια των πληροφορητών ή από το θεωρητικό πλαίσιο του ερευνητή.

Βήμα τέταρτο: Μετάβαση από τους κωδικούς στα θέματα

Σε αυτό το στάδιο προχωράμε από την επεξεργασία των κωδικών στη δημιουργία εννοιολογικών θεμάτων. Τα θέματα είναι πιο γενικές και αφηρημένες κατασκευές από τους κωδικούς και αναδεικνύουν επαναλαμβανόμενα μοτίβα νοήματος. Κάθε θέμα μπορεί να λειτουργήσει αυτόνομα ως μια εκδοχή της απάντησης στο ερευνητικό ερώτημα. Επίσης, ορίζουμε τα θέματα και προσδιορίζουμε το περιεχόμενό τους, συνδέοντας τις ιδιότητές τους μεταξύ τους. Δημιουργούμε επίσης ένα θεματικό χάρτη για να απεικονίσουμε τις σχέσεις μεταξύ των θεμάτων και των ιδιοτήτων τους.

Βήμα πέμπτο: Έκθεση των ευρημάτων

Κατά τη διάρκεια της παρουσίασης των ευρημάτων, ξεκινάμε με την παρουσίαση των θεμάτων και των ιδιοτήτων που έχουν αναδειχθεί. Το κάθε θέμα παρουσιάζεται ξεχωριστά, αναδεικνύοντας το περιεχόμενό του. Ενδεχόμενες διαφοροποιήσεις ή διακυμάνσεις που χαρακτηρίζουν το κάθε θέμα επίσης αναδεικνύονται. Στη συνέχεια, παρατίθενται αποσπάσματα από τα κείμενα των συνεντεύξεων για να τεκμηριώσουμε τα ευρήματα. Ο

τρόπος σύνδεσης των θεμάτων μεταξύ τους παρουσιάζεται και συζητείται, δηλαδή ο θεματικός χάρτης που προέκυψε από την ανάλυση.

Η ανάλυση των δεδομένων έγινε με στόχο την απάντηση των ερευνητικών ερωτημάτων.

4.5 Ζητήματα δεοντολογίας

Σύμφωνα με τον Creswell (2011), πριν την έναρξη της συλλογής δεδομένων, η άδεια ή η συγκατάθεση των ερωτούμενων θεωρείται απαραίτητη προϋπόθεση. Η δεοντολογία στη διεξαγωγή συνεντεύξεων αποτελεί βασικό πυλώνα για την εξασφάλιση της επαγγελματικής και ηθικής προσέγγισης σε αυτές τις διαδικασίες. Η συγκατάθεση του συνεντευξιαζόμενου είναι ουσιώδης, καθώς είναι σεβαστή η αντιμετώπιση της ανωνυμίας και του απορρήτου των πληροφοριών που μπορεί να παραχθούν. Ο σεβασμός προς τον συνεντευξιαζόμενο, η αντικειμενικότητα στην αντιμετώπιση των θεμάτων και η διαφάνεια στην αναφορά των πληροφοριών αποτελούν βασικές αρχές. Ακόμη, οι ερωτήσεις πρέπει να είναι απόλυτα σαφείς, ενώ η προστασία της ιδιωτικής ζωής και η αποφυγή της εκμετάλλευσης του συνεντευξιαζόμενου είναι εξίσου σημαντικές πτυχές της δεοντολογίας. Με τη συμμόρφωση προς αυτές τις αρχές, επιτυγχάνεται η εποικοδομητική και εμπιστευτική ανταλλαγή πληροφοριών, προάγοντας την ποιότητα και την ακρίβεια της ενημέρωσης.

Σε κάθε έρευνα με ημιδομημένες συνεντεύξεις, η τήρηση των κανόνων δεοντολογίας αποτελεί βασική ηθική προϋπόθεση. Με την απόλυτη εμπιστευτικότητα και τον σεβασμό του απορρήτου των συμμετεχόντων, τη διασφάλιση της ενημέρωσης και της ελεύθερης συναίνεσής τους, καθώς και με την αντιμετώπισή τους με αξιοπρέπεια και σεβασμό στις πεποιθήσεις τους διασφαλίζονται τα παραπάνω. Επιπλέον η απουσία επιζήμιων επιπτώσεων και η προστασία της εμπιστευτικότητας των πληροφοριών που συγκεντρώνονται είναι εξίσου σημαντικά. Η αυστηρή τήρηση των παραπάνω κανόνων, οδηγεί σε ενδεδειγμένη έρευνα και σε ακριβή αλλά και ποιοτικά αποτελέσματα.

4.6 Περιορισμοί έρευνας

Σε ημιδομημένες συνεντεύξεις υπάρχουν περιορισμοί. Οι συμμετέχοντες είτε από ελλιπή γνώση του θέματος είτε επειδή δεν έχουν τη διάθεση να μην θέλουν να δώσουν πληροφορίες. Επίσης μπορεί η διάρκεια της συνέντευξης να είναι περιορισμένη και αυτό να περιορίζει την παροχή των πληροφοριών. Όταν επίσης η επιλογή των συμμετεχόντων δεν είναι αντιπροσωπευτική μπορεί να μην καλύπτονται όλες οι απόψεις και εμπειρίες πάνω στο θέμα και η προσέγγισή τους να είναι περιορισμένη. Βέβαια υπάρχει πάντα ο κίνδυνος

των ανακριβών και παραποιημένων πληροφοριών ή ακόμη η ερμηνεία των αποσπόμενων πληροφοριών να διαφοροποιηθεί ανάλογα με την εμπειρία του ερευνητή. Άλλες φορές πάλι η ανάλυση των δεδομένων είναι δύσκολη εξαιτίας της ποικιλίας των απαντήσεων και των διαφορετικών προοπτικών των συμμετεχόντων. Μια άλλη τέλος δυσκολία αποτελεί η αδυναμία πρόσβασης σε κάποια πρόσωπα και σε κάποιες κοινότητες κι αυτό περιορίζει την εκπροσώπηση του δείγματος. Όλα τα παραπάνω συνιστούν σημαντικούς περιορισμούς και της παρούσας έρευνας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 - ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

5.1. 1^ο στάδιο: Αρχική κωδικοποίηση (δημιουργία κωδικών)

Στο στάδιο της κωδικοποίησης ερευνητής οφείλτε να ερμηνευτούν τα δεδομένα της έρευνας, να κατανοηθεί το νόημά και να αποδοθεί με έναν εννοιολογικό προσδιορισμό. Οι κωδικοποίησης πρέπει να είναι συστηματική και οι κωδικοί που θα προκύψουν περιεκτικοί. Στην συγκεκριμένη έρευνα οι κωδικοί είναι και περιγραφικοί αλλά και ερμηνευτικού τύπου. Στους περιγραφικούς περιγράφεται το έκδηλο περιεχόμενο μιας ενότητας των δεδομένων. ενώ στην δεύτερη κατηγορία σε μερικά στάδια χρειάστηκε να δοθεί μια ερμηνεία περεταίρω. Γίνεται, σαφές λοιπόν ότι τα ερευνητικά ερωτήματα λειτουργούν ως οδηγός («φίλτρο») κατά τη διαδικασία της κωδικοποίησης, αλλά και ότι στο ίδιο απόσπασμα μπορεί να αποδοθούν περισσότεροι του ενός κωδικοί.

Πίνακας 1 Διαδικασία αρχικής κωδικοποίησης

Τα ΜΚΔ ως αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής των ανθρώπων.	<p>Μέρος της καθημερινότητάς μας, των περισσότερων από μας τόσο σε μικρότερες ηλικίες αλλά όσο και σε μεγαλύτερες. Και το αποτέλεσμα; Σχεδόν όλοι να έχουν δημιουργήσει ένα προφίλ σε κάποιο social media. (ΣΥΝ. 3, γυναίκα)</p> <p>Τα social media έχουν γίνει αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας μου. Από την επικοινωνία μου με φίλους, γνωστούς και συγγενείς μου μέχρι και την ενημέρωση μου για το τι συμβαίνει στον κόσμο, Οφείλονται όλα σε αυτές τις εφαρμογές. Πιστεύω πως έχουν διευκολύνει τις ζωές μας σε μεγάλο βαθμό. (ΣΥΝ. 5, άνδρας)</p>
Το θετικό της άμεσης επικοινωνίας και ενημέρωσης .	Τα social media γενικά πιστεύω είναι ένα χρήσιμο εργαλείο στην καθημερινότητά μας αρκεί να ξέρουμε πως να τα χρησιμοποιούμε... Αρχικά πιστεύω επηρεάζουν θετικά τη μέρα μας κι επειδή όλοι... τρέχουμε, μηδενίζουν τις αποστάσεις και επιτρέπουν την άμεση αλληλεπίδρασή με φίλους και γνωστούς.

	<p>Επίσης... βρίσκω διάφορες πληροφορίες αλλά ενημερώνομαι και άμεσα για διάφορα θέματα της επικαιρότητας. (ΣΥΝ. 3, γυναίκα)</p> <p>Όπως ανέφερα και παραπάνω χρησιμοποιώ τα social media για να επικοινωνώ με τους αγαπημένους μου ανθρώπους και για να ενημερώνομαι και να ψυχαγωγούμαι με γεγονότα της αρεσκείας μου (αθλητισμός, gaming κλπ) και για γεγονότα που συμβαίνουν σε όλο τον κόσμο (πολιτική κλπ). (ΣΥΝ. 5, άνδρας)</p>
<p>Αλληλεπίδραση μέσω σχολίων σε οπτικοακουστικό περιεχόμενο.</p>	<p>Τις περισσότερες φορές γράφω σχόλια σε βιντεακια επιστημονικού περιεχομένου που παρακολουθώ. (ΣΥΝ.1, άνδρας)</p>
<p>Ανάρτηση φωτογραφιών από εκδρομές και γεγονότα που θέλουν να θυμούνται (τις μοιράζονται με επιλεγμένα άτομα).</p>	<p>Επίσης, τα χρησιμοποιώ για να δείξω οπτικό και ακουστικό υλικό, φωτογραφίες μου ή βίντεο από διάφορα μέρη που επισκέπτομαι και από εκδρομές που πηγαίνω με τους φίλους μου. Με τη δημοσίευση φωτογραφιών αισθάνομαι... ότι έχω τη δυνατότητα να δείξω την δική μου αισθητική. (ΣΥΝ. 3, γυναίκα)</p> <p>Στα social... ανεβάζω φωτογραφίες μου (πχ από μέρη που επισκέπτομαι) και τις ανεβάζω στο instagram. Αυτές τις φωτογραφίες μπορούν να τις δούνε άτομα που έχω εγκρίνει εγώ να είναι φίλοι μου και όχι όλος ο κόσμος. (ΣΥΝ. 5, άνδρας)</p> <p>Έτσι όπως το έχω στο μυαλό μου, είναι σαν να έχω δημιουργήσει ένα online άλμπουμ από τις στιγμές μου τις οποίες μπορώ να τις μοιράζομαι με φίλους μου, και αυτοί αντίστοιχα να μοιράζονται τις δικές τους στιγμές μαζί μου. (ΣΥΝ. 5, άνδρας)</p>
<p>Η χρήση του LinkedIn για</p>	<p>Θα μιλήσω πάλι για το LinkedIn. Θα έλεγα ότι σε</p>

<p>επαγγελματικούς σκοπούς.</p>	<p>αυτό το μέσο Κοινωνικής Δικτύωσης μοιράζομαι προσωπικές και επαγγελματικές πληροφορίες με σκοπό την επαγγελματική μου εξέλιξη. Το LinkedIn σου δίνει τη δυνατότητα να χτίσεις το δικό σου βιογραφικό δίνοντας πληροφορίες τόσο για το χαρακτήρα όσο και για τα προσόντα και τις δεξιότητες σου και μέσα από διάφορες αγγελίες έχω τη δυνατότητα να βρω περισσότερες ευκαιρίες για εργασία. (ΣΥΝ. 1, άνδρας)</p>
<p>Οι χαλαρές συζητήσεις μέσω των social media.</p>	<p>Με τους φίλους μου κυρίως κάνουμε χαλαρές συζητήσεις μέσω των social media γιατί προτιμούμε τα κοινωνικοπολιτικά ζητήματα να τα συζητάμε από κοντά. Συνήθως, δηλαδή με αφορμή κάποιο κωμικό βίντεο που μπορεί να απεικονίζει κάτι που έχει συμβεί και στη δική μας παρέα μπορώ και κάνω πλάκα με την παρέα μου αναπολώντας παρόμοιες και αντίστοιχες στιγμές και εμπειρίες από το παρελθόν. Φυσικά ανάλογα με το είδος του υλικού που μοιραζόμαστε μπορεί οι συζητήσεις με τους φίλους μου να στραφούν και σε άλλα θέματα όπως μαγειρικής, γυμναστικής, μόδας, για ταξίδια, για ταινίες και άλλα. (ΣΥΝ. 3, γυναίκα)</p> <p>Τα social media επηρεάζουν ελάχιστα την ζωή μου. Τα χρησιμοποιώ κυρίως για διασκέδαση όπως το να βλέπω βίντεο στο tiktok ή reels και βίντεο στο Instagram καθώς επίσης και να επικοινωνώ με φίλους μου. (ΣΥΝ. 2, γυναίκα)</p>
<p>Η ωραιοποιημένη εικόνα που επικοινωνούν οι νέοι και η επίδραση στην αυτοεκτίμηση τους.</p>	<p>Στο instagram όμως οι φωτογραφίες που επιλέγω να δημοσιεύσω είναι κυρίως προσωπικές και απεικονίζουν όμορφες στιγμές είτε της καθημερινότητας μου είτε μιας πιο ιδιαίτερης για</p>

	<p>εμένα ημέρας όπως η μέρα της ορκωμοσίας μου. Δημοσιεύω πάλι οπτικοακουστικό υλικό που δείχνει ευχάριστες και χαλαρές στιγμές, μου έρχεται στο μυαλό τώρα ένα βίντεο που ανέβασα από μια συναυλία που πήγα με τους φίλους μου. (ΣΥΝ. 3, γυναίκα)</p> <p>Το πρώτο που μου ερχόταν στο μυαλό είναι ότι μέσα από τα social μπορείς να βρεις φανταστικά άτομα με απίστευτα ταλέντα και αμέσως μπαίνεις σε σύγκριση μαζί τους. Προφανώς θα νιώσεις κατώτερος σε σχέση με τις δικές τους δυνατότητες. Το άλλο που διάβασα από ένα βιβλίο είναι ότι τα social είναι σαν ναρκωτικό για το μυαλό. Μας προμηθεύουν με μικρές δόσεις ντοπαμίνης εκείνη την στιγμή και μετά όταν απομακρύνομαι από αυτά αρχίζω και αισθάνομαι άσχημα. (ΣΥΝ. 2, γυναίκα)</p>
<p>Η αρνητική διάθεση που δεν επικοινωνούν τόσο εύκολα οι νέοι μέσα από τα social.</p>	<p>Για να είμαι ειλικρινής βέβαια όταν θα είμαι λίγο πεσμένη ψυχολογικά θα προτιμήσω τη face to face επικοινωνία γιατί στα social media και κυρίως μέσω μηνυμάτων νιώθω ότι δεν μου είναι εύκολο να μοιράζομαι δυσάρεστα και αρνητικά συναισθήματα. Εξάλλου το θεωρώ και πολύ ψυχρό. (ΣΥΝ. 3, γυναίκα)</p> <p>Σίγουρα πάντως τα άγχη και τους προβληματισμούς μου προτιμώ να τα μοιράζομαι μόνο με τους πολύ κοντινούς μου ανθρώπους.... Δεν μοιράζομαι αρνητικά συναισθήματα στα social media όπως το instagram γιατί νιώθω ότι δεν πρέπει να δείχνω τις αδυναμίες μου σε τόσο μεγάλο αριθμό ατόμων. (ΣΥΝ. 3, γυναίκα)</p>

<p>Η δύναμη και η αμεσότητα της φυσικής επικοινωνία για πιο εμπιστευτικές συζητήσεις.</p>	<p>Αν κάτι με απασχολεί για παράδειγμα αντί να περιμένω απάντηση σε κάποιο μήνυμα, προτιμώ να βρεθώ με τους φίλους μου από κοντά προκειμένου να μοιραστούμε το πρόβλημά μου γιατί νομίζω ότι έτσι θα είναι και αυτοί σε θέση να με καταλάβουν καλύτερα ώστε να μπορέσουν μετά να με βοηθήσουν ή να με συμβουλέψουν. (ΣΥΝ. 3, γυναίκα)</p> <p>Πιο εύκολα ανοίγομαι όταν επικοινωνώ πρόσωπο με πρόσωπο με το άλλο άτομο... Τον βλέπω, βλέπω τις αντιδράσεις του. Βλέπω, αν για παράδειγμα του ζητήσω βοήθεια αν θέλει να το κάνει... Αυτό κρύβεται πίσω από μια οθόνη (ΣΥΝ. 2, γυναίκα)</p> <p>Όχι. Θεωρώ ότι μοιράζομαι πολλά παραπάνω πράγματα από κοντά παρά στα social. (ΣΥΝ. 5, άνδρας)</p> <p>Μπορώ να είμαι σίγουρος ότι μόνο τα άτομα που τους τα λέω εγώ θα τα μάθουν. (ΣΥΝ. 1, άνδρας)</p> <p>Από κοντά νιώθω ότι εκφράζομαι πιο καλά παρά στα social. Όταν είσαι face to face με τον άλλον και μπορείς να δεις τις εκφράσεις του και νιώσεις τα συναισθήματα του. Είναι πολύ πιο αληθινό από τα απρόσωπα social. (ΣΥΝ. 5, άνδρας)</p>
<p>Ο αριθμός των φίλων στα socialmedia είναι πολύ μεγαλύτερος σε σχέση με τον πραγματικό κύκλο .</p>	<p>Οι φίλιες που έχω εκτός διαδικτύου είναι σίγουρα πολύ λιγότερες από αυτές που έχω στα social media. (ΣΥΝ. 1, άνδρας)</p> <p>Οι φίλοι μου εκτός Διαδικτύου είναι άτομα τα οποία τα έχω γνωρίσει από τα σχολικά και τα φοιτητικά μου χρόνια και κρατήσαμε επαφές και άτομα τα οποία τα γνώρισα στα χόμπι μου, πχ στην ακαδημία τένις. Μαζί πάμε για καφέ σε κάποιο μαγαζί στο κέντρο της πόλης ή μαζευόμαστε σε κανένα σπίτι και</p>

	<p>συζητάμε για τα νέα στην καθημερινότητα μας και για θέματα που μας απασχολούν. Με τους φίλους μου προσωπικά μοιράζομαι αρκετά θέματα. πχ αν έχω κάποιο πρόβλημα θα το μοιραστώ μαζί τους και θα είναι εκεί να με βοηθήσουν και εγώ αντίστοιχα αυτούς. (ΣΥΝ. 5, άνδρας)</p> <p>Ναι κυρίως οι φίλοι που έχω εκτός διαδικτύου είναι οι ίδιοι που αλληλοεπιδρώ και στα social media . Με αυτούς επικοινωνώ σχεδόν καθημερινά κρατάμε επαφή αφού βρισκόμαστε μακριά . Ωστόσο, υπάρχουν και άτομα που αλληλοεπιδρώ στα social media που δεν είναι φίλοι μου και δεν βγαίνουμε τόσο συχνά έξω μαζί αλλά είναι άτομα που συμπαθώ και θέλω να κρατάμε έστω μια επικοινωνία, για να μην χαθούμε τελείως. (ΣΥΝ. 2, γυναίκα)</p>
<p>Η προσοχή στις αναρτήσεις των νέων γιατί στο διαδίκτυο διαγράφονται πολύ δύσκολα.</p>	<p>Δεν επιλέγω, όπως σου είπα, να μοιράζομαι πολλές πληροφορίες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που αφορούν την προσωπική μου ζωή. Τόσα γίνονται Σκέφτομαι αρκετά τι θα μοιραστώ. Με ποιον θα τα μοιραστώ. Τόσα ακούγονται ... Οι κίνδυνοι που υπάρχουν με έχουν κάνει να είμαι αρκετά προσεκτική στη χρήση των social media. Μπορείς να είσαι σίγουρος για το ποιος μπορεί να βρίσκεται πίσω από μια οθόνη και ειδικότερα για άτομα που δεν έχω γνωρίσει καθόλου από κοντά. (ΣΥΝ. 2, γυναίκα)</p> <p>Μέσα από το διαδίκτυο προσέχω πολύ τι θα μοιραστώ..... Γιατί στα δίκτυα μένουν γραμμένα για πάντα... (ΣΥΝ. 1, άνδρας)</p> <p>Στα social έχω τον φόβο ότι εάν μοιραστώ ένα σημαντικό γεγονός μπορεί να διαρρεύσει (είτε αν μου χακάρουν τον λογαριασμό είτε εάν αυτός που</p>

	<p>μιλάω δεν είναι άξιος εμπιστοσύνης και μοιραστεί την πληροφορία που του έδωσα με κάποιον άλλον). (ΣΥΝ. 5, άνδρας)</p> <p>Όχι δεν μοιράζομαι τα ίδια πράγματα στα social media και εκτός διαδικτύου. Εκτός διαδικτύου προτιμώ να μοιράζομαι περισσότερες πληροφορίες για τη ζωή μου πάρα μέσα από τα social media καθώς περιέχουν κινδύνους. Δεν θεωρώ ότι είναι πλέον από τα πιο έμπιστα μέσα για να επικοινωνεί κάνεις. (ΣΥΝ. 2, γυναίκα)</p>
<p>Η δύναμη των social όταν η καθημερινή επαφή χάνετε.</p>	<p>Συγκεκριμένα με έναν φίλο μου από το πανεπιστήμιο που δεν ήμασταν πλέον στην ίδια πόλη αλλά η παρέα μας έγινε πολύ καλύτερη με τα χρόνια αφού κρατηθήκαμε σε επαφή. Υπήρχαν βέβαια κάποιες παύσεις τώρα που το λες... αλλά τα social ήταν κάτι σημαντικό πιστεύω, γιατί... γιατί όταν βρισκόμαστε από κοντά είναι λες και δεν έχει περάσει ούτε μια μέρα. (ΣΥΝ. 1, άνδρας)</p> <p>Το να μπορώ να μιλάω συνεχώς με την κοπέλα μου και την παρέα μου όπου και αν βρισκόμαστε χωρίς να κόβεται η ροή της συζήτησης (μέσω ομαδικών group). Νιώθω ότι ενδυναμώνει και κρατάει σταθερές τις σχέσεις. (ΣΥΝ. 5, άνδρας)</p> <p>Ναι υπήρχαν κάποιες περιπτώσεις που τα social media βοήθησαν να ενδυναμώνουν κάποιες πρόσωπο με πρόσωπο σχέσεις. Αυτό συνέβη κυρίως γιατί με κάποιους φίλους μου είχαμε χαθεί λόγω απόστασης και τα social media μας βοήθησαν στο να ξανά επικοινωνήσουμε να έρθουμε πιο κοντά και να αρχίσουμε να κάνουμε περισσότερο παρέα. Τα social media φέρνουν κοντά ανθρώπους, μας βοηθούν να διατηρούμε μια συχνή και καλή επαφή με τους ήδη</p>

	<p>κοντινούς μας ανθρώπους αλλά και με αυτούς που ίσως να έχουμε χαθεί για κάποιο καιρό. (ΣΥΝ. 2, γυναίκα)</p>
<p>Η διαδικτυακή επαφή δεν πρέπει να αντικαθιστά την πραγματική αλλά να την συμπληρώνει...</p>	<p>Ναι ... Γιατί φροντίζω η διαδικτυακή επαφή να μην αντικαθιστά την πραγματική αλλά να την συμπληρώνει... (ΣΥΝ. 1, άνδρας)</p> <p>Αρκετές φορές. Το μεγαλύτερο αρνητικό που μου έρχεται αυτήν την στιγμή στο μυαλό, είναι ότι ενώ είμαι με κάποια παρέα ή με την οικογένεια μου ή με την κοπέλα μου, εγώ θα είμαι απασχολημένος με το κινητό μου και θα σκρολαρω χωρίς νόημα στα social. Και βεβαίως, προκαλώ τον εκνευρισμό των ατόμων που είναι γύρω μου. (ΣΥΝ. 5, άνδρας)</p> <p>Γενικά νομίζω ότι είναι ντεμι. Άλλες φορές βοηθάνε πολύ στο να συνεννοηθούμε και να περάσουμε τον χρόνο μας και άλλες φορές νιώθω ότι αποβλακωνόμαστε και χάνουμε την επαφή με το περιβάλλον και τους τριγύρω μας. (ΣΥΝ. 5, άνδρας)</p>
<p>Η ευκολία της άρνησης μέσω των social για να μην δυσαρεστείται ο άλλος στην πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνία.</p>	<p>Μια αρνητική επίπτωση που μου έρχεται τώρα στο μυαλό θα έλεγα ότι είναι το να μην μπορώ τόσο εύκολα από κοντά να πω όχι για παράδειγμα σε μια πρόταση για ραντεβού ή για οποιαδήποτε άλλη έξοδο με φίλους. (ΣΥΝ. 3, γυναίκα)</p>
<p>Η σωστή διαχείριση του χρόνου των νέων στη χρήση των social .</p>	<p>Μπορώ να καταλάβω πότε μπορώ να τα χρησιμοποιήσω και πότε έχω και πρέπει να κάνω πιο σημαντικά πράγματα... (ΣΥΝ. 1, άνδρας)</p> <p>Νομίζω πως την έχω βρει. Ορισμένες φορές νιώθω ότι με καταβάλουν τα social αλλά πάντα μέσα στην εβδομάδα θα βρεθώ αρκετές φορές με τα άτομα που αγαπώ. (ΣΥΝ. 5, άνδρας)</p>

	<p>Στην αρχή όταν άρχισα να χρησιμοποιώ τα social media κάποιες φορές επηρεαζόμουν από αυτά που έβλεπα στα social media και αυτό είχε ως αποτέλεσμα να με επηρεάζει ψυχικά. Ωστόσο, με τον καιρό έπαψαν πλέον να με επηρεάζουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης καθώς άρχισα να τα χρησιμοποιώ λιγότερο και για πιο συγκεκριμένους λόγους. (ΣΥΝ. 2, γυναίκα)</p>
--	--

5.2. 2^ο στάδιο – Εστιασμένη κωδικοποίηση (δημιουργία θεμάτων)

5.2.1 Θέμα 1: Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως οργανικό κομμάτι της ζωής των νέων

Πίνακας 2 Θέμα 1 – Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως οργανικό κομμάτι της ζωής των νέων.

Τα ΜΚΔ ως αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής των ανθρώπων.
Αλληλεπίδραση μέσω σχολίων σε οπτικοακουστικό περιεχόμενο.
Ανάρτηση φωτογραφιών από εκδρομές και γεγονότα που θέλουν να θυμούνται.
Η χρήση του LinkedIn για επαγγελματικούς σκοπούς.
Οι χαλαρές συζητήσεις μέσω των social media.

Η σχέση των νέων ανθρώπων ηλικίας 18-24 ετών με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι πολύ έντονη. Αποτελούν πλέον αναπόσπαστο στοιχείο της καθημερινότητας τους η οποία θα καθίστατο μη λειτουργική χωρίς την ύπαρξη τους. Ας εξετάσουμε κάποιες από τις βασικές χαρακτηριστικές σχέσεις και συμπεριφορές:

Καθημερινή Χρήση: Οι νέοι στην ηλικιακή ομάδα 18-24 ετών χρησιμοποιούν συχνά τα social media καθημερινά, σε μερικές περιπτώσεις ακόμα και πολλές φορές την ημέρα.

Επικοινωνία: Για πολλούς νέους, τα social media είναι το κύριο μέσο επικοινωνίας με φίλους, συγγενείς και γνωστούς. Είτε πρόκειται για chat, ανταλλαγή φωτογραφιών ή βίντεο, τα social media προσφέρουν άμεση επικοινωνία.

Προσωπική Έκφραση: Τα social media λειτουργούν ως πλατφόρμα για την προσωπική έκφραση και την αυτοπαρουσίαση. Οι νέοι αναρτούν φωτογραφίες, βίντεο, καθώς και προσωπικές σκέψεις και αναρτήσεις για να εκφραστούν και να δείξουν την προσωπικότητά τους.

Ενημέρωση: Πολλοί νέοι χρησιμοποιούν τα social media για να ενημερωθούν για τα τελευταία νέα, ειδήσεις και τάσεις. Ανακαλύπτουν νέες πληροφορίες και επικοινωνούν με άλλους χρήστες για να συζητήσουν και να μοιραστούν απόψεις.

Διασκέδαση και Ψυχαγωγία: Τα social media προσφέρουν μια πηγή διασκέδασης για τους νέους. Αναζητούν βίντεο, μουσική, memes και άλλα περιεχόμενα που τους προσφέρουν ψυχαγωγία και αποτελούν αντικείμενο κοινής αναφοράς μεταξύ τους.

Επαγγελματική Χρήση: Πολλοί νέοι χρησιμοποιούν επίσης τα social media για επαγγελματικούς σκοπούς, όπως την αναζήτηση εργασίας, την επικοινωνία με επαγγελματικούς συναδέλφους ή την προβολή των δεξιοτήτων και των επιδόσεών τους.

Συνολικά, τα social media έχουν γίνει ένα αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής των νέων ανθρώπων, προσφέροντας τους έναν τρόπο για επικοινωνία, έκφραση, διασκέδαση, ενημέρωση και επαγγελματική ανάπτυξη.

5.2.2 Θέμα 2: – Η ευρεία – ωστόσο αδύναμη και επισφαλής - σύνδεση των ανθρώπων μέσω των social media και η ανάγκη αυτά να συμπληρώνουν μόνο και να μην αντικαθιστούν τις δια ζώσης επαφές.

Πίνακας 3 Θέμα 2 – Η ευρεία – ωστόσο αδύναμη και επισφαλής - σύνδεση των ανθρώπων μέσω των social media και η ανάγκη αυτά να συμπληρώνουν μόνο και να μην αντικαθιστούν τις δια ζώσης επαφές.

Ο αριθμός των φίλων στα social media είναι πολύ μεγαλύτερος σε σχέση με τον πραγματικό κύκλο.
Η προσοχή στις αναρτήσεις των νέων γιατί στο διαδίκτυο διαγράφονται πολύ δύσκολα.
Η δύναμη των social όταν η καθημερινή επαφή χάνετε.
Η διαδικτυακή επαφή δεν πρέπει να αντικαθιστά την πραγματική αλλά να την συμπληρώνει.
Η αρνητική διάθεση που δεν επικοινωνούν τόσο εύκολα οι νέοι μέσα από τα

social.
Η σωστή διαχείριση του χρόνου των νέων στη χρήση των social .
Ο αριθμός των φίλων στα social media είναι πολύ μεγαλύτερος σε σχέση με τον πραγματικό κύκλο.
Η σωστή διαχείριση του χρόνου των νέων στη χρήση των social .
Οι διαδικτυακές σχέσεις εμφανίζονται ως πιο επιφανειακές και ρηχές.

Από τη μία μεριά, οι νέοι πιστεύουν ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τους προσφέρουν μεγάλες δυνατότητες ευρείας διασύνδεσης, ώστε να μπορούν να επικοινωνούν άμεσα με φίλους και συγγενείς, ανεξαρτήτως απόστασης, καθώς και να συνδέονται με ανθρώπους από διαφορετικές περιοχές, πολιτισμούς και παραδόσεις. Ωστόσο, αυτό το «άνοιγμα» θεωρείται ταυτόχρονα και επισφαλές λόγω της περιορισμένης γνώσης που έχει ο ένας για τον άλλον. Ο βαθμός εμπιστοσύνης στις διαδικτυακές σχέσεις φαίνεται να είναι ιδιαίτερα χαμηλός και οι όποιες αλληλεπιδράσεις γίνονται διστακτικά, ενώ αποφεύγεται ο διαμοιρασμός σημαντικών προσωπικών στοιχείων και εμπειριών. Η υπερβολική διακίνηση πληροφοριών μπορεί να δημιουργήσει προβλήματα με την ιδιωτικότητα και την ασφάλεια των δεδομένων.

Ταυτόχρονα, η προσκόλληση σε αποκλειστικά διαδικτυακές σχέσεις θεωρείται επιζήμια, καθώς μπορεί να αποστασιοποιήσει τους νέους από την πραγματικότητα και τους πραγματικούς ανθρώπους σε επικίνδυνο βαθμό. Για όλους αυτούς τους λόγους οι νέοι θεωρούν ότι οι διαδικτυακές επαφές δεν πρέπει να αντικαθιστούν τις δια ζώσης σχέσεις (που θεωρούνται ως οι μόνες πραγματικές) αλλά μόνο να τις συμπληρώνουν.

5.2.3. Θέμα 3: Ψυχολογικές διαταραχές ως αποτέλεσμα της ωραιοποιημένες εικόνας που επικοινωνούν οι νέοι

Η αναζήτηση αναγνώρισης και επιβεβαίωσης μέσω των socialmedia μπορεί να οδηγήσει σε ψυχολογικά προβλήματα όπως άγχος, κατάθλιψη και χαμηλή αυτοεκτίμηση. Το φαινόμενο της ωραιοποιημένης εικόνας στα social media αποτελεί ένα σύγχρονο και διαδεδομένο πρόβλημα. Οι χρήστες, έχοντας την δυνατότητα να κατασκευάσουν το ατομικό τους προφίλ, παρουσιάζουν συχνά μια εξιδανικευμένη εκδοχή της ζωής τους, μέσα από επιλεγμένες αναρτήσεις και επεξεργασμένες εικόνες. Αυτή η τάση να δημοσιοποιείται μια βελτιωμένη πραγματικότητα δημιουργεί ψευδείς εντυπώσεις στους άλλους, οι οποίοι συγκρίνοντας τη

ζωή τους με τις φαινομενικά τέλειες ζωές των άλλων, αισθάνονται μειονεκτικά. Το περιεχόμενο που παρουσιάζεται είναι συχνά φιλτραρισμένο και επεξεργασμένο, γεγονός που ενισχύει τις μη ρεαλιστικές προσδοκίες και επιδεινώνει την αυτοεκτίμηση των ατόμων. Ενώ η κοινωνική σύγκριση μπορεί σε κάποιες περιπτώσεις να λειτουργήσει ενισχυτικά για την αυτοβελτίωση, η μη ρεαλιστική παρουσίαση στα social media συχνά οδηγεί σε ψυχολογική πίεση και άγχος, επιδεινώνοντας την ψυχοσύνθεση των χρηστών.

5.2.4. Θέμα 4: Διαφορές μεταξύ αντρών και γυναικών ως προς τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης

Η εξέλιξη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (ΜΚΔ) έκανε την προσωπική επικοινωνία πιο μαζική και διαδραστική, επηρεάζοντας την αντίληψη της εικόνας του σώματος στους άνδρες και τις γυναίκες. Η πίεση από τα ΜΚΔ είναι διαφορετική από άλλες κοινωνικές πιέσεις (π.χ. οικογένεια, φίλοι) και επηρεάζει την εικόνα του σώματος ανάλογα με τη γενιά και το φύλο. Οι νεότεροι άνδρες και γυναίκες δέχονται μεγαλύτερη πίεση για συγκεκριμένα σωματικά πρότυπα: οι άνδρες για μυώδες σώμα και οι γυναίκες για αδύνατο σώμα. Η έρευνα έδειξε ότι η πίεση από τα ΜΚΔ έχει ισχυρότερη επίδραση στην εικόνα του σώματος σε σύγκριση με άλλες κοινωνικές πιέσεις, επηρεάζοντας ιδιαίτερα τις γυναίκες. Τα περιττά κιλά αποτελούν ταμπού και για τα δύο φύλα, οδηγώντας σε χλευασμό και περιθωριοποίηση. Η προσωπικότητα και το φύλο των νέων επηρεάζουν τον τρόπο που επικοινωνούν μέσω των ΜΚΔ.

Βάσει των αποτελεσμάτων των συνεντεύξεων που πραγματοποιήθηκαν σε αυτήν την έρευνα, παρατηρούνται πολλές ομοιότητες αλλά και διαφορές ανάμεσα στο γυναικείο και ανδρικό φύλο.

Μία από τις διαφορές αυτές αφορά τον σχολιασμό του περιεχομένου των κοινωνικών δικτύων. Οι άνδρες παρατηρείται ότι είναι συνεχώς ενήμεροι για τα νέα της επικαιρότητας και, επιπλέον, συμμετέχουν ενεργά στα σχόλια και στις συζητήσεις με άλλους σχολιαστές. Χαρακτηριστικά, σε μία συνέντευξη, ένας άνδρας ανέφερε: «Τις περισσότερες φορές γραφώ σχόλια σε βιντεάκια επιστημονικού περιεχομένου που παρακολουθώ. Μιλάω επίσης με άτομα που έχουν τα ίδια ενδιαφέροντα με έμένα.... Αυτό με βοηθάει πολλές φορές γιατί μαθαίνω και άλλα πράγματα πέρα από αυτά που λέει το βίντεο από μόνο του. Πέρα από αυτό όμως σχολιάζω αστεία βιντεάκια με τους φίλους μου για να περνάμε την ώρα μας πιο ευχάριστα » (συνέντευξη 1).

Μία άλλη διαφορά που παρατηρήθηκε είναι ο χρόνος που αφιερώνεται στα κοινωνικά δίκτυα. Οι άνδρες που συμμετείχαν στις συνεντεύξεις αναφέρουν ότι συχνά περνούν πολλές ώρες στα κοινωνικά δίκτυα, ακόμη και όταν βρίσκονται έξω με παρέα, με αποτέλεσμα να χάνουν στιγμές από την πραγματική ζωή. Στην πέμπτη συνέντευξη ενός ανδρός ειπώθηκε το εξής «Αρκετές φορές. Το μεγαλύτερο αρνητικό που μου έρχεται αυτήν την στιγμή στο μυαλό, είναι ότι ενώ είμαι με κάποια παρέα ή με την οικογένεια μου ή με την κοπέλα μου, εγώ θα είμαι απασχολημένος με το κινητό μου και θα σκρολάρω χωρίς νόημα στα social. Και βεβαίως, προκαλώ τον εκνευρισμό των ατόμων που είναι γύρω μου.» «Γενικά νομίζω ότι είναι ντεμι. Άλλες φορές βοηθάνε πολύ στο να συνεννοηθούμε και να περάσουμε τον χρόνο μας και άλλες φορές νιώθω ότι αποβλακωνόμαστε και χάνουμε την επαφή με το περιβάλλον και τους τριγύρω μας.» (συνέντευξη 5, άνδρας).

Επιπλέον, παρατηρήθηκε ότι οι άνδρες προτιμούν να ξεκινούν νέες γνωριμίες μέσω των κοινωνικών δικτύων, αλλά επιδιώκουν να συναντηθούν πρόσωπο με πρόσωπο στη συνέχεια. Όπως είπε χαρακτηριστικά ο συνεντευξιαζόμενος «Το μεγαλύτερο ποσοστό που αλληλεπιδρώ στο Ίντερνετ είναι οι φίλοι μου με τους οποίους βρίσκομαι και από κοντά μαζί τους. Αλλά υπάρχουν και περιπτώσεις που επικοινωνώ με κάποιους γνωστούς αραιά και που, όπου δεν έχουμε πολλές επαφές από κοντά. Βέβαια τώρα που το σκέφτομαι στο κομμάτι της γνωριμίας πιο εύκολα προσεγγίζω μια κοπέλα μέσω των social στην αρχή γιατί είναι πιο εύκολο να την βρω και να πιάσω κουβέντα παρά να περιμένω να την πετύχω κάπου έξω. » Από την άλλη πλευρά, οι γυναίκες προτιμούν να γίνονται κινήσεις στον εξωτερικό χώρο και να μην περιορίζονται μόνο σε μια οθόνη.

5.2.5. Θέμα 5: Βασική διαφορά μεταξύ εξωστρεφών και εσωστρεφών προσωπικοτήτων

Οι εσωστρεφείς άνθρωποι συχνά προτιμούν την προσωπική επαφή από την επικοινωνία μέσω των κοινωνικών δικτύων, καθώς αισθάνονται πιο άνετα και ανοιχτά όταν είναι πρόσωπο με πρόσωπο. Η φυσική επικοινωνία τους επιτρέπει να εκφράσουν βαθύτερα συναισθήματα και σκέψεις με αυθεντικό τρόπο, ενώ μειώνει τις πιθανότητες παρεξηγήσεων που μπορεί να συμβούν μέσω των μηνυμάτων. Οι εσωστρεφείς μπορεί να επηρεάζονται περισσότερο από τη σύγκριση με άλλους στα social media, αισθανόμενοι ανασφάλεια για την εξωτερική τους εμφάνιση ή τη ζωή τους. Παρόλο που χρησιμοποιούν τα κοινωνικά δίκτυα για επικοινωνία, όταν αντιμετωπίζουν σημαντικά ή δυσάρεστα θέματα, προτιμούν την

προσωπική επαφή για βαθύτερες και αυθεντικές συναισθηματικές συνδέσεις. Αντίθετα, οι εξωστρεφείς είναι πιο ενεργητικοί και επικοινωνιακοί στα κοινωνικά δίκτυα, μοιράζοντας άνετα τις σκέψεις, τις εμπειρίες και τις επιτυχίες τους. Η αναγνώριση και η επικοινωνία που λαμβάνουν από τα social media τους προσφέρει έναν θετικό ενισχυτικό παράγοντα, επηρεάζοντάς τους λιγότερο από τις αρνητικές επιπτώσεις της σύγκρισης με άλλους. Αυτοί οι άνθρωποι απολαμβάνουν την αναγνώριση και την αλληλεπίδραση με το κοινό τους, βλέποντας τα κοινωνικά δίκτυα ως μια πλατφόρμα που ενισχύει την κοινωνικότητά τους και τους επιτρέπει να εκφράζονται άνετα και ανοιχτά.

Διαφορές παρατηρήθηκαν επίσης σε σχέση με την εσωστρέφεια και την εξωστρέφεια των νέων. Οι εσωστρεφείς νέοι προτιμούν να αναφέρουν κάτι αρνητικό και να ξεκαθαρίζουν τη θέση τους διαδικτυακά, παρά να στεναχωρήσουν τον άλλον σε προσωπική επικοινωνία. Δεν επιθυμούν να δουν την αντίδραση του ατόμου που θα στεναχωρήσουν από κοντά. Μέσω των κοινωνικών δικτύων, οι εσωστρεφείς βρίσκουν πιο εύκολο να ξεκινήσουν μια συζήτηση, σχολιάζοντας ένα στόρι στο Instagram, αλλά δεν μένουν μόνο στα κοινωνικά δίκτυα και επιδιώκουν να συναντηθούν από κοντά περισσότερες φορές. Μια συνεντευξιαζόμενη ανέφερε το εξής: «Μια αρνητική επίπτωση εε... κάτι που μου έρχεται τώρα στο μυαλό θα έλεγα ότι είναι το να μην μπορώ τόσο εύκολα να επικοινωνήσω από κοντά κάτι που μπορεί να στενοχωρήσει τον άνθρωπο που έχω απέναντι μου... να πω όχι για παράδειγμα σε μια πρόταση για ραντεβού ή για οποιαδήποτε άλλη έξοδο με φίλους. Παρατηρώ δηλαδή ότι μου είναι πολύ πιο εύκολο να αρνηθώ μία πρόταση που θα γίνει μέσω social media με το να στείλω απλώς ένα μήνυμα παρά να χρειαστεί να δω face to face την δυσαρέσκεια που θα τους έδινε ή άρνηση μου.»

Τέλος, παρατηρήθηκε ότι υπάρχουν και εξωστρεφή άτομα τα οποία μέσω των κοινωνικών δικτύων δεν μιλούν πολύ, απλά κρατούν μια επαφή, ενώ τα άτομα με τα οποία συναναστρέφονται εκτός διαδικτύου είναι περισσότερα από τους φίλους στα κοινωνικά δίκτυα. Πιο συγκεκριμένα στην τετάρτη συνέντευξη αναφέρθηκε « Οι περισσότεροι είναι οι ίδιοι. Βέβαια νομίζω... ότι ο κοινωνικός μου περίγυρος είναι ευρύτερος σε σχέση με τους διαδικτυακούς μου φίλους.»

Σε γενικές γραμμές, παρατηρείται ότι οι περισσότεροι νέοι έχουν κατανοήσει τον ουσιαστικό ρόλο των κοινωνικών δικτύων, και ξέρουν πότε αυτά είναι χρήσιμα και απαραίτητα και πότε καταναλώνουν ουσιαστικό χρόνο από την ζωή τους. Ένας άλλος συνεντευξιαζόμενος πρόσθεσε το παρακάτω. «Ναι πιστεύω ότι έχω βρει μια ισορροπία μεταξύ διαδικτυακών και

πραγματικών αλληλεπιδράσεων. Προσπαθώ να χρησιμοποιώ τα social media όσο λιγότερο γίνεται στην καθημερινότητα μου και επιλέγω να περνάω τον ελεύθερο μου χρόνο στην επικοινωνία πρόσωπο με πρόσωπο, καθώς πιστεύω ότι έχει να μου προσφέρει περισσότερα σε σχέση με τα social media.»

Κεφάλαιο 6: Συζήτηση και Συμπεράσματα

Συνολικά, η επικοινωνία των νέων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ένα δίκκοπο μαχαίρι. Ενώ προσφέρει νέους τρόπους επικοινωνίας και διασύνδεσης, παράλληλα μπορεί να εγκλωβίζει τους χρήστες σε έναν ψηφιακό κόσμο που μπορεί να αποσταθεροποιεί την πραγματική τους ζωή. Είναι σημαντικό για τους νέους να είναι ενημερωμένοι και να χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με σύνεση και ευθύνη.

Με βάση τις απαντήσεις που δόθηκαν, παρατηρούμε μια διπλή προσέγγιση των νέων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Από τη μία πλευρά, υπάρχει μια τάση για ωραιοποίηση της πραγματικότητας μέσω της δημοσίευσης προσωπικών φωτογραφιών και βίντεο που απεικονίζουν θετικές στιγμές της ζωής τους. Από την άλλη όμως, υπάρχει μια αντίθετη τάση να αισθάνονται πιο άνετα να μοιράζονται δυσάρεστα και αρνητικά συναισθήματα πρόσωπο με πρόσωπο, παρά μέσω των social media.

Οι νέοι συχνά βρίσκονται σε σύγκριση με άλλους χρήστες των social media, νιώθοντας κατώτεροι λόγω των δεξιοτήτων ή της εικόνας που προβάλλεται από άλλους. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε ψυχολογικές επιπτώσεις, με ορισμένους να αναφέρουν ότι τα social media λειτουργούν σαν ναρκωτικό για το μυαλό, προμηθεύοντας τους με μικρές δόσεις ντοπαμίνης που μπορούν να επηρεάσουν τη διάθεσή τους όταν απομακρύνονται από αυτά.

Παρόλα αυτά, η προτίμηση για πραγματική, πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνία παραμένει ισχυρή. Τα αληθινά συναισθήματα, οι αντιδράσεις και η εκφραστικότητα που προσφέρει η φυσική επαφή δεν μπορούν να αντικατασταθούν από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Η πιο ευέλικτη, προσωπική και βαθιά επικοινωνία με τους φίλους και τους γνωστούς τους συνήθως συμβαίνει εκτός διαδικτύου, κρατώντας ζωντανές τις σχέσεις τους και ενισχύοντας την αμοιβαία κατανόηση και υποστήριξη.

Με βάση τις δηλώσεις από τις συνεντεύξεις που πραγματοποιήθηκαν σχετικά με τη χρήση των social media και τον τρόπο που αυτά επηρεάζουν τις διαπροσωπικές σχέσεις και την επικοινωνία των ανθρώπων έχουν προκύψει κάποια συμπεράσματα. Οι περισσότεροι από τους ομιλητές αναγνωρίζουν τα οφέλη των social media στην καθημερινότητά τους, όπως την άμεση επικοινωνία, την πρόσβαση σε πληροφορίες και τη διατήρηση επαφών με αγαπημένα πρόσωπα που βρίσκονται μακριά.

Παράλληλα όμως, υπάρχει και μια γενικευμένη ανησυχία για την υπερβολική χρήση των social media, την ιδιωτικότητα και την ασφάλεια των πληροφοριών που μοιράζονται, και την απόσταση που δημιουργούν από την πραγματική επαφή με τους ανθρώπους γύρω τους. Αυτό επισημαίνεται από τις δηλώσεις που αναφέρονται στον προσεκτικό τρόπο χρήσης των social media, την προτίμηση για πραγματική επικοινωνία και την ανησυχία για την υπερβολική χρήση του κινητού τηλεφώνου σε κοινωνικές περιστάσεις.

Η ωραιοποιημένη εικόνα που παρουσιάζουν οι νέοι στα social media αποτελεί συχνά μια διαδικτυακή προβολή του εαυτού τους, ενώ η πραγματική τους διάθεση μπορεί να μην είναι τόσο αισιόδοξη. Αντίθετα, η φυσική επικοινωνία προσφέρει μια δύναμη και αμεσότητα που επιτρέπει πιο εμπιστευτικές συζητήσεις, κάτι που είναι δύσκολο να επιτευχθεί μέσω των social media. Ενδεικτικό της αρνητικής διάθεσης που μπορεί να κρύβουν οι νέοι στα social είναι ο μεγάλος αριθμός των "φίλων" που έχουν, ο οποίος συχνά υπερβαίνει τον πραγματικό τους κύκλο γνωριμιών. Η ευκολία με την οποία μπορούν να αρνηθούν κάποιον ή να μην εκφράσουν τις αληθινές τους απόψεις μέσω των social media αποτελεί έναν ακόμα παράγοντα που επηρεάζει την επικοινωνία τους. Τέλος, η σωστή διαχείριση του χρόνου στη χρήση των social media είναι κρίσιμη, καθώς μπορεί να επηρεάσει την κοινωνική τους ζωή και την προσωπική τους ανάπτυξη.

Τέλος, υπάρχει μια γενική αντίληψη ότι τα social media μπορούν να ενδυναμώσουν τις σχέσεις, αλλά είναι σημαντικό να μην αντικαθιστούν την πραγματική, φυσική επαφή με τους ανθρώπους. Αυτό αποτελεί ένα κεντρικό θέμα που επαναλαμβάνεται σε πολλές από τις δηλώσεις και αποτελεί ένα σημαντικό συμπέρασμα για τη σχέση μας με τα social media στη σύγχρονη εποχή.

Με βάση τα αποτελέσματα της θεματικής ανάλυσης που παρουσιάστηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο, θα προχωρήσω παρακάτω στην απάντηση των ερευνητικών ερωτημάτων .

- **Ερευνητικό ερώτημα 1** Ποια είναι η σχέση των νέων ανθρώπων (ηλικίας 18-24 ετών) με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

- **Ερευνητικό ερώτημα 2** Πώς τα ΜΚΔ επηρεάζουν την ποιότητα και τον χαρακτήρα των διαπροσωπικών τους σχέσεων;
- **Ερευνητικό ερώτημα 3** Πώς αυτή η επίδραση διαφοροποιείται ανάλογα με το φύλο και την προσωπικότητα των νέων (π.χ. εσωστρεφείς ή εξωστρεφείς προσωπικότητες, κ.λπ.);

Ερευνητικό ερώτημα 1- Ποια είναι η σχέση των νέων ανθρώπων (ηλικίας 18-24 ετών) με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

Οι νέοι ηλικίας 18-24 ετών έχουν μια πολυδιάστατη και έντονη σχέση με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (ΜΚΔ), τα οποία είναι κεντρικό στοιχείο της καθημερινότητάς τους. Τα χρησιμοποιούν για επικοινωνία, προσωπική έκφραση, ενημέρωση, διασκέδαση, και επαγγελματική ανάπτυξη.

Τα ΜΚΔ αποτελούν κύριο κανάλι επικοινωνίας για τους νέους, επιτρέποντάς τους να ανταλλάσσουν μηνύματα, φωτογραφίες και βίντεο με φίλους και οικογένεια, ενισχύοντας έτσι την αίσθηση της κοινότητας και της συνδεσιμότητας. Παράλληλα, λειτουργούν ως μια πλατφόρμα προσωπικής έκφρασης, όπου οι νέοι αναρτούν φωτογραφίες, βίντεο και αναρτήσεις που αντικατοπτρίζουν τις αξίες, τα ενδιαφέροντά τους και τον τρόπο με τον οποίο βλέπουν τον κόσμο.

Τα ΜΚΔ παρέχουν επίσης στους νέους πρόσβαση σε νέα, τάσεις και πληροφορίες για ενδιαφέροντα θέματα, όπως η πολιτική, ο πολιτισμός, η τέχνη και η επιστήμη, ενισχύοντας έτσι την ενημέρωση και την ενσωμάτωσή τους στην κοινωνία. Η διασκέδαση και η ψυχαγωγία είναι άλλοι δύο βασικοί λόγοι χρήσης των ΜΚΔ, προσφέροντας μια ποικιλία περιεχομένου, όπως βίντεο, memes, μουσική και παιχνίδια, που προσφέρουν ψυχαγωγία και χαλάρωση.

Επιπλέον, το LinkedIn αποτελεί ένα κρίσιμο εργαλείο για την επαγγελματική ανάπτυξη των νέων, παρέχοντας τη δυνατότητα να δημιουργούν επαγγελματικές σχέσεις, να αναζητούν εργασιακές ευκαιρίες και να προβάλλουν τις δεξιότητες και την εκπαίδευσή τους.

Συνολικά, τα ΜΚΔ ενισχύουν την κοινωνική, προσωπική και επαγγελματική ζωή των νέων ηλικίας 18-24 ετών. Ωστόσο, είναι σημαντικό να χρησιμοποιούνται με συνείδηση και

υπευθυνότητα, λαμβάνοντας υπόψη τις προκλήσεις και τους κινδύνους της υπερβολικής χρήσης.

Ερευνητικό ερώτημα 2 Πώς τα ΜΚΔ επηρεάζουν την ποιότητα και τον χαρακτήρα των διαπροσωπικών τους σχέσεων;

Βασιζόμενοι στις παραπάνω συνεντεύξεις, μπορούμε να αναπτύξουμε τον τρόπο με τον οποίο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζουν την ποιότητα και τον χαρακτήρα των διαπροσωπικών σχέσεων των ανθρώπων:

Διαχωρισμός Προσωπικού και Δημόσιου Χώρου: Οι περισσότεροι άνθρωποι επιλέγουν να μοιράζονται μόνο ευχάριστες και ιδιαίτερες στιγμές της ζωής τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αποφεύγουν τη δημοσίευση αρνητικών συναισθημάτων ή προσωπικών πληροφοριών, διατηρώντας έναν διαχωρισμό μεταξύ του προσωπικού και του δημόσιου χώρου.

Επιλεκτική Διαμοιρασμός Πληροφοριών: Η προσοχή που δίνεται στην επιλογή των πληροφοριών που θα μοιραστούν είναι μεγάλη. Οι χρήστες σκέφτονται ποιες πληροφορίες θα είναι ασφαλείς και με ποιους θα τις μοιραστούν.

Ανησυχίες για την Ασφάλεια: Η ανησυχία για την ασφάλεια και την προστασία των προσωπικών πληροφοριών είναι εμφανής. Ο φόβος του χάκερ ή του ανεπιθύμητου διαδικτυακού επιτιθέμενου είναι ένας λόγος που περιορίζει τον διαμοιρασμό προσωπικών πληροφοριών στα social media.

Διατήρηση και Ενίσχυση Διαπροσωπικών Σχέσεων: Παρ' όλες τις ανησυχίες, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να ενισχύουν τις διαπροσωπικές σχέσεις. Βοηθούν στη διατήρηση της επαφής με φίλους και συγγενείς, ιδιαίτερα όταν υπάρχει φυσική απόσταση.

Κίνδυνοι και Αρνητικές Συμπεριφορές: Παρόλα αυτά, τα social media μπορούν να προκαλούν και αρνητικές συμπεριφορές, όπως η αποσπασματική προσοχή στους γύρω τους και η απομάκρυνση από το πραγματικό περιβάλλον.

Συμπληρωματικότητα των Διαπροσωπικών Σχέσεων: Πολλοί άνθρωποι προτιμούν να χρησιμοποιούν τα social media ως ένα εργαλείο που συμπληρώνει την πραγματική τους επαφή με τους ανθρώπους, παρά να την αντικαθιστά.

Συνοψίζοντας λοιπόν, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν διπλή επίπτωση στις διαπροσωπικές σχέσεις. Ενώ μπορούν να βοηθούν στη διατήρηση και ενίσχυση των σχέσεων, μπορούν επίσης να προκαλούν αποσπασματική προσοχή, ανησυχίες για την ασφάλεια και απομάκρυνση από το πραγματικό περιβάλλον.

Βασιζόμενοι στις συνεντεύξεις που απατάνε σε αυτό το ερευνητικό ερώτημα, μπορούμε να προσθέσουμε τα εξής στοιχεία για τον τρόπο με τον οποίο τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ) επηρεάζουν την ποιότητα και τον χαρακτήρα των διαπροσωπικών σχέσεων:

Αυξημένη Συνδεσιμότητα: Τα ΜΚΔ προσφέρουν τη δυνατότητα για συνεχή επικοινωνία και συνδεσιμότητα με φίλους και οικογένεια, ανεξάρτητα από τη φυσική απόσταση. Αυτό ενισχύει την αίσθηση της κοινότητας και της κοινωνικής υποστήριξης.

Παραβίαση Ιδιωτικότητας: Ενώ τα ΜΚΔ επιτρέπουν την επικοινωνία με άλλους, υπάρχει ο κίνδυνος της παραβίασης της ιδιωτικότητας. Αυτό μπορεί να επηρεάσει την εμπιστοσύνη και την ασφάλεια που αισθάνονται οι χρήστες στην online επικοινωνία.

Σύγχυση Ταυτότητας: Η υπερβολική χρήση ΜΚΔ μπορεί να οδηγήσει σε μια σύγχυση της προσωπικής ταυτότητας, καθώς οι χρήστες προσπαθούν να προβάλλουν μια ιδανική εικόνα του εαυτού τους στο διαδίκτυο.

Επηρεασμός Συμπεριφοράς και Αυτοεκτίμησης: Τα ΜΚΔ μπορούν να επηρεάσουν τη συμπεριφορά και την αυτοεκτίμηση των ανθρώπων. Η σύγκριση με άλλους και η ανάγκη για αναγνώριση μπορεί να οδηγήσει σε στρες και ανασφάλεια.

Συνοψίζοντας λοιπόν, τα ΜΚΔ έχουν διφορούμενη επίδραση στις διαπροσωπικές σχέσεις. Αν και μπορούν να ενισχύουν την επικοινωνία και τη συνδεσιμότητα, υπάρχουν επίσης κινδύνοι όπως η παραβίαση της δηκτικότητας, η σύγχυση της ταυτότητας και ο αρνητικός επηρεασμός στην αυτοεκτίμηση. Είναι σημαντικό για τους χρήστες να είναι ενήμεροι των κινδύνων και να χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ με σύνεση και κριτική σκέψη.

Ερευνητικό ερώτημα 3 Πώς αυτή η επίδραση διαφοροποιείται ανάλογα με το φύλο και την προσωπικότητα των νέων (π.χ. εσωστρεφείς ή εξωστρεφείς προσωπικότητες, κ.λπ.);

Βάσει των παραπάνω συνεντεύξεων, οι νέοι έχουν διάφορες επιδράσεις από τη χρήση των social media, ανάλογα με το φύλο και την προσωπικότητά τους. Μια γυναίκα μιλά για την προτίμηση της face-to-face επικοινωνίας όταν είναι ψυχολογικά πεσμένη. Εκφράζει επίσης την ανάγκη να μοιράζεται δυσάρεστα και αρνητικά συναισθήματα από κοντά παρά στα

social media. Η επίδραση των κοινωνικών δικτύων στις νέες ηλικίες για το γυναικείο φύλο μπορεί να διαφοροποιηθεί ανάλογα με την προσωπικότητα της κάθε νέας. Οι εξωστρεφείς γυναίκες είναι πιο ενεργές και επικοινωνιακές στα social media, καθώς απολαμβάνουν να μοιράζονται τις σκέψεις, τις εμπειρίες και τις επιτυχίες τους με άλλους, ενώ επηρεάζονται λιγότερο από τις αρνητικές επιπτώσεις της σύγκρισης με άλλες γυναίκες. Αντίθετα, οι εσωστρεφείς γυναίκες προτιμούν την προσωπική επαφή και μπορεί να αισθάνονται πιο ανασφαλείς λόγω της σύγκρισης με άλλες γυναίκες στα social media, επηρεαζόμενες περισσότερο από τις αρνητικές επιπτώσεις. Οι εξωστρεφείς άνδρες τείνουν να εκφράζονται άνετα και ανοιχτά μέσω των κοινωνικών δικτύων, ενώ οι εσωστρεφείς άνδρες μπορεί να νιώθουν περισσότερη άνεση με την επικοινωνία μέσω των social media αλλά προτιμούν την προσωπική επαφή για σημαντικά θέματα. Και τα δύο φύλα επηρεάζονται από τα social media, αλλά η επίδραση αυτή εξαρτάται από την προσωπικότητά τους, με τους εξωστρεφείς να απολαμβάνουν την κοινωνική αλληλεπίδραση και την αναγνώριση, και τους εσωστρεφείς να αναζητούν πιο αυθεντικές και βαθιές συναισθηματικές συνδέσεις.

Προτάσεις για περαιτέρω έρευνα

Βασιζόμενοι στη σημαντική επίδραση που έχουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (ΜΚΔ) στη ζωή των νέων ηλικίας 18-24 ετών, θα μπορούσαμε να εμβαθύνουμε σε περαιτέρω θέματα συζήτησης όπως: οι επιπτώσεις των ΜΚΔ στην ψυχική υγεία και την αυτοεκτίμηση, οι διαφορές στη χρήση των ΜΚΔ μεταξύ των φύλων και διαφορετικών πολιτισμικών ομάδων, οι τρόποι με τους οποίους οι νέοι μπορούν να προστατευθούν από τους κινδύνους της παραπληροφόρησης και του διαδικτυακού εκφοβισμού, και οι στρατηγικές για την προώθηση μιας ισορροπημένης και υπεύθυνης χρήσης των ΜΚΔ. Επιπλέον, θα μπορούσαμε να εξετάσουμε τις επιπτώσεις των ΜΚΔ στην επαγγελματική ζωή των νέων, ειδικά σε σχέση με την ανάπτυξη δεξιοτήτων και τις ευκαιρίες απασχόλησης, καθώς και την επίδραση της συνεχούς ψηφιακής συνδεσιμότητας στις προσωπικές σχέσεις και την κοινωνική αλληλεπίδραση.

Παράρτημα

ΦΥΛΛΟ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ
Εισαγωγική ερώτηση
1. Ποια είναι γενικά η άποψη σου για τα socialmedia;
Χρήση των ΜΚΔ
2. Τι κάνεις όταν χρησιμοποιείς τα socialmedia;
3. Υπάρχει κάποιος άλλος λόγος που χρησιμοποιείς τα socialmedia;
4. Με ποιον (ή με ποιους) επικοινωνείς στα socialmedia;
Προσωπική Έκφραση και Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης
1. Τι συζητάς στα socialmedia; Μπορείς να δώσεις μερικά παραδείγματα;
2. Τι είδους πληροφορίες σχετικά με τον εαυτό σου μοιράζεσαι στα socialmedia;
3. Τι σε κάνει να θες να μοιραστείς τέτοιου είδους πληροφορίες στα socialmedia;
4. Τις ίδιες πληροφορίες που μόλις ανέφερες, τις μοιράζεσαι και εκτός διαδικτύου;
5. (Εάν όχι) γιατί όχι;
6. Είναι αληθινά τα όσα μοιράζεσαι για τον εαυτό σου στα socialmedia;
7. (Εάν όχι) γιατί όχι; Θα ήθελες να αναφέρεις κάποιο παράδειγμα;
8. Έχει τύχει ποτέ να μοιραστείς κάτι για τον εαυτό σου στα socialmedia το οποίο δεν ανταποκρίνεται ακριβώς στην πραγματικότητα αλλά το έχεις εξωραΐσει κατά κάποιο τρόπο (το έχεις κάνει να φαίνεται καλύτερο από ό,τι είναι);
9. (Εάν ναι) θα ήθελες να μιλήσεις λίγο περισσότερο για αυτό;
10. Πότε νιώθεις ότι εκφράζεσαι πιο εύκολα, στα socialmedia ή στην πρόσωπο με πρόσωπο (φυσική) επικοινωνία;
11. Για ποιον λόγο πιστεύεις ότι συμβαίνει αυτό;

Διαπροσωπικές Σχέσεις και Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης
12. Μίλησε μου λίγο για τις φιλίες που έχεις με ανθρώπους <u>εκτός</u> διαδικτύου.
13. Οι φίλοι που έχεις εκτός διαδικτύου είναι οι ίδιοι με αυτούς που αλληλοεπιδράς και στα socialmedia;
14. Θεωρείς ότι όσα μοιράζεσαι στα socialmedia είναι τα ίδια πράγματα που μοιράζεσαι και εκτός διαδικτύου;
15. (Εάν όχι) γιατί νομίζεις ότι συμβαίνει αυτό; Μπορείς να δώσεις ένα παράδειγμα;
16. Έχεις βιώσει αρνητικές επιπτώσεις στις πρόσωπο με πρόσωπο σχέσεις σου λόγω των socialmedia; Τι σε κάνει να το λες αυτό;
17. Υπάρχουν περιπτώσεις που τα socialmedia ενδυνάμωσαν τις ήδη υπάρχουσες (πρόσωπο με πρόσωπο) σχέσεις σου; Πώς συνέβη αυτό; Θα ήθελες να το εξηγήσεις λίγο ή να δώσεις ένα παράδειγμα;
18. Μπορείς να περιγράψεις μια θετική εμπειρία που είχες με φιλίες που δημιουργήθηκαν ή διατηρήθηκαν μέσω των socialmedia;
19. Αισθάνεσαι ότι έχεις βρει μια ισορροπία μεταξύ διαδικτυακών και πραγματικών αλληλεπιδράσεων;
20. (Είτε ναι, είτε όχι) τι σε κάνει να το πιστεύεις αυτό;
Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και Ψυχική Υγεία
21. Αισθάνεσαι ότι η ψυχική σου υγεία επηρεάζεται από τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης;
22. (Εάν ναι) με ποιους τρόπους; Μπορείς να δώσεις παραδείγματα;
23. (Εάν όχι) τι σε κάνει να το πιστεύεις αυτό;
Δημογραφικά στοιχεία
24. Πως θα περιέγραφες τον εαυτό σου σαν άνθρωπο;
Εκτίμηση Συνολικών Επιπτώσεων

25. Γενικά, πώς θα περιέγραφες την επίδραση των socialmedia στις σχέσεις σου;
26. Πως επηρεάζουν τα socialmediaσυνολικά τη ζωή σου;
27. Έχεις κάνει ποτέ ένα διάλειμμα από τα socialmedia;
28. (Εάν ναι) τι σε οδήγησε σε αυτή την απόφαση και ποιο ήταν το αποτέλεσμα;
29. (Εάν όχι) τι σε εμποδίζει να κάνεις ένα τέτοιο διάλειμμα;

Βιβλιογραφία

- Κάβουρα Α. (2016). Επικοινωνία και διαφήμιση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, εκδ. Διόνικος, Αθήνα
- Παπαχαρίση, Ζ. (2014). Πολιτικοί, socialmedia και επικοινωνία. Οικονόμου, Συνέντευξη) kathimerini.gr
- Βάθη, Π. (2016). *Ο ρόλος των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης στην κοινωνική, προσωπική και επαγγελματική ζωή των Νέων - Έρευνα στους φοιτητές του Τ.Ε.Ι. Δυτικής Ελλάδας*. <http://repository.library.teimes.gr/xmlui/handle/123456789/4771>
- 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 /;.1471-6402.2006. 00292.X
- Weinstein, E.C., & Selman, R.L. (2016). Digital stress: Adolescents' personal accounts. *new media & society*, 18(3), 391-409.
- Σιδηροπούλου, Κ. (2020). Διαπροσωπικές σχέσεις: τα βασικά χαρακτηριστικά τους. *MAXMAG | Πολιτισμός, Τέχνες, Διασκέδαση, Ομορφιά*. <https://www.maxmag.gr/psychologia/diaprosopikes-scheseis-ta-vasika-charaktiristika-toys/>
- ENTRE.GR. (2022). *Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και Ανθρώπινες Σχέσεις*. [online] Available at: <https://entre.gr/mesa-koinwnikis-diktiwsis-kai-anthrwpinis-sxeseis/>.
- Hogg, M.A, & Vaughan, G.M. (2010). ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ. Αθήνα, Ελλάδα: Gutenberg.

- Reis, H.T. & Rusbult, C.E. (2004). *Close Relationships: Key Readings in Social Psychology*. New York: Psychology Press, 1-4.
- Higheranking. (2021). 200 κορυφαία στατιστικά χρήσης socialmedia για το 2021. HIGHERANKING. <https://higheranking.com/social-media-marketing-statistics/>
- Admin, & Admin. (2020). Socialmedia: πώς επηρεάζουν τη ζωή των εφήβων | socialpolicy.gr. socialpolicy.gr |. <https://socialpolicy.gr/2020/07/socialmedia-%CF%80%CF%8E%CF%82-%CE%B5%CF%80%CE%B7%CF%81%CE%B5%CE%AC%CE%B6%CE%BF%CF%85%CE%BD-%CF%84%CE%B7-%CE%B6%CF%89%CE%AE-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CE%B5%CF%86%CE%AE%CE%B2%CF%89%CE%BD.html>
- Cavazza, F. (2017). *Social Media Landscape 2017*. [online] FredCavazza.net. Available at: <https://fredcavazza.net/2017/04/19/social-media-landscape-2017/>
- Σαββίδου, Μ. (n.d.). *Εφηβεία και Social Media*. PsychologyNow.gr. <https://www.psychologynow.gr/arthra-psyxologias/oikogeneia-kai-paidi/efiviki-ilikia/10724-efiveia-kai-social-media.html>
- Γιάνναρου, Λ. (2022). Στοκλουβίτωνsocialmedia: Έφηβοι «κολλημένοι»στιςπλατφόρμες. *kathimerini.gr*. <https://www.kathimerini.gr/society/562140883/sto-kloyvi-ton-social-media-efivoi-kollimenoι-stis-platfomes/>
- Newsroom. (2022, March 29). Έρευνα: Ηεπίπτωσητωνsocialmediaστηνψυχικήυγείατων εφήβων. *kathimerini.gr*. <https://www.kathimerini.gr/world/561783226/ereyna-i-epiptosi-ton-social-media-stin-psychiki-ygeia-ton-efivon/>
- Ethnos. (2019). Οι έφηβοι που περνούν πάνω από 3 ώρες στα socialmedia καθημερινά γίνονται αντικοινωνικοί. *EΘΝΟΣ*. <https://www.ethnos.gr/World/article/60338/oiefhboipoypernoynpanoapo3oresstasocialmediakathmerinaginontaiantikoinonikoi>
- Σιώμος, Κ., Σφακιανάκης, Ε. & Φλώρος, Γ. (2012). *Εθισμός στο Διαδίκτυο και άλλες διαδικτυακές συμπεριφορές υψηλού κινδύνου*. Αθήνα: Εκδόσεις Λιβάνη

- Σιώμος, Κ. (2008). Εθισμός των Εφήβων στους Ηλεκτρονικούς Υπολογιστές και το Διαδίκτυο/ Ψυχιατρικά Συμπτώματα και Διαταραχές Ύπνου(Διδακτορική 67 Διατριβή). Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Τμήμα Ιατρικής, Λάρισα.
- Σαμαράς, Α. (2014). Κοινωνικά Δίκτυα και Εθισμός. 3ο Πανελλήνιο Εκπαιδευτικό Συνέδριο Ημαθίας, 4-6 Απριλίου, Νάουσα
- Σιδηροπούλου, Κ. (2021). Διαπροσωπικές σχέσεις: τα βασικά χαρακτηριστικά τους | Ψυχολογία. [online] MAXMAG | Πολιτισμός, Τέχνες, Διασκέδαση, Ομορφιά. Availableat: <https://www.maxmag.gr/psychologia/diaprosoyikes-scheseis-ta-vasika-charaktiristika-toys/> [Accessed 21 Sep. 2023].
- Vogel, E., Rose, J., Roberts, L. and Eckles, K., (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), pp.206-222.
- Ρουλου, V. (2021). Έρευνα: Οι αναπαραστάσεις του ανδρικού και του γυναικείου φύλου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης: η περίπτωση του Master Chef Greece στο YouTube. *Medium*. <https://medium.com/@vasilikipoulou/>