

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Η ψυχοκοινωνική επιρροή του Instagram στους νέους: Η προβληματική χρήση του Instagram και η επίδραση της στην αυτοεκτίμηση, την κοινωνική σύγκριση, την μοναξιά και το άγχος των νέων (18 έως 25 ετών)

Δανάη-Ελισάβετ-Μαρία Φίλιου

Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας

Σχολή Κοινωνικών και Ανθρωπιστικών Επιστημών

Τμήμα Ψυχολογίας

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: Φλωρά Αικατερίνη

ΦΛΩΡΙΝΑ

ΙΟΥΝΙΟΣ 2024

Φύλλο εξέτασης

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να εκφράσω τις ιδιαίτερες ευχαριστίες μου στην καθηγήτρια και επιβλέπουσα μου, Δρ. Φλωρά Αικατερίνη για την πολύτιμη και πολύπλευρη βοήθεια της σε όλη την διαδικασία εκπόνησης της πτυχιακής μου εργασίας. Αισθάνομαι τυχερή για την καθοδήγηση που μου προσέφερε και τον ανεκτίμητο χρόνο που αφιέρωσε στην υποστήριξή μου κατά τη διάρκεια της διεξαγωγής της έρευνας μου. Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον καθηγητή Τσαγκαρίδη Κωνσταντίνο για την συνεισφορά του στις στατιστικές αναλύσεις που ακολούθησα στην εργασία μου.

Πίνακας περιεχομένων	
Περίληψη	6
Abstract.....	8
Εισαγωγή	10
Εννοιολογικές Προσεγγίσεις και Βιβλιογραφική Ανασκόπηση	13
Εννοιολογικές Προσεγγίσεις.....	13
<i>Το ψηφιακό περιβάλλον, ορισμός των Social Media</i>	<i>13</i>
<i>Instagram</i>	<i>15</i>
<i>Προβληματική χρήση Instagram.....</i>	<i>19</i>
<i>Άγχος στο Instagram.....</i>	<i>23</i>
<i>Κοινωνική σύγκριση</i>	<i>24</i>
<i>Αυτοεκτίμηση</i>	<i>26</i>
<i>Μοναξιά</i>	<i>27</i>
Βιβλιογραφική Ανασκόπηση	30
<i>Προβληματική χρήση Instagram, αυτοεκτίμηση και κοινωνική σύγκριση.....</i>	<i>30</i>
<i>Προβληματική χρήση Instagram και άγχος στο Instagram.....</i>	<i>34</i>
<i>Προβληματική χρήση Instagram και μοναξιά.....</i>	<i>37</i>
<i>Προβληματική χρήση Instagram και δημογραφικά χαρακτηριστικά.....</i>	<i>40</i>
Η Παρούσα Έρευνα	42
Μέθοδος	45
<i>Συμμετέχοντες.....</i>	<i>45</i>
<i>Ψυχομετρικά εργαλεία.....</i>	<i>46</i>
Instagram Use Questionnaire.....	47
Instagram Anxiety Scale.....	48
Rosenberg's Self-Esteem Scale.....	49
Iowa-Netherlands Comparison Orientation Scale- Short version.....	49
UCLA Loneliness Scale, Version 3.....	50
<i>Διαδικασία συλλογής δεδομένων</i>	<i>50</i>
Αποτελέσματα	52
Στατιστική Ανάλυση	52
<i>Περιγραφικά ευρήματα</i>	<i>53</i>
<i>Έλεγχος ερευνητικών υποθέσεων.....</i>	<i>54</i>
Συζήτηση	58

<i>Συμπεράσματα</i>	58
<i>Περιορισμοί παρούσας μελέτης</i>	66
<i>Προτάσεις για μελλοντικές έρευνες</i>	67
Βιβλιογραφία	68
Παράρτημα	86

Περίληψη

Η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχει ενταχθεί πλέον στην καθημερινότητα του σύγχρονου ανθρώπου, διαμορφώνοντας τον τρόπο αλληλεπίδρασης και εισάγοντας νέες μορφές επικοινωνίας. Παρά τη θετική πτυχή των κοινωνικών δικτύων, η υπερβολική ενασχόληση ενδέχεται να οδηγήσει σε μια προβληματική και εθιστική συμπεριφορά. Ο σκοπός της παρούσας έρευνας είναι να διερευνηθεί ο βαθμός της προβληματικής χρήσης του Instagram και τον τρόπο που επηρεάζει το άγχος κατά την χρήση της εφαρμογής, την αυτοεκτίμηση, την κοινωνική σύγκριση και την μοναξιά. Το δείγμα που συγκεντρώθηκε αποτελείται από 200 Έλληνες νέους φοιτητές και φοιτήτριες προπτυχιακού και μεταπτυχιακού επιπέδου ηλικίας 18 έως 25 ετών. Είναι μια ποσοτική συσχετιστική έρευνα, της οποίας η δειγματοληψία πραγματοποιήθηκε μέσω του διαμοιρασμού ενός ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου που περιλάμβανε τα δημογραφικά χαρακτηριστικά και πέντε επιπλέον ερωτηματολογίων αυτοαναφοράς για τη διερεύνηση των συσχετίσεων μεταξύ των μεταβλητών. Οι στατιστικές αναλύσεις που υλοποιήθηκαν για την επιβεβαίωση ή την απόρριψη των ερευνητικών υποθέσεων, απέδωσαν ικανοποιητικά πορίσματα. Τα αποτελέσματα ανέδειξαν ένα μέτριο αλλά συμβολικό ποσοστό προβληματικής χρήσης του Instagram στο παρόν δείγμα, ενώ συσχετίστηκε θετικά με το άγχος στο Instagram, την κοινωνική σύγκριση και την μοναξιά. Η μεταβλητή της αυτοεκτίμησης συσχετίστηκε αρνητικά με την προβληματική χρήση στην συγκεκριμένη πλατφόρμα και θετικά με την κοινωνική σύγκριση. Διαπιστώθηκε ότι, όσο περισσότερο οι χρήστες του Instagram συγκρίνουν τον εαυτό τους, τόσο μειώνεται η αυτοεκτίμηση τους και το αντίστροφο, ενώ όσο αυξάνεται το επίπεδο της κοινωνικής σύγκρισης τόσο αυξάνεται ταυτόχρονα το άγχος κατά την χρήση του Instagram και η μοναξιά. Γίνεται φανερό λοιπόν, ότι η προβληματική χρήση στο Instagram είναι ένα ζήτημα που προκαλεί πολλαπλές ψυχοκοινωνικές

επιρροές στα άτομα που το χρησιμοποιούν σε καθημερινή βάση. Τα ευρήματα της παρούσας έρευνας, θα μπορούσαν να συντελέσουν στην πραγματοποίηση περαιτέρω μελετών για τη διερεύνηση των σχέσεων αιτιότητας μεταξύ των συγκεκριμένων μεταβλητών, καθώς θα ήταν ενδιαφέρον το παρόν ζήτημα να μελετηθεί ποιοτικά και σε μεγαλύτερο δείγμα στον ελληνικό πληθυσμό.

Λέξεις κλειδιά: Μέσα κοινωνικής δικτύωσης, Προβληματική χρήση Instagram, Άγχος στο Instagram, Κοινωνική σύγκριση, Αυτοεκτίμηση, Μοναξιά

Abstract

The use of social media has become a part of the daily life of the modern human, forming new ways of interaction and introducing new patterns of communication. Despite the positive aspect of social networks, the excessive use may lead to problematic and addictive behavior. The aim of this research is to investigate the extent of problematic use of Instagram and the manner in which it affects anxiety when using the app, self-esteem, social comparison and loneliness. The sample that was gathered consisted 200 young Greek undergraduate and postgraduate students aged between 18 and 25 years old. This research is a quantitative correlational study, whose sampling was obtained through the distribution of an electronic questionnaire that included demographic characteristics and five self-report questionnaires to examine the variables. The statistical analyses that have been conducted for the confirmation or the rejection of the research hypotheses, provided adequate findings. The results showed a moderate but significant rate of problematic Instagram use in the present sample and was positively correlated with Instagram anxiety, social comparison and loneliness. The variable of self-esteem was negatively correlated with problematic use in this platform and positively with social comparison. It was identified that the more Instagram users compare themselves the lower their self-esteem will be and vice versa, while the greater the level of social comparison is, the higher the level of Instagram anxiety and loneliness will be. It becomes evident that problematic use of Instagram is an issue that causes multiple psychosocial impacts on individuals who use it on a daily basis. The findings of the current research, could contribute to the implementation of further studies to investigate the causal relations between those specific variables, as it would also be interesting to study this topic qualitatively and in a larger sample of the Greek population.

Keywords: Social Media, Problematic Instagram Use, Instagram Anxiety, Self-esteem, Social Comparison, Loneliness

Εισαγωγή

Η ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας έχει οδηγήσει στη διαμόρφωση μιας νέας πραγματικότητας, η οποία έχει επιφέρει ριζικές αλλαγές σε όλες τις πτυχές της καθημερινής ζωής του σύγχρονου ανθρώπου, συμπεριλαμβανομένης της κοινωνικής και συναισθηματικής εμπειρίας του. Το διαδίκτυο και ιδιαίτερα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή αλλιώς Social Media, διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο σε αυτήν την νέα εκδοχή της ανθρώπινης αλληλεπίδρασης, διότι πλέον έχουν ενταχθεί στο πλαίσιο της καθημερινής επικοινωνίας και διά δράσης. Η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αποτελεί ένα βασικό χαρακτηριστικό των σημερινών, εκσυγχρονισμένων κοινωνιών καθώς πρόκειται για μια νέα μορφή σύνδεσης μεταξύ των ανθρώπων. Ωστόσο, η συνεχής χρήση τους φέρεται να επιφέρει αυξημένα ποσοστά προβληματικής χρήσης, γεγονός το οποίο ως ένα βαθμό έχει μελετηθεί επιστημονικά. Ευρήματα ερευνών εξωτερικού, έχουν διαπιστώσει ότι η προβληματική χρήση αυτών συνδέεται με επιπτώσεις τόσο στο κοινωνικό όσο και στο ψυχολογικό επίπεδο της καθημερινής ζωής των χρηστών (Martinez-Pecino & Garcia-Gavilan, 2019 · Karim et al., 2020). Από την άλλη, στην Ελλάδα είναι ελάχιστες οι έρευνες που έχουν διεξαχθεί αναφορικά με την προβληματική χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και τον αρνητικό αντίκτυπο που έχουν στον ελληνικό πληθυσμό, γεγονός που αποτέλεσε βασικό κίνητρο για την υλοποίηση της παρούσας έρευνας (Leimonis & Koutra, 2022 · Pantalos et al., 2022).

Εν έτει 2023, πιθανολογείται ότι 4.48 δισεκατομμύρια είναι οι χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, με επικρατέστερες πλατφόρμες την εφαρμογή του Facebook, YouTube, WhatsApp και Instagram (Search Logistics, 2024). Η πρώτη και η τελευταία είναι οι πλατφόρμες που έχουν απασχολήσει περισσότερο τις έρευνες τα τελευταία χρόνια, με την μελέτη του Facebook να βρίσκεται στο ερευνητικό επίκεντρο επί πολλές δεκαετίες συγκριτικά με το

Instagram, που ήταν σε μεγάλο βαθμό υπομελετημένο. Εντούτοις, πλέον η εφαρμογή του Instagram έχει αποκτήσει μια ολοένα αυξανόμενη δημοτικότητα από τους χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, με αποτέλεσμα το ενδιαφέρον των ερευνητών να έχει στραφεί σημαντικά στη συγκεκριμένη πλατφόρμα και τις ενδεχόμενες ψυχοκοινωνικές επιπτώσεις της (Jackson & Luchner, 2018). Ο σκοπός της παρούσας μελέτης είναι να διερευνηθεί η προβληματική χρήση του Instagram και η επίδραση της στο άγχος κατά την χρήση της, στην αυτοεκτίμηση, στην κοινωνική σύγκριση και στη μοναξιά σε προπτυχιακούς ή μεταπτυχιακούς φοιτητές και φοιτήτριες ηλικίας 18 έως 25 ετών. Το θέμα που επιλέχθηκε να μελετηθεί, βασίστηκε στην ελλιπή βιβλιογραφία που υπάρχει για το Instagram στον ελλαδικό χώρο και στη γενικότερη ανάγκη να καλυφθεί το ερευνητικό κενό σχετικά με την συσχέτιση των τεσσάρων προαναφερθεισών ψυχοκοινωνικών μεταβλητών με την προβληματική χρήση στη συγκεκριμένη εφαρμογή (Jiang & Ngien, 2020). Η επιλογή της ηλικιακής ομάδας 18 έως 25 ετών ως δείγμα της έρευνας, προέκυψε πρωτίστως από την απουσία ερευνητικής ενασχόλησης παρόμοιου δείγματος στον ελληνικό πληθυσμό (Pantalos et al., 2022 · Leimonis & Koutra, 2022) και από το γεγονός ότι η συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα έχει διερευνηθεί αρκετά στο εξωτερικό, παρουσιάζοντας στην πλειοψηφία της υψηλά ποσοστά προβληματικής χρήσης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Leimonis & Koutra, 2022 · Statista, 2024a).

Η παρούσα εργασία διαρθρώνεται σε τέσσερα κεφάλαια, εκ των οποίων το πρώτο που αφορά το θεωρητικό υπόβαθρο της εργασίας, διαχωρίζεται σε δυο υποκεφάλαια. Στο πρώτο γίνεται μια εκτενής αναφορά στις βασικές έννοιες και μεταβλητές της έρευνας, προκειμένου να αποσαφηνιστούν οι ορισμοί με τις γενικές πληροφορίες τους και να δημιουργηθεί μια εννοιολογική βάση για την μετέπειτα ανάλυση. Στο δεύτερο υποκεφάλαιο ακολουθεί η βιβλιογραφική ανασκόπηση με τις συσχετίσεις των μεταβλητών που μελετήθηκαν στην

συγκεκριμένη έρευνα, καθώς αναφέρονται με τον τρόπο που αναλύονται σε προγενέστερες μελέτες. Στο τελευταίο μέρος αυτού του κεφαλαίου, διατυπώνονται τα ερευνητικά ερωτήματα και οι ερευνητικές υποθέσεις, που οδήγησαν στην πραγματοποίηση της έρευνας. Ύστερα, ακολουθεί το δεύτερο κεφάλαιο με την μεθοδολογία στο οποίο αναφέρονται αναλυτικά οι ερευνητικές μέθοδοι της μελέτης, δηλαδή τα χαρακτηριστικά του δείγματος, την διαδικασία του τρόπου συλλογής των δεδομένων και τα ψυχομετρικά εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν για την συλλογή τους. Το τρίτο κεφάλαιο είναι εκείνο των αποτελεσμάτων, το οποίο εμπεριέχει όλα τα βήματα που οδήγησαν στην διεξαγωγή τους και τις στατιστικές αναλύσεις που εφαρμόστηκαν. Στο τέταρτο κεφάλαιο αναφέρονται ενδελεχώς τα συμπεράσματα που προέκυψαν βάσει των αποτελεσμάτων της έρευνας, καθώς πραγματοποιείται η σύγκριση τους με τις αρχικές ερευνητικές υποθέσεις και με τα ευρήματα υπάρχουσών, προγενέστερων ερευνών. Τέλος, στο ίδιο κεφάλαιο γίνεται αφορά στους περιορισμούς που υπήρξαν στην παρούσα μελέτη και γίνονται προτάσεις για μελλοντικές έρευνες ως προεκτάσεις του θέματος που μελετήθηκε.

Εννοιολογικές Προσεγγίσεις και Βιβλιογραφική Ανασκόπηση

Εννοιολογικές Προσεγγίσεις

Είναι σημαντικό να αποσαφηνιστούν οι ορισμοί των βασικών εννοιών που μελετά η παρούσα έρευνα και να αναφερθούν οι πιο γενικές πληροφορίες που τις πλαισιώνουν και τις συνδέουν. Συγκεκριμένα, το θέμα της εργασίας εντάσσεται στο πλαίσιο της εξάρτησης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, εστιάζοντας στην προβληματική χρήση της εφαρμογής του Instagram από τους νέους και την επιρροή της σε ορισμένες ψυχοκοινωνικές μεταβλητές. Οι μεταβλητές αυτές είναι το άγχος στο Instagram, η αυτοεκτίμηση, η κοινωνική σύγκριση και η μοναξιά, για τις οποίες θα ακολουθήσει ο εννοιολογικός προσδιορισμός τους.

Το ψηφιακό περιβάλλον, ορισμός των Social Media

Η αποσαφήνιση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης προϋποθέτει την αναφορά στον ορισμό τους, την ιστορία τους και την πορεία εξέλιξης τους. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή αλλιώς τα Social Media, ορίστηκαν το 2010 από τους Kaplan και Haenlein ως «ένα σύνολο διαδικτυακών εφαρμογών που οικοδομούνται στα ιδεολογικά και τεχνολογικά θεμέλια του Web 2.0, και επιτρέπουν τη δημιουργία και την ανταλλαγή περιεχομένου προερχόμενου από χρήστες» (Kaplan & Haenlein, 2010). Οι Hamm και συν. (2013), κατηγοριοποίησαν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε συλλογικά έργα, ιστολόγια, διαδικτυακές κοινότητες περιεχομένου, εικονικά παιχνίδια και ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης. Οι εφαρμογές όπως το Facebook ή το Instagram, το οποίο μελετά η παρούσα έρευνα, ανήκουν στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης και ορίστηκαν ως «ένα μέσο που επιτρέπει στους χρήστες να συνδέονται δημιουργώντας προφίλ με προσωπικές πληροφορίες στα όποια έχουν πρόσβαση φίλοι και συνάδελφοι και να στέλνουν μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και άμεσα μηνύματα μεταξύ τους». Αυτές οι ιστοσελίδες για

λόγους αποφυγής επαναλήψεων στην έρευνα, καθώς και βάσει του τρόπου που αναφέρονται στη βιβλιογραφία, θα αναγράφονται κυρίως ως μέσα ή πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, σηματοδοτούν μια επαναστατική εξέλιξη στην ανθρώπινη επικοινωνία, καθώς κατέστησαν εφικτή την αλληλεπίδραση μέσω μιας εικονικής πραγματικότητας. Εκτενέστερα, επιτρέπουν στους χρήστες να συνομιλούν, να συνεργάζονται, να ανταλλάζουν γνώμες, ιδέες, πληροφορίες, εικόνες, οπτικοακουστικό περιεχόμενο, ενώ διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο και στον επαγγελματικό τομέα (Dhingra & Mudgal, 2019). Η εξέλιξη της τεχνολογίας μετακινεί την εκ φύσεως ανάγκη του ανθρώπου για διαπροσωπική επικοινωνία στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, καθώς παραπάνω από ένα δισεκατομμύριο άνθρωποι τις χρησιμοποιούν ως βασικό μέσο σύνδεσης με φίλους, συγγενείς και επιχειρήσεις (Mchaney & Sachs, 2016).

Η απαρχή της σημερινής εξελιγμένης τεχνολογίας ξεκινά το 1969 με την ύπαρξη του διαδικτύου, που αποσκοπούσε στη διασύνδεση υπολογιστών και κατ' επέκταση ανθρώπων, που βρίσκονται σε διαφορετικές γεωγραφικές θέσεις (Mchaney & Sachs, 2016). Το 1989 ο Tim Breners-Lee δημιούργησε τον παγκόσμιο ιστό (*World Wide Web, Web 1.0*) προκειμένου οι άνθρωποι να μπορούν να βρουν άμεσα πληροφορίες, δίχως όμως να υπάρχει η δυνατότητα του διαμοιρασμού (Jacksi & Abass, 2019). Το Web 1.0 χαρακτηρίστηκε ως «ένα μέσο συνεργασίας, στο οποίο όλοι συναντιούνται, διαβάζουν και γράφουν» (Mchaney & Sachs, 2016, p.10). Η ιστορική εξέλιξη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης συνδέεται με την έννοια του Web 2.0 που πρωτοειπώθηκε στα τέλη του 2004 από τον Dale Dougherty, σε ένα συνέδριο μεταξύ των εταιρειών O'Reilly Media και MediaLive International, κατά οποίο έγιναν προτάσεις για την αναβάθμιση του παγκόσμιου ιστού. Εκτενέστερα, το Web 2.0 είναι μια εξελιγμένη μορφή του διαδικτύου, μια παγκόσμια πλατφόρμα η οποία έδωσε την ευκαιρία στους χρήστες του να

αποκτήσουν μια νέα, κοινή εμπειρία επικοινωνίας, αλληλεπίδρασης και διαδραστικότητας, καθώς μέσω αυτού δημιουργήθηκαν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Jacksi & Abass, 2019). Συνεπώς, οι πυλώνες της ανάπτυξης των κοινωνικών δικτύων που πλέον αποτελούν μια κεντρική δίοδο επικοινωνίας μεταξύ των ανθρώπων, πηγάζουν από την εξέλιξη του παγκόσμιου ιστού Web 1.0 (Mchaney & Sachs, 2016).

Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι προτού εξελιχθεί το Web 2.0 είχαν δημιουργηθεί το 1995 και το 1997 οι πρώτες πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, το «Classmates.com» και το «Six Degrees.com». Αυτές οι πλατφόρμες προσέδιδαν στους χρήστες την δυνατότητα να δημιουργήσουν ένα προσωπικό προφίλ με δικό τους ιστό αναζήτησης και ιδιωτική λίστα φίλων. Το «Six Degrees.com» παρά την διασημότητα του κατά εκείνη την εποχή, κατέβηκε από τον ιστότοπο την χρονιά του 2000 (Dhingra & Mudgal, 2019). Ύστερα, μέσω του Web 2.0 δημιουργήθηκαν καινοτόμες εφαρμογές, υπηρεσίες και πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης που επέτρεψαν την άμεση διασύνδεση των ανθρώπων και την εύκολη πλοήγηση στο διαδίκτυο, εκ των οποίων κάποιες είναι η Wikipedia, το Facebook, το Youtube και το LinkedIn, που χρησιμοποιούνται έως και σήμερα (Mchaney & Sachs, 2016). Το Facebook μάλιστα, αποτέλεσε την κυριότερη εφαρμογή στην παγκόσμια κλίμακα με δισεκατομμύρια χρήστες (Okdie & Ewoldsen, 2018). Κλείνοντας, στις μέρες μας τα βασικά μέσα κοινωνικής δικτύωσης που σημειώνουν τους περισσότερους χρήστες ανά τη χρονιά είναι το Facebook, το YouTube, το WhatsApp και το Instagram, στο οποίο και εστιάζει η παρούσα μελέτη (Statista, 2024b).

Instagram

Η εφαρμογή του Instagram είναι από τις γρήγορα αναπτυσσόμενες πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, η οποία δημιουργήθηκε τον Οκτώβρη του 2010 από τους Mike Krieger και Kevin Systrom (Zarenti et al., 2021 · Limniou et al., 2022 · Mchaney & Sachs, 2016).

Σύμφωνα με την παγκόσμια κλίμακα χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, το Instagram είναι μια από τις κυριότερες και πολυχρησιμοποιημένες διαδικτυακές πλατφόρμες (We are social, 2023). Πρόκειται για μια εφαρμογή κυρίως για τα κινητά τηλέφωνα, στην οποία οι χρήστες μπορούν να μοιράσουν στιγμές, συναισθήματα και εμπειρίες μέσω φωτογραφιών ή βίντεο που μπορούν να επεξεργαστούν με χρώματα, ήχους και φίλτρα (Alhabash & Ma, 2017). Συγκεκριμένα, οι δυνατότητες που παρέχει το Instagram είναι η δημιουργία ενός προφίλ και μιας προσωπικής λίστας φίλων που ακολουθεί το άτομο και το ακολουθούν, η δημοσίευση φωτογραφιών και βίντεο στους ακόλουθους, η δημιουργία μιας καθημερινής ιστορίας, δηλαδή το ανέβασμα ενός στιγμιαίου οπτικοακουστικού υλικού, ο σχολιασμός άλλων δημοσιεύσεων (Foroughi et al., 2022) και η ένδειξη ότι αρέσει μια αναρτημένη δημοσίευση μέσω των «μου αρέσει» ή αλλιώς «Likes», ένα κουμπί το οποίο απεικονίζει μια κόκκινη καρδιά (Lup et al., 2015). Ακόμη, μια ιδιαίτερη δυνατότητα του Instagram είναι η προσθήκη της ετικέτας «hashtag» στις δημοσιεύσεις, η οποία προωθεί την εκάστοτε δημοσίευση σε όποιον χρήστη αναζητήσει τη συγκεκριμένη ετικέτα (Highfield & Leaver, 2015). Κλείνοντας, έχει χαρακτηριστεί ως μια εφαρμογή αυτοέκφρασης, αλληλεπίδρασης (Lee et al., 2015), ενημέρωσης και δημιουργικότητας (Sheldon & Bryant, 2016).

Το Instagram είναι μια εφαρμογή προσανατολισμένη στην εικόνα και στην παρουσίαση του εαυτού (Limniou et al., 2022), καθώς τα φίλτρα που παρέχει επιτρέπουν την επεξεργασία της φωτεινότητας, της σκιάς, των αντιθέσεων, των χρωμάτων και τη γενικότερη εμφάνιση της φωτογραφίας (Hochman & Shwartz, 2012). Συχνά οι δημοσιεύσεις των χρηστών φιλτράρονται με τέτοιο τρόπο προκειμένου να λάβουν από τους υπόλοιπους ακόλουθους αρκετές αντιδράσεις «μου αρέσει», ή διαφορετικά «Likes» (Tyler, 2016). Η συγκεκριμένη αντίδραση που έχει δημιουργηθεί για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, έχει έναν ανταποδοτικό χαρακτήρα και συχνά

αποτελεί σημείο αναφοράς για την έγκριση του εαυτού από τον διαδικτυακό κοινωνικό περίγυρο (Martinez-Pecino & Garcia-Gavilan, 2019). Οι Dumas και συν. (2017), ανέδειξαν ότι συχνά υιοθετούνται συμπεριφορές που αποσκοπούν στην απόκτηση πολλών αντιδράσεων και στην επακόλουθη επιβεβαίωση του εαυτού. Οι συμπεριφορές αυτές, αναφέρονται στο φιλτράρισμα των φωτογραφιών, στη προσθήκη ετικετών «hashtag» και στην αγορά ψεύτικων ακολούθων ή αντιδράσεων. Επιπλέον, το Instagram παρέχει την δυνατότητα στους χρήστες να έχουν δημόσιο προφίλ και να μην ακολουθούνται αμοιβαία με τους υπόλοιπους χρήστες. Στη συγκεκριμένη πλατφόρμα, η παρακολούθηση της δραστηριότητας και η αντίδραση σε δημοσιεύσεις αγνώστων είναι μια συμπεριφορά που παρατηρείται συχνά. Εν αντιθέσει με το Facebook στο οποίο οι χρήστες ακολουθούνται πάντοτε αμοιβαία, στο Instagram συχνά υπάρχει μια μονόπλευρη κατεύθυνση, δηλαδή ένας χρήστης ενδέχεται να ακολουθεί κάποιον που να μην τον ακολουθεί πίσω (Lup et al., 2015).

Η συντριπτική αύξηση της δημοτικότητας της εφαρμογής του Instagram την τελευταία δεκαετία, έχει προσελκύσει το ενδιαφέρον της ερευνητικής κοινότητας, το οποίο έως ότου ήταν επικεντρωμένο κυρίως στο Facebook. Το Instagram παρουσιάζει μια ταχεία ανάπτυξη με περισσότερους από ένα δισεκατομμύριο ενεργούς χρήστες στην παγκόσμια κλίμακα και περισσότερους από 500 εκατομμύρια καθημερινούς χρήστες (Zarenti, 2021). Η ηλικιακή ομάδα που έχει διαπιστωθεί ότι χρησιμοποιεί περισσότερο το Instagram είναι μεταξύ 18 έως 29 ετών (Alhabash & Ma, 2017). Επιπλέον, τον Ιανουάριο του 2023 ένα δισεκατομμύριο άνθρωποι καταγράφηκε να χρησιμοποιεί το Instagram σε μηνιαία βάση, καθώς σημειώθηκε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των παγκοσμίων χρηστών του Instagram ήταν άτομα ηλικίας 18 έως 24 ετών, ενώ το μικρότερο ποσοστό βρισκόταν στην ηλικιακή ομάδα 35 έως 44 ετών. Τέλος, υπολογίζεται ότι οι χώρες με τους περισσότερους χρήστες του Instagram τον Ιανουάριο του

2024 είναι η Ινδία και η Αμερική, με 362 εκατομμύρια χρήστες να σημειώνονται στη πρώτη και 169 εκατομμύρια χρήστες στη δεύτερη (Statista, 2024c).

Το Instagram έχει μελετηθεί σε συνάρτηση με την ψυχική υγεία, δηλαδή τον τρόπο που η χρήση του επηρεάζει διάφορες ψυχοκοινωνικές πλευρές των ατόμων που το χρησιμοποιούν. Έρευνες έχουν μελετήσει την επιρροή της εκτεταμένης ή μη χρήσης του Instagram με την κατάθλιψη, το άγχος, την εικόνα του σώματος (Faelens et al., 2021), την αυτοεκτίμηση (Martinez-Pecino & Garcia-Gavilan, 2019), τη μοναξιά και την κοινωνική σύγκριση (Jiang & Ngien, 2020 · Yang, 2016). Με βάση την «θεωρία του καταλογισμού» (*attribution theory*) που υποστηρίζει ότι η αιτία που αποδίδει ένα άτομο για την συμπεριφορά των άλλων στηρίζεται στην προδιάθεση του και όχι σε αντικειμενικούς παράγοντες που ορίζουν μια κατάσταση, η χρήση του Instagram μπορεί να προκαλέσει ψυχικές επιπτώσεις (Lup et al., 2015 · Ngamassi et al., 2016). Σαφέστερα, η συγκεκριμένη θεωρητική θέση στηρίζεται στο γεγονός ότι η πλειονότητα των χρηστών του Instagram δημοσιεύει μια εξιδανικευμένη και επεξεργασμένη εικόνα του εαυτού, δημιουργώντας ένα αίσθημα κοινωνικής σύγκρισης. Ορισμένα άτομα είναι πιθανό να συγκρίνουν τον εαυτό τους με την εικονική ζωή κάποιου άλλου, είτε γνωστού είτε δημόσιου, προσώπου και να ασκήσουν μια αρνητική αυτό-κριτική βασισμένη σε μη αντικειμενικές εικόνες, δημιουργώντας μια ψυχική δυσφορία στην αυτοαξία τους. Επομένως, είναι πιθανό ο δημόσιος και κοινωνικός χαρακτήρας του Instagram να πυροδοτήσει αρνητικά συναισθήματα στους χρήστες του (Lup et al., 2015). Τέλος, έχει υποστηριχθεί ότι οι καινοτόμες λειτουργίες της εφαρμογής ενδέχονται να οδηγήσουν το άτομο σε εκτεταμένη, προβληματική χρήση και ακολούθως σε πολλαπλές ενδεχόμενες ψυχικές επιπτώσεις (Mackson et al., 2019).

Προβληματική χρήση Instagram

Η ένταξη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην καθημερινότητα των αναδυόμενων ενηλίκων, έχει επιφέρει μια ανάλογη αύξηση στα ποσοστά χρήσης, η οποία απασχολεί τους ερευνητές (Foroughi et al., 2022). Τα δύο κυριότερα είδη χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι η ενεργητική και η παθητική (Verduyn et al., 2015 · Zhang et al., 2020). Η ενεργητική χρήση διαχωρίζεται σε διαδραστική και μη διαδραστική. Στην πρώτη, το άτομο αλληλεπιδρά διαδικτυακά με τους υπόλοιπους, αντιδράει με σχόλια, μηνύματα ή «μου αρέσει» και κοινοποιεί δημοσιεύσεις, συμπεριφορά που εντείνει το αίσθημα του ανήκειν, της κοινωνικής υποστήριξης, της αυτοεκτίμησης και της γενικότερης ψυχικής ευεξίας (Zhang et al., 2020). Αντίστοιχα, η ενεργητική αλλά μη διαδραστική χρήση, για την οποία δεν έχουν γίνει πολλές μελέτες, αφορά την κοινοποίηση περιεχομένου που δεν απευθύνεται σε μια συγκεκριμένη ομάδα ατόμων και δεν υπάρχει περαιτέρω διαδικτυακή αλληλεπίδραση με μηνύματα ή αντιδράσεις (Yang, 2016). Αντιθέτως, στην παθητική χρήση το άτομο παρακολουθεί επανειλημμένως την διαδικτυακή δραστηριότητα των υπόλοιπων χρηστών, δίχως να αντιδράει ή να κοινοποιεί δικές του φωτογραφίες, συμπεριφορά που έχει συνδεθεί με αρνητικά συναισθήματα που απορρέουν από κοινωνικές συγκρίσεις (Zhang et al., 2020). Εκτενέστερα οι παθητικοί χρήστες οι οποίοι συνήθως συγκρίνουν τον εαυτό τους με τις δημοσιεύσεις των υπολοίπων, τείνουν να μην είναι ικανοποιημένοι με την δική τους πραγματικότητα με αποτέλεσμα να πυροδοτείται το αίσθημα της ζήλειας και του φθόνου για την ευτυχία των άλλων (Krasnova et al., 2013 · Zhang et al., 2020). Εκτός των δυο παραπάνω ειδών χρήσης, στην περίπτωση που η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι εκτεταμένη, μπορεί να χαρακτηριστεί ως προβληματική, μια έννοια που περιλαμβάνει τον όρο της εθιστικής συμπεριφοράς, της εξάρτησης, της καταναγκαστικής και παθολογικής χρήσης (Martinez-Pecino & Garcia-Gavilan, 2019 · Spada, 2014).

Παρόλο που δεν είναι ξεκάθαρο το χρονικό όριο που θεωρείται από τους ερευνητές ως προβληματικό, η χρήση που ξεπερνά τις 2 με 3 ώρες ημερησίως γενικότερα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχει συσχετιστεί με αρνητικές ψυχικές επιπτώσεις (Dobrea & Pasarelu, 2016). Μάλιστα, η μισή ώρα χαρακτηρίζεται ως επαρκής για την αποφυγή εμφάνισης εσωτερικευμένων ή εξωτερικευμένων προβλημάτων, όπως κατάθλιψη, άγχος ή διαδικτυακό εκφοβισμό (Riehm et al., 2019). Στατιστικά, ο μέσος όρος καθημερινής χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης θεωρούνται τα 144 λεπτά, δηλαδή σχεδόν 2,5 ώρες την ημέρα (Search Logistics, 2024), δεδομένο που έχει επιβεβαιώσει και μια έρευνα που μελέτησε ορισμένες ψυχοκοινωνικές επιπτώσεις της εκτεταμένης χρήσης (Brunborg & Andreas, 2019). Η προβληματική χρήση κρίνεται βάσει της υψηλής βαθμολογίας σε ανάλογα ψυχομετρικά τεστ και της επίδρασης της σε ψυχοκοινωνικά χαρακτηριστικά του ατόμου (Kircaburun & Griffiths, 2019).

Η έννοια της διαταραχής ή της προβληματικής χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που αποτελεί έναν ειδικότερο τύπο προβληματικής χρήσης διαδικτύου (Griffiths et al., 2014), δεν έχει αναγνωριστεί σε επίσημο διαγνωστικό εγχειρίδιο, όπως στο DSM-5 (American Psychiatric Association, 2013), αλλά έχει προσδιοριστεί και πλαισιωθεί ως μια δυνητική εθιστική συμπεριφορά με βιοψυχοκοινωνικά χαρακτηριστικά που βρίσκονται στον πυρήνα του εθισμού (Griffiths, 2005). Συγκεκριμένα ο Griffiths (2005), όρισε έξι βιοψυχοκοινωνικά κριτήρια τα οποία εάν πληρούνται σε μια συμπεριφορά, τότε εκείνη ορίζεται ως εθισμός. Σε σχέση με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα κριτήρια αυτά είναι η σύνδεση στο δίκτυο ως κυρίαρχη προτεραιότητα του ατόμου, η χρήση με απώτερο σκοπό την αλλαγή της επικρατούσας διάθεσης ή την αντιμετώπιση δυσκολιών, η υπερβολική χρήση, τα συναισθηματικά ή σωματικά συμπτώματα στέρησης, οι διαπροσωπικές συγκρούσεις ή προβλήματα σε διάφορους τομείς της

κοινωνικής ζωής και τέλος η υποτροπή με την επανάληψη μοτίβων ανεξέλεγκτης χρήσης του δικτύου. Τα κριτήρια αυτά, αποτέλεσαν βάση για την ανάπτυξη ψυχομετρικών εργαλείων που μελετούν τον εθισμό στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όπως το «Bergen Social Media Addiction Scale» (Andreassen et al., 2016). Στην παρούσα έρευνα που μελετά την εκτεταμένη χρήση του Instagram, επιλέχθηκε ο όρος της προβληματικής χρήσης, διότι είναι ο πιο κοινός στις μελέτες που έχουν διεξαχθεί και προϋποθέτει ότι η χρήση είναι παθολογική, ενώ ταυτόχρονα εξακολουθεί να είναι μια αρκετά ευρεία έννοια σε ό,τι αφορά τις αρνητικές επιδράσεις που ενδέχονται να προκληθούν.

Διάφοροι ερευνητές έχουν προτείνει θεωρίες σχετικά με τους παράγοντες που οδηγούν το άτομο σε προβληματική χρήση στο διαδίκτυο και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αρχικά, η προβληματική χρήση που παρατηρείται στο διαδίκτυο έχει χαρακτηριστεί ως μια έννοια που περιλαμβάνει πολλές παρορμητικές συμπεριφορές, οι οποίες κατηγοριοποιήθηκαν σε πέντε μορφές, τον εθισμό στον υπολογιστή, στην πλοήγηση, στα διαδικτυακά παιχνίδια, στις διαδικτυακές σχέσεις και στη διαδικτυακή πορνογραφία (Griffiths et al., 2014). Η «θεωρία της χρήσης και της ικανοποίησης» (*Use and gratifications theory*) θεωρεί ότι οι βασικοί λόγοι που χρησιμοποιούν οι άνθρωποι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης περιστρέφονται γύρω από την επιθυμία να καλυφθούν οι ανάγκες τους, οι οποίες είναι η κοινωνική αλληλεπίδραση, η αναζήτηση πληροφοριών, η ψυχαγωγία, η εκμετάλλευση ελεύθερου χρόνου, η χαλάρωση, η επικοινωνία και η διευκόλυνση (Whiting & Williams, 2013). Οι Song και συν. (2019), προσάρμοσαν την προσέγγιση αυτή στην εφαρμογή του Instagram διατυπώνοντας ως βασικά κίνητρα χρήσης την ψυχαγωγία, την έκφραση ταυτότητας, τις κοινωνικές συναναστροφές, τη διαχείριση των σχέσεων και την αναζήτηση πληροφοριών. Επιπλέον οι Foroughi και συν. (2022), ανέφεραν ως πιο σαφή κίνητρα που μπορούν να οδηγήσουν το άτομο στην

προβληματική χρήση του Instagram, την ανάγκη αναγνώρισης, την ανάγκη πληροφόρησης, την κοινωνική ανάγκη και την ψυχαγωγική ανάγκη. Μάλιστα, οι ανάγκες που οδηγούν στην εκτεταμένη χρήση μπορεί να αφορούν το αίσθημα της απόδρασης, της αναζήτησης ή διατήρησης φιλίας (Floros & Siomos, 2013), ή ακόμη την ανάγκη για αυτοέκφραση και επικοινωνία (Park & Lee, 2014). Τα προσωπικά κίνητρα που οδηγούν το κάθε άτομο στην χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, συμπεριλαμβανόμενου και του Instagram, ενδέχονται να συσχετιστούν με εκτεταμένη χρήση και κατά συνέπεια με ψυχοκοινωνικές επιπτώσεις (Foroughi et al., 2022).

Η προβληματική χρήση του διαδικτύου, η οποία συνιστά την γενικότερη κατηγορία στην οποία ανήκει η προβληματική χρήση του Instagram, αναφέρεται κυρίως στους εφήβους και στους αναδυόμενους ενήλικες (Anderson et al., 2017) και έχει συσχετιστεί με ψυχικές, κοινωνικές, ακαδημαϊκές και επαγγελματικές επιπτώσεις (Beard & Wolf, 2001). Ορισμένες ψυχικές συνέπειες που έχουν σημειωθεί, αφορούν την εμφάνιση συμπτωμάτων κατάθλιψης, άγχους, την υποβαθμισμένη ποιότητα των διαπροσωπικών σχέσεων, την έλλειψη μέριμνας των επαγγελματικών υποχρεώσεων και τη διατάραξη του ύπνου ή της διατροφής (Spada, 2014). Οι Banyai και συν. (2017), υποστήριξαν ότι η προβληματική χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι αποτέλεσμα υπερβολικής χρήσης που ενδέχεται να επηρεάσει καθοριστικά την προσωπική, κοινωνική και επαγγελματική ζωή του χρήστη. Ακόμη έχει υποστηριχθεί, ότι η χρήση σε οποιοδήποτε κοινωνικό μέσο που ξεπερνά τις 2 ώρες ημερησίως, εντείνει τις πιθανότητες για χαμηλή ψυχική ευεξία και υψηλά επίπεδα άγχους και κατάθλιψης (Royal Society for Public Health, 2017). Σχετικά με την εκτεταμένη χρήση του Instagram, έχει διερευνηθεί η σχέση της με την ακαδημαϊκή επίδοση και την κατάθλιψη (Foroughi et al., 2022), το άγχος κατά την χρήση της εφαρμογής (Mackson et al., 2019 · Pantalos et al., 2022), την

αυτοεκτίμηση (Vogel et al., 2014 · Martinez-Pecino & Garcia-Gavilan, 2019), την κοινωνική σύγκριση (Vogel et al., 2014 · Yang, 2016) και τη μοναξιά (Ponnusamy et al., 2020). Κλείνοντας η έρευνα των Zarenti και συν. (2021), η οποία μελέτησε την προβληματική χρήση του Instagram σε νέους Έλληνες και Ελληνίδες ηλικίας 18 έως 24 ετών, ανέδειξε υψηλά ποσοστά εθισμού στην εφαρμογή και θετική συσχέτιση μεταξύ αυτού και των επιπέδων του στρες και του νευρωτισμού.

Άγχος στο Instagram

Ο βαθμός που οι άνθρωποι ανησυχούν και βιώνουν μια ψυχική δυσφορία όταν βρίσκονται απομακρυσμένοι από το κινητό τους τηλέφωνο, αποτελεί ένδειξη της προβληματικής αλληλεπίδρασης που υφίσταται πλέον μεταξύ του διαδικτυακού κόσμου και των χρηστών (Clayton et al., 2015). Ευρήματα προγενέστερων μελετών, υποστηρίζουν ότι τα άτομα που κάνουν εκτεταμένη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ενδέχονται να παρουσιάσουν συμπτώματα άγχους (Vannucci et al., 2017 · Keyte et al., 2021), ενώ ταυτόχρονα αυξάνονται οι πιθανότητες για την εμφάνιση κάποιας αγχώδους διαταραχής, για παράδειγμα της διαταραχής του κοινωνικού άγχους (Baltaci, 2019 · Dobrean & Pasarelu, 2016). Πιο συγκεκριμένα, η δυσκολία του ατόμου στη διαπροσωπική επικοινωνία και το άγχος έκθεσης σε κοινωνικά περιβάλλοντα, εντείνουν την ανάγκη για περισσότερη διαδικτυακή επαφή και ενεργή χρήση. Μια ακόμη ψυχική επίπτωση που βρίσκεται υπό εξέλιξη στην ερευνητική κοινότητα, είναι το άγχος κατά την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Εκτενέστερα, το άγχος αυτό αναφέρεται στην εμπειρία συμπτωμάτων έντονης ανησυχίας, αρνητικής αυτό-αξιολόγησης και προσωπικής δυσφορίας στο άτομο, ως απόρροια της εκτεταμένης χρήσης και της σύγκρισης του εαυτού στις εικονικές πλατφόρμες (McCord et al., 2014).

Το άγχος κατά την χρήση του Instagram δεν έχει μελετηθεί τόσο εκτενώς όσο εκείνο που παρατηρείται γενικότερα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή στο Facebook. Οι McCord και συν.

(2014), εστίασαν στο άγχος που προκαλείται από την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και δημιούργησαν την πρώτη ψυχομετρική κλίμακα που μετρούσε το άγχος σχετικά με το Facebook, την πιο διαδεδομένη εφαρμογή εκείνης της δεκαετίας. Η κλίμακα ονομάστηκε «Facebook-Social Interaction Anxiety Scale». Στη συνέχεια οι Mackson και συν. (2019), στο πλαίσιο της έρευνας τους που μελέτησαν την σχέση της χρήσης του Instagram με την ψυχική ευεξία, βασίστηκαν στην προαναφερθείσα κλίμακα δημιουργώντας μια ανανεωμένη έκδοση της που αποσκοπούσε στη διερεύνηση του άγχους κατά την χρήση του Instagram. Πιο συγκεκριμένα, αντικατέστησαν τη λέξη «Facebook» με τη λέξη «Instagram» και δομήθηκε η κλίμακα «Instagram Anxiety Scale». Στη συγκεκριμένη έρευνα μάλιστα, διατυπώθηκε ότι το άγχος ενός χρήστη στο Instagram μπορεί να μην συνδέεται αποκλειστικά με τη δραστηριότητα στην εφαρμογή, αλλά με ένα πιο γενικευμένο άγχος προερχόμενο από την καθημερινότητα του.

Κοινωνική σύγκριση

Η κοινωνική σύγκριση αφορά «την τάση να συγκρίνει κανείς τα επιτεύγματα του, την κατάσταση του και τις εμπειρίες του με εκείνες των άλλων» (Buunk & Gibbons, 2006, p.16). Η μελέτη αυτής της έννοιας ξεκινά κυρίως από τον Festinger (1954), ο οποίος πρότεινε ότι η κοινωνική σύγκριση είναι μια φυσική και υποκειμενική διαδικασία αυτό-αξιολόγησης, την οποία ακολουθούν οι άνθρωποι όταν δεν διαθέτουν αντικειμενικά κριτήρια για την αξιολόγηση των προσωπικών δυνατοτήτων και απόψεων τους. Για την επίτευξη της αυτό-αξιολόγησης, οι άνθρωποι συνηθίζουν να συγκρίνουν τον εαυτό τους με κάποιον όμοιο τους και όχι με κάποιον που διαθέτει διαφορετικές ικανότητες από τις δικές τους. Ακόμη, υποστήριξε ότι όταν τα άτομα αποδίδουν σε μια προσωπική τους ικανότητα μια υψηλότερη αξιολόγηση συγκριτικά με των υπολοίπων, αισθάνονται μια μοναδικότητα. Αυτή η αίσθηση προκύπτει από την αδυναμία τους να αξιολογήσουν με ακρίβεια και αντικειμενικότητα τις ικανότητες τους (Festinger, 1954 ·

Wood, 1989). Ορισμένοι μελετητές επέκτειναν την άποψη του Festinger, υποστηρίζοντας ότι υπάρχουν πολλοί τύποι κοινωνικής σύγκρισης στους οποίους το άτομο καταφεύγει, άλλοτε συνειδητά και άλλοτε ασυνείδητα. Ο Wills (1981) διατύπωσε την προς τα κάτω σύγκριση ή διαφορετικά καθοδική σύγκριση (*downward comparison*), η οποία αφορά το άτομο που συγκρίνει τον εαυτό του με κάποιον που βρίσκεται σε μια χειρότερη κατάσταση από τον ίδιο, προκειμένου να διατηρήσει την υποκειμενική ευημερία του σε μια δύσκολη κατάσταση που βιώνει και να αισθανθεί ικανοποιημένος ως προς αυτήν. Από την άλλη έχει διατυπωθεί η προς τα πάνω σύγκριση ή αλλιώς ανοδική σύγκριση (*upward comparison*), κατά την οποία το άτομο επιδιώκει να συγκριθεί με κάποιον ανώτερο του που διαθέτει θετικά χαρακτηριστικά, ώστε να λειτουργήσει ως κίνητρο για την δική του προσωπική βελτίωση και εξέλιξη (Wood, 1989 · Vogel et al., 2014). Παρόλο που η ανοδική σύγκριση θεωρείται ευεργετική, διότι τα άτομα συγκρίνουν τους εαυτούς τους με πρόσωπα που τους αποπνέουν έμπνευση για να εξελιχθούν, μελετητές υποστήριξαν ότι ενδέχεται να επηρεαστούν αρνητικά, προκαλώντας συναισθήματα ανεπάρκειας και αρνητικής αυτό-αξιολόγησης (Corcoran et al., 2011 · Pyszczynski et al., 1985).

Τα άτομα που σημειώνουν ανοδική κοινωνική σύγκριση διαθέτουν τρία χαρακτηριστικά. Αρχικά, έχουν ισχυρή ευσυνειδησία για τον εαυτό τους, τόσο σε προσωπικό όσο και σε διαπροσωπικό επίπεδο και παρατηρούν τον εαυτό τους σε συνάρτηση με τους υπόλοιπους. Κατά δεύτερον, είναι άτομα που παρουσιάζουν υψηλή ενσυναίσθηση για τις ανάγκες και τα συναισθήματα των συνανθρώπων τους και τέλος, χαρακτηρίζονται από αβεβαιότητα, χαμηλή αυτοεκτίμηση και υψηλό νευρωτισμό (Buunk & Gibbons, 2006). Ωστόσο, η κοινωνική σύγκριση είναι μια θεμελιώδης επιθυμία του ανθρώπου, η οποία πραγματοποιείται στο πλαίσιο της καθημερινής και άμεσης επαφής του με τον κοινωνικό περίγυρο, για παράδειγμα με την οικογένεια, τους φίλους ή τους συναδέλφους. Η εξέλιξη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχει

αναδιαμορφώσει την καθημερινότητα του σύγχρονου ανθρώπου, εισάγοντας νέους τρόπους συναισθηματικής αλληλεπίδρασης, με αποτέλεσμα η κοινωνική σύγκριση να διαδραματίζεται πλέον στο πλαίσιο του διαδικτύου (Vogel et al., 2014). Στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης οι άνθρωποι συνηθίζουν να προωθούν μια ιδανική αυτοεικόνα (Chou & Edge, 2012 · Rosenberg & Egbert, 2011), την οποία ενδεχομένως να μην υποστηρίζουν στην διαπροσωπική επαφή (Gonzales & Hancock, 2011), εντείνοντας κατά αυτόν τον τρόπο την ανοδική κοινωνική σύγκριση, δεδομένου ότι το άτομο συγκρίνεται με υπερβολικά θετικές και συνήθως μη αντικειμενικές εικόνες (Yang, 2016). Κλείνοντας, σε πολλές μελέτες έχει συσχετιστεί η ανοδική σύγκριση στο πλαίσιο του Instagram με το αίσθημα της ζήλειας, της χαμηλής αυτοαξιολόγησης και της χαμηλής αυτοεκτίμησης (Vogel et al., 2014 · Wang et al., 2017).

Αυτοεκτίμηση

Η αυτοεκτίμηση ορίζεται το 1965 από τον Rosenberg ως «*η ευνοϊκή ή δυσμενή στάση απέναντι στον εαυτό*» και αφορά τον θετικό ή αρνητικό προσανατολισμό του ατόμου προς τον εαυτό του, δηλαδή τον τρόπο που αντιλαμβάνεται την συνολική αξία του. Αποτελεί την βάση της αυτοαποδοχής που αισθάνεται το άτομο όταν συναναστρέφεται με άλλους, καθώς μέσω αυτής αντιλαμβάνεται αν οι συνδέσεις του με τον κοινωνικό περίγυρο είναι ικανοποιητικές ή μη (Tsaousis, 2016). Επιπρόσθετα, η αυτοεκτίμηση είναι ένα στοιχείο του ανθρώπινου χαρακτήρα το οποίο καθορίζεται σημαντικά κατά την ηλικία της εφηβείας, μιας αναπτυξιακής περιόδου στην οποία το άτομο βιώνει μια διαδικασία συνεχούς αναζήτησης και ανάπτυξης ταυτότητας (Patchin & Hiduja, 2010 · Brewer & Kerlake, 2015). Μια διαχρονική μελέτη που μελέτησε τα επίπεδα της αυτοεκτίμησης σε φοιτητές και φοιτήτριες κατά την διάρκεια των τεσσάρων χρόνων των σπουδών τους, κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η αυτοεκτίμηση είναι ένα ρευστό και μη σταθερό χαρακτηριστικό, το οποίο διαμορφώνεται ανάλογα με τις συνθήκες της ζωής. Στους

αναδυόμενους ενήλικες, η πλειονότητα των οποίων βιώνει μια συναισθηματική αστάθεια και βρίσκεται σε μια μεταβατική φάση ζωής, η αυτοεκτίμηση, δηλαδή η συνολική αποτίμηση της αυτοαξίας τους, βρίσκεται σε εξέλιξη (Chung et al., 2014).

Σύμφωνα με τον Erikson (1994), η διαμόρφωση της ταυτότητας αποτελεί μια αναπτυξιακή διαδικασία, η οποία περιλαμβάνει την προσωπική και ενδοσκοπική επεξεργασία των ρόλων και των ταυτοτήτων που υιοθετούνται στα διάφορα κοινωνικά πλαίσια με σκοπό να συγχωνευτούν στην ταυτότητα του Εγώ. Οι αλληλεπιδράσεις μεταξύ του ατόμου με το κοινωνικό του πλαίσιο και η ανατροφοδότηση που λαμβάνει, συντελούν στη συνολική διαμόρφωση της ταυτότητας του και χτίζουν τα επίπεδα της αυτοεκτίμησης του. Η διαδικτυακή εποχή έχει επιφέρει έναν διαφορετικό τρόπο διαμόρφωσης της αυτοεκτίμησης των αναδυόμενων ενηλίκων, καθώς η ανατροφοδότηση που δέχονται από τον περίγυρο φιλτράρεται μέσω των ψηφιακών αντιδράσεων στις κοινοποιημένες δημοσιεύσεις. Το γεγονός αυτό, έχει ως αποτέλεσμα η αυτοεκτίμηση του κάθε ατόμου να χτίζεται βάσει του τρόπου που τον αντιλαμβάνονται οι υπόλοιποι χρήστες διαμέσου των αντιδράσεων τους (Stapleton et al., 2017). Κλείνοντας, η αυτοεκτίμηση είναι ένα χαρακτηριστικό που έχει μελετηθεί σε συνάρτηση με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ιδίως με τις εφαρμογές του Facebook και του Instagram, ως προς τον βαθμό που αλληλεπιδρά με τη χρήση τους (Vogel et al., 2014 · Stapleton et al., 2017).

Μοναξιά

Στην έννοια της μοναξιάς έχουν αποδοθεί διάφορες εννοιολογικές προσεγγίσεις, οι οποίες όμως την αντιλαμβάνονται με παρόμοια χαρακτηριστικά. Ο Sullivan (1953), διατύπωσε ότι η μοναξιά είναι ένα δυσάρεστο βίωμα, το οποίο αφορά την ανεπαρκή εκπλήρωση της ανάγκης για διαπροσωπική οικειότητα και ένα σημαντικό στοιχείο της προσωπικότητας του ανθρώπου που εξελίσσεται από τα πρωταρχικά στάδια της ζωής. Κατά την ανάπτυξη της

προσωπικότητας, διέκρινε ορισμένες ανάγκες του ανθρώπου που συντελούν στο αίσθημα της μοναξιάς και οι οποίες είναι η ανάγκη για τρυφερότητα στην βρεφική ηλικία, η ανάγκη για την αλληλεπίδραση του γονέα στις δραστηριότητες του παιδιού κατά την πρώιμη παιδική ηλικία, η ανάγκη για επαφή με συνομηλίκους στην παιδική ηλικία και η ανάγκη για αποδοχή στην πρώιμη εφηβική ηλικία. Τα τέσσερα αυτά στοιχεία, συντελούν στην διαμόρφωση της εμπειρίας της μοναξιάς του ατόμου στην ενήλικη ζωή. Σύμφωνα με τον Sullivan, η μοναξιά αποτελεί το κύριο κίνητρο για την ύπαρξη διαπροσωπικών επαφών και εφόσον το άτομο έχει ολοκληρώσει τις προαναφερθείσες αναπτυξιακές ανάγκες, η μοναξιά που θα βιώσει κατά τη διάρκεια της ζωής του θα είναι αμετάβλητη και σταθερά χαμηλή (Moore, 1974).

Μια ακόμη ερμηνεία δόθηκε στη μοναξιά από ορισμένους ερευνητές, οι οποίοι την προσδιόρισαν ως *«μια δυσάρεστη εμπειρία που εμφανίζεται όταν το δίκτυο των κοινωνικών σχέσεων ενός ατόμου είναι ανεπαρκές, με κάποιον τρόπο, είτε ποσοτικά είτε ποιοτικά»* (Perlman et al., 1982, p.14). Εκτενέστερα οι Perlman και συν. (1982), υποστήριξαν ότι η μοναξιά περιλαμβάνει τρία βασικά σημεία, με πρώτο την ανεπάρκεια του κοινωνικού κύκλου, δηλαδή την ασυμφωνία μεταξύ των κοινωνικών σχέσεων ενός ατόμου και των προσωπικών αναγκών του από τις σχέσεις αυτές. Κατά δεύτερον, θεωρούν ότι η μοναξιά είναι μια υποκειμενική εμπειρία, καθώς το άτομο μπορεί να αισθάνεται μοναξιά τη στιγμή που βρίσκεται περιτριγυρισμένος από άλλους. Τρίτον, θεώρησαν ότι η αίσθηση της μοναξιάς μπορεί να οδηγήσει το άτομο τόσο σε προσωπική ανέλιξη όσο και στη δημιουργία ενός αποκρουστικού και δυσάρεστου συναισθήματος. Επιπροσθέτως, έχει αναγνωριστεί ότι η μοναξιά δεν αφορά απόλυτα τον αριθμό των κοινωνικών επαφών, αλλά την ποιότητα αυτών, καθώς έχει οριστεί ως *«μια διαρκή κατάσταση συναισθηματικής δυσφορίας που προκύπτει όταν το άτομο αισθάνεται ότι έχει*

αποξενωθεί, παρεξηγηθεί ή απορριφθεί από τους άλλους και όταν δεν αισθάνεται από τον κοινωνικό του περίγυρο κοινωνική ενσωμάτωση και συναισθηματική οικειότητα» (Rook, 1984).

Στην έννοια της μοναξιάς ως μια κατάσταση στην οποία το άτομο δεν είναι ικανοποιημένο τόσο από τον αριθμό των κοινωνικών του σχέσεων όσο και από τον βαθμό οικειότητας που του προσφέρουν, διατυπώνονται τρεις διαστάσεις. Αρχικά, η αίσθηση του κενού και της απομόνωσης από τους άλλους που χαρακτηρίζεται ως η «στερητική» διάσταση της έννοιας. Η δεύτερη αφορά τη χρονική στιγμή που το άτομο πραγματεύεται εάν το αίσθημα της μοναξιάς που βιώνει είναι αναστρέψιμο ή μη και ποιος το προκάλεσε, ενώ η τρίτη διάσταση αναφέρεται στα αρνητικά συναισθήματα που μπορεί να βιώσει ο κάθε άνθρωπος στο πλαίσιο της μοναξιάς, για παράδειγμα θλίψη, απελπισία, ντροπή ή ενοχή (de Jong-Gierveld, 1989,1998). Ο Weiss (1975), διατύπωσε δυο είδη μοναξιάς, την συναισθηματική και την κοινωνική. Η πρώτη είναι αποτέλεσμα της απουσίας στενών διαπροσωπικών σχέσεων που ενισχύουν το αίσθημα της οικειότητας και ασφάλειας και η επακόλουθη δημιουργία συναισθημάτων κενού και άγχους. Από την άλλη, η κοινωνική μοναξιά προκύπτει από την έλλειψη ενός κοινωνικού δικτύου, η οποία οδηγεί το άτομο στην περιθωριοποίηση και στην απομόνωση (Cacioppo et al., 2015). Ακόμη, έχει υποστηριχθεί ότι τα άτομα με κοινωνικό άγχος αποφεύγουν συχνά τις κοινωνικές αλληλεπιδράσεις, με αποτέλεσμα να ενισχύουν την απομόνωση τους και κατ' επέκταση να εκθέτουν τον εαυτό τους στην μοναξιά (Teo et al., 2013). Γίνεται φανερό ότι, όλες οι προσεγγίσεις της μοναξιάς έχουν κοινό σημείο τη συναισθηματική δυσφορία και την περιθωριοποίηση του ατόμου από το κοινωνικό σύνολο. Κλείνοντας, έχει διαπιστωθεί μια διαδικτυακή διάσταση της μοναξιάς λόγω της ριζικής ένταξης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στις ανθρώπινες σχέσεις, καθώς υποστηρίζεται ότι υπάρχει μια αμφίδρομη σχέση αιτιότητας μεταξύ της χρήσης αυτών και του συγκεκριμένου συναισθήματος (Pittman & Reich, 2016).

Βιβλιογραφική Ανασκόπηση

Η εννοιολογική αποσαφήνιση κρίθηκε απαραίτητη βάση για την εκτενή ανάλυση της βιβλιογραφικής ανασκόπησης στο παρόν υποκεφάλαιο. Εκτενέστερα, θα αποσαφηνιστεί η ύπαρξη ή μη σχέσης μεταξύ των εξαρτημένων μεταβλητών, δηλαδή του άγχους στο Instagram, της κοινωνικής σύγκρισης, της αυτοεκτίμησης και της μοναξιάς με την ανεξάρτητη μεταβλητή, δηλαδή την προβληματική χρήση στο Instagram. Ταυτόχρονα, θα διευκρινιστούν οι διασυνδέσεις μεταξύ ορισμένων εξαρτημένων μεταβλητών που σημειώνονται στη βιβλιογραφία. Συνεπώς, η παρακάτω βιβλιογραφική ανασκόπηση έχει ως σκοπό να σημειώσει τις υπάρχουσες συσχετίσεις διεξαγμένων μελετών που οδήγησαν στον καθορισμό του θέματος της παρούσας έρευνας, καθώς στο τέλος του υποκεφαλαίου θα παρατεθούν τα ερευνητικά ερωτήματα και οι ερευνητικές υποθέσεις.

Προβληματική χρήση Instagram, αυτοεκτίμηση και κοινωνική σύγκριση

Η εκτεταμένη χρήση του κινητού τηλεφώνου έχει συσχετιστεί άμεσα με την προβληματική χρήση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, συμπεριλαμβανομένου και του Instagram στο οποίο και εστιάζει η παρούσα έρευνα (Rozgonjuk et al., 2020). Παρόλο που η μελέτη του Instagram δεν είναι τόσο διευρυμένη όσο της εφαρμογής του Facebook, η έννοια της προβληματικής χρήσης του Instagram έχει αποτελέσει σημείο αναφοράς σε πρόσφατες μελέτες (Kircaburun & Griffiths, 2019 · Balta et al., 2020 · Ershad & Aghajani, 2017). Κατά την βιβλιογραφική ανασκόπηση βρέθηκε μεγάλη συσχέτιση μεταξύ της αυτοεκτίμησης και της κοινωνικής σύγκρισης με την προβληματική χρήση του Instagram, καθώς είναι δυο μεταβλητές

που παράλληλα παρουσιάζουν μια σχέση αλληλεξάρτησης (Jiang & Ngien, 2020 · Mackson et al., 2019 · Stapleton et al., 2017 · Lup et al., 2015 · Vogel et al., 2014).

Το Instagram ως μια πλατφόρμα προσανατολισμένη στην εικόνα και την ανατροφοδότηση, δημιουργεί στους χρήστες την ανάγκη για μια εξιδανικευμένη αίσθηση του εικονικού εαυτού τους μέσω της κοινοποίησης προσεκτικά επιλεγμένων δημοσιεύσεων που παρουσιάζουν μια ιδανική, άλλοτε ουτοπική, πλευρά της ζωής τους. Το γεγονός αυτό, δημιουργεί αυτομάτως ένα πλαίσιο κοινωνικής σύγκρισης με τους υπόλοιπους χρήστες και διαμορφώνει κοινωνικές νόρμες παρουσίασης του εαυτού (Jiang & Ngien, 2020 · Stapleton et al., 2017). Σαφέστερα, ο βαθμός κοινωνικής σύγκρισης εντείνεται από τον αριθμό των ακολούθων, των αντιδράσεων «μου αρέσει» ή των σχόλιων στις δημοσιεύσεις, όπου μέσω αυτών μεταδίδεται άμεσα η ανατροφοδότηση από τους ενεργούς χρήστες (Appel et al., 2016). Τα άτομα με χαμηλή αυτοεκτίμηση είναι πιθανό να βασίσουν την αυτοαξία τους σε αυτούς τους τρόπους ανατροφοδότησης, μέσω της κοινωνικής σύγκρισης μεταξύ των αντιδράσεων και των ακολούθων που έχουν οι ίδιοι συγκριτικά με τους υπολοίπους (Scissors et al., 2016).

Οι Lup και συν. (2015) στην μελέτη που διεξήγαγαν σε νέους ηλικίας 18 έως 29 ετών, έδειξαν ότι όσοι αφιέρωναν στο Instagram τουλάχιστον μια ώρα την ημέρα και ακολουθούσαν ένα μικρό ποσοστό άγνωστων ατόμων, είχαν μια πιο θετική κοινωνική σύγκριση του εαυτού, σε αντίθεση με εκείνους που ακολουθούσαν αρκετούς αγνώστους. Όσοι ακολουθούσαν παθητικώς πολλά άγνωστα άτομα, δηλαδή παρακολουθούσαν για αρκετές ώρες την μέρα την δραστηριότητα τους, είχαν υψηλά επίπεδα κοινωνικής σύγκρισης και εμφάνισαν συμπτώματα κατάθλιψης. Η αιτία που αποδόθηκε στο εύρημα αυτό, είναι η ελλιπής γνώση για την πραγματική ζωή του χρήστη που υποκρύπτεται από την ιδανική αυτοεικόνα του στο Instagram, η οποία δεν συνάδει με την πραγματικότητα του. Οι χρήστες του Instagram συνήθως συγκρίνουν

τον εαυτό τους με άτομα που παρουσιάζουν μια πιο ευχάριστη καθημερινότητα από την δική τους, δηλαδή κάνουν ανοδική σύγκριση, η οποία αντί να λειτουργήσει ως σημείο έμπνευσης για την δική τους προσωπική βελτίωση, τους επηρεάζει αρνητικά. Συνεπώς, το γεγονός ότι συγκρίνουν παθητικά τον εαυτό τους με βάση μη αντικειμενικά κριτήρια και μη ρεαλιστικές εικόνες δρα προκαλώντας μια ψυχική δυσφορία και πλήττοντας την αυτοεκτίμησή τους. Κλείνοντας, μια ελληνική έρευνα έδειξε ότι η παθητική χρήση στο Instagram, συνδέεται με χαμηλά επίπεδα στην αυτοεκτίμηση των νέων και το αντίστροφο (Leimonis & Koutra, 2022).

Οι Vogel και συν. (2014), επιβεβαίωσαν ότι η εκτεταμένη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να εκθέσει το άτομο σε λογαριασμούς ενεργών χρηστών που παρουσιάζουν μια ελκυστική πραγματικότητα, οδηγώντας σε ανοδική κοινωνική σύγκριση και σε μειωμένη αυτοεκτίμηση και αυτοαξία. Παρομοίως οι Nesi και Prinstein (2015) και οι Gonzales και Hancock (2011), διαπίστωσαν ότι ορισμένοι χρήστες επιλέγουν προσεκτικά τον τρόπο που θα αυτοπαρουσιαστούν στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, με αποτέλεσμα συχνά να προωθούν προς τους υπόλοιπους θετικές αλλά παραποιημένες ιδέες για τον εαυτό τους. Η συγκεκριμένη στάση δημιουργεί ένα αίσθημα ανεπάρκειας στα άτομα που αντιλαμβάνονται το συγκεκριμένο ερέθισμα ως αμετάκλητο και όχι ως μια ρευστή κατάσταση, με συνέπεια να πραγματοποιούν ανοδικές συγκρίσεις και να μειώνουν τα επίπεδα της αυτοεκτίμησής τους. Τονίζεται λοιπόν, ότι η παρουσίαση του εαυτού στις δημοσιεύσεις του προσωπικού λογαριασμού, συνήθως πραγματοποιείται με τον καλύτερο δυνατό τρόπο επηρεάζοντας τα επίπεδα τόσο της κοινωνικής σύγκρισης όσο και της αυτοεκτίμησής του εκάστοτε χρήστη (Jiang & Ngien, 2020 · Stapleton et al., 2017).

Η αυτοεκτίμηση έχει θεωρηθεί ως έναν από τους βασικούς λόγους που οι άνθρωποι χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι Nadkarni και Hofmann (2012), αναφέρθηκαν

σε ένα μοντέλο δυο παραγόντων για τον λόγο που χρησιμοποιούνται τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, εκείνον της ανάγκης του ανήκειν και εκείνον της ανάγκης για αυτό-παρουσίαση. Ο πρώτος παράγοντας αφορά την ανάγκη του ατόμου για κοινωνική στήριξη και αποδοχή από την ομάδα η οποία επηρεάζεται από το επίπεδο της αυτοεκτίμησης του ατόμου, ενώ ο δεύτερος παράγοντας σχετίζεται με την προσπάθεια που καταβάλλει κανείς στην διαμόρφωση μιας θετικής εικόνας και αποδοχής προς τα έξω, η οποία ακολούθως αυξάνει τα επίπεδα της αυτοεκτίμησης. Στη φύση της εφαρμογής του Instagram, όπως έχει ήδη αναφερθεί, βρίσκεται το φιλτράρισμα και η επεξεργασία των δημοσιεύσεων ώστε να συνάδουν στα πρότυπα και έπειτα ακολουθεί η ανατροφοδότηση μέσω αντιδράσεων «μου αρέσει» ή σχολίων στις δημοσιεύσεις του κάθε χρήστη. Αυτού του είδους η ανατροφοδότηση συνιστά πλέον έναν καινούργιο τρόπο έγκρισης και επικύρωσης του εαυτού κυρίως στα άτομα με χαμηλή αυτοεκτίμηση. Την στιγμή που κάποιο άτομο χτίζει την αυτοεκτίμηση του στις απόψεις των υπολοίπων, τοποθετεί τον εαυτό του σε μια συνθήκη κοινωνικής σύγκρισης και προσπάθειας εσωτερίκευσης κοινωνικών προτύπων (Stapleton et al., 2017). Η έρευνα του Mehdizadeh (2010), έδειξε ότι οι πιο ενεργοί χρήστες του διαδικτύου, μπορεί να υιοθετήσουν μια ναρκισσιστική συμπεριφορά παρουσιάζοντας συχνά τον εαυτό τους, με απώτερο σκοπό να καλύψουν τα χαμηλά επίπεδα αυτοεκτίμησης τους. Στο πλαίσιο του Instagram, αυτή η ναρκισσιστική συμπεριφορά θα μπορούσε να δηλωθεί μέσω της δημοσίευσης των «selfies», δηλαδή των φωτογραφιών που βγάζει ο χρήστης τον εαυτό του με την μπροστινή κάμερα του κινητού (Sheldon & Bryant, 2016).

Η έρευνα των Stapleton και συν. (2017), μελέτησε σε νέους ηλικίας 18 έως 25 ετών την σχέση της αυτοεκτίμησης και της εκτεταμένης χρήσης του Instagram και ανέδειξε αρνητική συσχέτιση, εύρημα το οποίο διαφοροποιείται από άλλες έρευνες (Vogel et al., 2014). Σαφέστερα,

υποστήριξε ότι οι πιθανότητες για θετική συσχέτιση μεταξύ αυτών των δυο μεταβλητών υπάρχουν όταν το άτομο βασίζει την διαμόρφωση της αυτοεκτίμησης του στην έγκριση των υπολοίπων. Στους νέους παρατηρείται ότι όσο η αυτοεκτίμηση εξαρτάται από την διαδικτυακή επικύρωση, τόσο επηρεάζονται ταυτόχρονα τα επίπεδα της αυτό-αξίας και της κοινωνικής σύγκρισης, καθώς είναι πιθανό να συγκρίνουν μεροληπτικά τον εαυτό τους με δημοσιεύσεις άλλων χρηστών, που δεν είναι αντιπροσωπευτικές σε σχέση με τη πραγματικότητα τους (Stapleton et al., 2017). Μια ακόμη έρευνα που μελέτησε την επίδραση των αντιδράσεων «μου αρέσει» ή διαφορετικά «Likes» και της αυτοεκτίμησης στην προβληματική χρήση του Instagram, συμπέρανε μια αρνητική συσχέτιση μεταξύ της αυτοεκτίμησης και της προβληματικής χρήσης του Instagram. Ωστόσο, τόνισε τον προστατευτικό ρόλο της αυτοεκτίμησης, καθώς θεώρησε ότι είναι δυνατόν να βοηθήσει τον χρήστη να επεξεργαστεί συνετά τις αντιδράσεις των «Likes» που δέχεται στο Instagram και να εστιάσει στην ωφέλιμη και παραγωγική πλευρά που παρέχει η πλατφόρμα του Instagram (Martinez-Pecino & Garcia-Gavilan, 2019). Καταλήγοντας, τόσο η αυτοεκτίμηση όσο και η κοινωνική σύγκριση συσχετίζονται ξεχωριστά με την προβληματική χρήση του Instagram, ενώ ταυτόχρονα γίνεται αντιληπτή και η σχέση αλληλεξάρτησης μεταξύ των δυο αυτών μεταβλητών.

Προβληματική χρήση Instagram και άγχος στο Instagram

Μια από τις επακόλουθες ψυχολογικές επιπτώσεις της προβληματικής χρήσης του Instagram είναι το άγχος κατά την χρήση της εφαρμογής. Έχει αναδειχθεί ότι όταν οι ώρες καθημερινής χρήσης ξεπερνούν τις δυο, υπάρχει υψηλή σύνδεση με ψυχική δυσφορία και πιο συγκεκριμένα με το άγχος και την κατάθλιψη (Dobrea & Pasarelu, 2016 · Royal Society for Public Health, 2017). Σχετικά με το άγχος για την εφαρμογή του Instagram, η έρευνα των Mackon και συν. (2019) που διεξήχθη σε άτομα ηλικίας 18 έως 48, διέκρινε ότι ο συγκεκριμένος

τύπος άγχους προκαλείται από συγκεκριμένες δυνατότητες που παρέχει το Instagram στους χρήστες της. Πιο συγκεκριμένα, το άγχος αυτό ενδέχεται είτε να πυροδοτηθεί από στρες για την δημοσίευση μιας φωτογραφίας ή για το είδος ανατροφοδότησης που θα δεχτεί το άτομο από τους υπόλοιπους χρήστες, είτε να αποτελεί μέρος ενός γενικευμένου άγχους για την κανονική πραγματικότητα. Στο σημείο αυτό, το άγχος για το Instagram συσχετίζεται με την κοινωνική σύγκριση, καθώς λόγω αυτής είναι πιθανό το άτομο να αγχωθεί τόσο για τον τρόπο εμφάνισης του στα κοινωνικά δίκτυα όσο και για την ανατροφοδότηση που λάβει. Ακόμη, έχει υποστηριχθεί ότι ενδεχομένως μέσω των κοινωνικών συγκρίσεων, τα άτομα αντιλαμβάνονται τη διάκριση μεταξύ του ιδανικού και του πραγματικού εαυτού τους, εντείνοντας τόσο το αίσθημα της ανεπάρκειας όσο και το επίπεδο του άγχους τους. Ένα ακόμη εύρημα της συγκεκριμένης έρευνας, είναι ότι τα υψηλά επίπεδα άγχους για το Instagram δεν συσχετίστηκαν με υψηλά ποσοστά κατάθλιψης, γεγονός το οποίο δεν ήταν αναμενόμενο δεδομένου ότι το άγχος στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συνήθως συσχετίζεται με την κατάθλιψη (Keyte et al., 2021).

Σε ένα γενικό πλαίσιο η έρευνα των Mackson και συν. (2019), υποστήριξε ότι στην προσπάθεια να διατηρηθεί μια θετική διαδικτυακή εικόνα, μια υψηλή εικονική αυτοπεποίθηση και μια θετική ανατροφοδότηση από τους άλλους, είναι πιθανό το άτομο να παρουσιάσει υψηλά επίπεδα άγχους και μειωμένα επίπεδα κατάθλιψης. Εκτενέστερα, το άγχος σχετικά με το Instagram συνδέεται άμεσα με ένα αίσθημα γενικευμένου άγχους, διότι η σκέψη του χρήστη είναι μονίμως προσηλωμένη στην κοινοποίηση δημοσιεύσεων, στην αρμόζουσα παρουσίαση του εαυτού και στην ανατροφοδότηση που θα λάβει. Παρομοίως στην ελληνική έρευνα των Pantalos και συν. (2022), διατυπώθηκε ότι υπάρχει υψηλή θετική συσχέτιση μεταξύ της προβληματικής χρήσης του Instagram με το άγχος κατά την χρήση της εφαρμογής. Το εύρημα αυτό αποδόθηκε στο γεγονός ότι το Instagram εντείνει την ανάγκη για θετική αυτοπροβολή λόγω των κοινωνικών

συγκρίσεων που πραγματοποιούνται στο πλαίσιο της, με αποτέλεσμα να εντείνεται το άγχος του ατόμου κατά την χρήση.

Οι Malaeb και συν. (2021), σημείωσαν ότι η προβληματική χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης πιθανότατα αλλοιώνει τις διαπροσωπικές επαφές, τις επικοινωνιακές δεξιότητες και την δημιουργικότητα του ατόμου, προκαλώντας αυξημένο άγχος και αυπνία. Ταυτόχρονα, οι Vannucci και Ohannessian (2019) μέσα από την έρευνα τους συμπέραναν ότι στην συσχέτιση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και του άγχους διαδραματίζει σημαντικό ρόλο η συχνότητα της χρήσης. Μάλιστα, υποστήριξαν ότι η καθημερινή χρήση αυτών των πλατφορμών, συσχετίζεται με μεγαλύτερη πιθανότητα εμφάνισης κάποιας αγχώδους διαταραχής. Μια διαταραχή της συγκεκριμένης κατηγορίας που έχει απασχολήσει αρκετά τους ερευνητές είναι το κοινωνικό άγχος, το οποίο έχει αναδείξει θετική συσχέτιση με την εκτεταμένη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Frost & Rickwood, 2017 · O'Day & Heimberg, 2021). Η διαταραχή του κοινωνικού άγχους είναι διαδεδομένη και σύμφωνα με το Διαγνωστικό και Στατιστικό Εγχειρίδιο Ψυχικών Διαταραχών DSM-5 (American Psychiatric Association, 2013), χαρακτηρίζεται από έντονο φόβο για κοινωνικές καταστάσεις στις οποίες εντείνεται το συναίσθημα ότι μπορεί να πραγματοποιηθεί αξιολόγηση ή έλεγχος από τους άλλους παρευρισκόμενους. Άτομα που πάσχουν από αυτήν την διαταραχή, παρουσιάζουν μια κακή ποιότητα ζωής και αντιμετωπίζουν δυσκολίες στους περισσότερους τομείς της καθημερινότητας τους, όπως στον επαγγελματικό, τον κοινωνικό και τον εκπαιδευτικό (Dryman et al., 2016).

Δεδομένου της θετικής συσχέτισης που έχει η προβληματική χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης με τα επίπεδα κοινωνικής σύγκρισης, έχει θεωρηθεί ότι η διαταραχή του κοινωνικού άγχους ενδέχεται να απορρέει και από την σύγκριση του εαυτού με εικόνες άλλων χρηστών σε εφαρμογές όπως το Instagram (Mitchell & Schmidt, 2014). Μια μελέτη που εστίασε

στην ψυχολογική επίδραση του Instagram σε φοιτητές, συσχέτισε θετικά τη χρήση της εφαρμογής με επίπεδα κοινωνικού άγχους και κατάθλιψης, τα οποία στη συνέχεια επηρεάζουν τον βαθμό ικανοποίησης από τη ζωή και την ψυχική ευεξία. Το κλίμα κοινωνικής σύγκρισης το οποίο, όπως και έχει προαναφερθεί, πυροδοτείται στην εφαρμογή του Instagram, είναι πιθανό να συνεπάγεται με το κοινωνικό άγχος και με την περαιτέρω χαμηλή ικανοποίηση από την ζωή (Foroughi et al.,2022).

Προβληματική χρήση Instagram και μοναξιά

Στην υπάρχουσα βιβλιογραφία έχει σημειωθεί ότι τα άτομα που αισθάνονται μοναξιά είναι πιθανό να καταφύγουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να αναζητήσουν κοινωνική στήριξη και να καλύψουν τις κοινωνικές και επικοινωνιακές ανάγκες τους (Song et al., 2014). Η σχέση μεταξύ της μοναξιάς και της εκτεταμένης χρήσης αυτών των μέσων έχει επιβεβαιωθεί από πολλές έρευνες, εξάλλου και οι Shek και συν. (2013) υποστήριξαν ότι ο εθισμός στο διαδίκτυο προέρχεται από προσωπικά συναισθηματικά βιώματα, όπως η μοναξιά. Στην έννοια της μοναξιάς έχει διατυπωθεί ένα δίπολο σχετικά με τον βαθμό που η προβληματική χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αυξάνει ή μειώνει τα επίπεδα της (O'Day & Heimberg, 2021).

Αρχικά, έχει χαρακτηριστεί σημαντική η διερεύνηση της μοναξιάς σε σχέση με τους διάφορους τύπους χρήσης στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης (O'Day & Heimberg, 2021). Η έρευνα του Yang (2016), διατύπωσε ότι όσοι φοιτητές έκαναν ενεργητική και διαδραστική ή παθητική χρήση στο Instagram έδειξαν χαμηλότερα επίπεδα μοναξιάς συγκριτικά με όσους έκαναν ενεργητική αλλά μη διαδραστική χρήση. Το εύρημα σχετικά με την παθητική περιήγηση δεν ήταν αναμενόμενο, δεδομένου ότι σε προγενέστερες μελέτες είχε συσχετιστεί με αυξημένη μοναξιά (Burke et al., 2010 · Ryan & Xenos, 2011). Η εξήγηση που αποδόθηκε είναι ότι η παθητική χρήση των νέων στο Instagram διαφοροποιείται από την κανονική έννοια της φράσης,

καθώς είναι πιθανό να χρησιμοποιήσουν παθητικά την πλατφόρμα ως μέσο ενημέρωσης και παρακολούθησης περιεχομένου που κοινοποιεί ο κοινωνικός περίγυρος τους. Συνεπώς, ενδέχεται η παθητική χρήση να μην αφορά πάντοτε την κακοπροαίρετη παρατήρηση της διαδικτυακής συμπεριφοράς άλλων χρηστών, αλλά να σχετίζεται με την ανάγκη για κοινωνική αλληλεπίδραση (Yang, 2016). Εντούτοις, οι O'Day και Heimberg (2021) διατύπωσαν ότι τα μοναχικά και κοινωνικά ανήσυχα άτομα καταφεύγουν περισσότερο σε προβληματική και παθητική χρήση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συγκριτικά με τα μη μοναχικά. Η μοναξιά εντείνει την ανάγκη για διαδικτυακή κοινωνική συναναστροφή, με αποτέλεσμα να υιοθετείται μια εθιστική συμπεριφορά. Παρόμοια άποψη είχαν και οι Burke και συν. (2010), σύμφωνα με τους οποίους όσοι έχουν ελλειψείς κοινωνικές αλληλεπιδράσεις και βιώνουν μοναξιά, σημειώνουν περισσότερη παθητική χρήση.

Εκτός από το αίσθημα της κοινωνικής υποστήριξης που αποδίδεται μέσω του Instagram, οι Kircaburun και Griffiths (2019) υποστήριξαν ότι η συγκεκριμένη πλατφόρμα δημιουργεί την αίσθηση της παρουσίας και τη διαφυγή από την πραγματικότητα. Σαφέστερα, η στενή παρακολούθηση της δραστηριότητας άλλων χρηστών στο Instagram συμβάλλει στη διαφυγή από την δυσάρεστη πραγματικότητα και τροποποιεί θετικά την διάθεση των ατόμων, μειώνοντας την αίσθηση της μοναξιάς τους και οδηγώντας σε προβληματική χρήση. Ωστόσο, αυτή η μείωση της μοναξιάς χαρακτηρίζεται παροδική, δίχως να μειώνει τα αληθινά επίπεδα της μοναχικότητας, δεδομένου ότι το άτομο αποπειράται διαμέσου του Instagram να αποφύγει τις δυσκολίες και να ικανοποιήσει επιφανειακώς τις κοινωνικές του ανάγκες. Έχει διατυπωθεί ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δημιουργούν μια εικονική παρουσία του κοινωνικού δικτύου των χρηστών, γεγονός το οποίο εντείνει την ανάγκη για επικοινωνία και αφοσίωση στον διαδικτυακό κόσμο. Αυτό φέρει ως αποτέλεσμα τόσο την απομόνωση του ατόμου από την πραγματική ζωή όσο και την

αλλοίωση της διαπροσωπικής επαφής (Misra et al., 2016). Τέλος οι Deters και Mehl (2013), υποστήριξαν τον προσωρινό χαρακτήρα της επίδρασης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην μοναξιά, δεδομένου ότι πρόκειται για μια συμπεριφορά που υιοθετούν τα μοναχικά άτομα ως μηχανισμό άμυνας στην αντιμετώπιση των συναισθημάτων τους.

Αντιθέτως, ορισμένες μελέτες έχουν στηρίξει την άποψη ότι η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να μειώσει αισθητά και άμεσα τα επίπεδα της μοναξιάς. Σύμφωνα με ορισμένα ευρήματα, ο διαμοιρασμός των φωτογραφιών στο Instagram δύναται να λειτουργήσει ευεργετικά στη μοναξιά, εντείνοντας την αίσθηση της κοινωνικής παρουσίας και το αίσθημα της επικοινωνίας με ένα πραγματικό πρόσωπο (Pittman & Reich, 2016 · Sundar, 2008). Πιο συγκεκριμένα, η κοινωνική παρουσία δημιουργείται μέσω των δημοσιεύσεων που αντανακλούν ανθρωπομορφικά στοιχεία, όπως πρόσωπο, σώμα, φωνή, γλώσσα και προσωπικότητα (Sundar, 2008). Οι Pittman και Reich (2016), ανέδειξαν ότι οι φωτογραφίες και τα βίντεο στο Instagram που παρουσιάζουν αυθόρμητα την πραγματικότητα ενός χρήστη, μπορεί να επικοινωνήσουν άμεσα ένα θερμό συναίσθημα και μια εικονική κατάσταση, η οποία να δημιουργήσει το αίσθημα της συντροφικότητας και της παρέας. Συνεπώς, υποστηρίχθηκε ότι το Instagram μπορεί να μειώσει την μοναξιά και να αυξήσει την ικανοποίηση και την ευχαρίστηση από την ζωή (Pittman & Reich, 2016). Ακόμη και οι Mackson και συν. (2019), διατύπωσαν ότι οι παροχές ανατροφοδότησης του Instagram καλύπτουν την ανάγκη του «ανήκειν» σε μια κοινότητα, με αποτέλεσμα να μειώνονται άμεσα τα επίπεδα της μοναξιάς μέσω της χρήσης της. Κλείνοντας, παρά τις πολλαπλές μελέτες που έχουν διεξαχθεί, εξακολουθεί να μην είναι ξεκάθαρη η σχέση αιτιότητας μεταξύ της μοναξιάς και της προβληματικής χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Η μοναξιά και η χρήση του Instagram έχει συσχετιστεί και με την κοινωνική σύγκριση. Ένα ακόμη σημαντικό εύρημα της έρευνας του Yang (2016), είναι η θετική συσχέτιση της ανοδικής κοινωνικής σύγκρισης με την μοναξιά. Σαφέστερα, όταν οι νέοι παρατηρούν ότι οι συνομήλικοι τους έχουν παραπάνω αντιδράσεις στις δημοσιεύσεις ή κοινοποιούν την παρεύρεση τους σε περισσότερα κοινωνικά συμβάντα από τους ίδιους, είναι πιθανό να συγκριθούν και να μην αισθανθούν αρκετά ικανοποιημένοι με τον εαυτό τους. Η αρνητική συναισθηματικότητα και η ανασφάλεια, μπορούν να μεταφράσουν οποιαδήποτε πληροφορία ως πηγή κοινωνικής σύγκρισης και κακής αυτοαντίληψης (Buunk & Gibbons, 2006). Αυτή η αίσθηση κατωτερότητας δύναται να οδηγήσει το άτομο σε κοινωνική απομόνωση, προκειμένου να αποφύγει περαιτέρω κοινωνική σύγκριση και για να μην πλήξει την αυτοεκτίμηση του (Yang, 2016). Οι Wallace και Buil (2021), ανέδειξαν ότι οι λίγες αντιδράσεις «Likes», οδηγούν σε αυξημένα επίπεδα τόσο μοναξιάς όσο και κοινωνικής σύγκρισης. Η μη απόκτηση πολλών αντιδράσεων δημιουργεί ένα αίσθημα απομόνωσης από τον περίγυρο και παρατηρείται ότι οι νέοι εμπλέκονται σε μια συμπεριφορά αναζήτησης «Likes», προκειμένου να μειώσουν την μοναξιά τους και να νιώσουν μια κοινωνική επικύρωση από τον περίγυρο τους (Dumas et al., 2017 · Sheldon & Bryant, 2016). Τέλος σε ό,τι αφορά την κοινωνική σύγκριση των νέων, έγινε αντιληπτό ότι τα πολλά «Likes» στο Instagram έχουν αρνητική επίδραση ιδίως όταν είναι εμφανή στην δημοσίευση, διότι μπορεί εύκολα να συμβεί η σύγκριση του εαυτού με τους άλλους (Wallace & Buil, 2021).

Προβληματική χρήση Instagram και δημογραφικά χαρακτηριστικά

Σχετικά με την διαφοροποίηση μεταξύ των δυο φύλων στην προβληματική χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης διαπιστώνεται μια διχογνωμία. Αρκετά ευρήματα ερευνών υποστηρίζουν ότι το γυναικείο φύλο σημειώνει υψηλότερα επίπεδα προβληματικής χρήσης στα κοινωνικά δίκτυα συγκριτικά με το ανδρικό φύλο (Marino et al., 2020 · Banyai et al., 2017), τη

στιγμή που άλλες μελέτες υποστηρίζουν το αντίστροφο, αποδίδοντας την εκτεταμένη χρήση των ανδρών στα διαδικτυακά παιχνίδια (Chen et al., 2015 · Anderson et al., 2017) ή σε πορνογραφικές δραστηριότητες (Banyai et al., 2017). Σχετικά με την προβληματική χρήση στο Instagram οι Ronzonjuk και συν. (2020) και οι Yurdagul και συν.(2021), ανέδειξαν ότι οι γυναίκες έχουν περισσότερες πιθανότητες να υιοθετήσουν προβληματική συμπεριφορά στο πλαίσιο της ανάγκης για απόκτηση φήμης, δημοτικότητας και διαδικτυακής αλληλεπίδρασης. Οι Hussain και συν. (2023), συμπέραναν διαφορετικά κίνητρα που ωθούν το κάθε φύλο στην προβληματική χρήση στο Instagram. Εκτενέστερα, θεώρησαν ότι το γυναικείο φύλο δεν αφιερώνει χρόνο στο Instagram για λόγους εκπαιδευτικούς και ενημερωτικούς, αλλά για λόγους κοινωνικοποίησης, ενώ το ανδρικό φύλο δαπανά χρόνο στην εφαρμογή εστιάζοντας στον τρόπο που θα αυτοπαρουσιαστεί. Ακόμη, μια έρευνα που διεξήχθη σε ελληνικό πληθυσμό νέων ενηλίκων, έδειξε ότι στην προβληματική χρήση στο Instagram υπερτερούσε το γυναικείο φύλο (Zarenti et al., 2021). Κλείνοντας δυο μελέτες αποτελούν τον αντίλογο όλων των παραπάνω, καθώς υποστήριξαν ότι δεν υπάρχει καμία διαφοροποίηση μεταξύ των δύο φύλων (Romero-Rodriguez et al., 2020 · Pantalos et al., 2022).

Όσον αφορά το δεύτερο δημογραφικό που θα διερευνηθεί, το οποίο είναι ο τόπος διαμονής, έχουν διεξαχθεί ελάχιστες έρευνες σχετικά με την προβληματική χρήση. Πιο συγκεκριμένα οι Giota και Kleftaras (2013), διατύπωσαν ότι όσοι διέμεναν σε αγροτικές περιοχές στην Ελλάδα, έκαναν περισσότερη προβληματική χρήση λόγω των λιγότερων δυνατοτήτων κοινωνικοποίησης και διασκέδασης που παρέχονται, συγκριτικά με τις μεγαλουπόλεις. Οι Chegeni και συν. (2022) κατέληξαν σε παρόμοιο συμπέρασμα, σε αντίθεση με τους Zygo και συν. (2015), οι οποίοι θεώρησαν ότι όσοι διαμένουν σε μεγάλες πόλεις έχουν περισσότερες πιθανότητες παρουσίασης προβληματικής χρήσης στο διαδίκτυο.

Η Παρούσα Έρευνα

Με βάση την παραπάνω βιβλιογραφική ανασκόπηση και δεδομένου των ελάχιστων ερευνών που έχουν πραγματοποιηθεί στην Ελλάδα σχετικά με την ψυχοκοινωνική επιρροή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε νέους (Zarenti et al., 2021 · Leimonis & Koutra, 2022 · Pantalos et al., 2022), ο σκοπός της συγκεκριμένης έρευνας είναι πολυδιάστατος. Αρχικά πρόκειται για μια ποσοτική έρευνα συσχέτισης, πρωταρχικός στόχος της οποίας είναι να αποτυπωθεί το επίπεδο της προβληματικής χρήσης των προπτυχιακών ή μεταπτυχιακών και φοιτητών και φοιτητριών ηλικίας 18 έως 25 ετών. Κατά δεύτερον, στοχεύει στη διερεύνηση της συσχέτισης των δημογραφικών χαρακτηριστικών του φύλου και του τόπου διαμονής με την προβληματική χρήση στο Instagram. Στη συνέχεια σε ένα τρίτο επίπεδο, ο στόχος είναι να καλυφθεί το ερευνητικό κενό σχετικά με την συσχέτιση της προβληματικής ή μη χρήσης του Instagram με το άγχος κατά την χρήση της εφαρμογής, την αυτοεκτίμηση, την κοινωνική σύγκριση και τη μοναξιά. Τέλος, θα διερευνηθεί η συσχέτιση μεταξύ ορισμένων μεταβλητών που σημειώνονται στην βιβλιογραφία στο παρόν ελληνικό φοιτητικό δείγμα. Συνεπώς, διατυπώθηκαν τα εξής ερευνητικά ερωτήματα και οι εξής ερευνητικές υποθέσεις:

1. Το επίπεδο της προβληματικής χρήσης στους νέους και νέες ηλικίας 18 έως 25 ετών που αποτέλεσαν το παρόν δείγμα, αναμένεται μέτριο προς υψηλό (Stapleton et al., 2017 · Statista, 2024a). Το παραπάνω δεδομένο θα αποφανθεί μέσω των περιγραφικών δεδομένων και του αποτελέσματος στην ερώτηση δημογραφικών που αναφέρεται στο χρόνο καθημερινής χρήσης που εκτιμάται ότι δαπανά ο κάθε συμμετέχοντας και η κάθε συμμετέχουσα.

2. Στη βιβλιογραφία εντοπίστηκε η συσχέτιση της προβληματικής χρήσης του Instagram με ορισμένα δημογραφικά δεδομένα και συγκεκριμένα με το φύλο και την περιοχή κατοικίας.

Επομένως, διατυπώθηκαν οι εξής ερευνητικές υποθέσεις:

H2α. Υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές ως προς τα δύο φύλα και αναμένεται η υπέρσχυση του γυναικείου φύλου (Rozgonjuk et al., 2020).

H2β. Υπάρχει θετική συσχέτιση μεταξύ της προβληματικής χρήσης και της μη αστικής περιοχής κατοικίας (Giota & Kleftaras, 2013).

3. Για τη σχέση της προβληματικής χρήσης του Instagram με το άγχος για το Instagram, την αυτοεκτίμηση, την κοινωνική σύγκριση και τη μοναξιά δεν έχει διεξαχθεί έρευνα που να μελετά όλες αυτές μεταβλητές συνολικά και συσχετιστικά. Ωστόσο, ελληνικές και αγγλόφωνες έρευνες έχουν διερευνήσει την προβληματική χρήση του Instagram σε συνάρτηση με την κάθε μεταβλητή ξεχωριστά, γεγονός που οδήγησε στην διατύπωση των παρακάτω υποθέσεων για την κάθε σχέση:

H3α. Το άγχος για το Instagram συσχετίζεται θετικά με την προβληματική χρήση των νέων στο Instagram (Pantalos et al., 2022).

H3β. Η αυτοεκτίμηση συσχετίζεται αρνητικά με την προβληματική χρήση των νέων στο Instagram (Martinez-Pecino & Garcia-Gavilan, 2019).

H3γ. Η κοινωνική σύγκριση συσχετίζεται θετικά με την προβληματική χρήση των νέων στο Instagram (Jiang & Ngien, 2020).

H3δ. Η μοναξιά συσχετίζεται θετικά με την προβληματική χρήση των νέων στο Instagram (O'Day & Heimberg, 2021 · Burke et al., 2010).

4. Εκτός των συσχετίσεων της προβληματικής χρήσης του Instagram με την κάθε μεταβλητή ξεχωριστά, η βιβλιογραφική ανασκόπηση επιβεβαίωσε ορισμένες επιμέρους συσχετίσεις μεταξύ του άγχους για το Instagram, της αυτοεκτίμησης, της κοινωνικής σύγκρισης και της μοναξιάς. Με βάση τα αποτελέσματα ερευνών διατυπώθηκαν οι εξής υποθέσεις:

H4α. Το άγχος για το Instagram συσχετίζεται θετικά με την κοινωνική σύγκριση των νέων (Pantalos et al., 2022).

H4β. Η αυτοεκτίμηση και η κοινωνική σύγκριση έχουν αρνητική υψηλή συσχέτιση, δηλαδή τα υψηλά επίπεδα αυτοεκτίμησης συνδέονται με χαμηλά επίπεδα κοινωνικής σύγκρισης και αντίστροφα (Jiang & Ngien, 2020).

H4γ. Η μοναξιά συσχετίζεται θετικά με την κοινωνική σύγκριση των νέων (Yang, 2016).

Μέθοδος

Συμμετέχοντες

Η έρευνα απευθύνθηκε σε νέους και νέες ενήλικες ηλικίας μεταξύ 18 έως 25 ετών που βρίσκονται στο προπτυχιακό ή μεταπτυχιακό επίπεδο των σπουδών τους. Στην πρώτη ενότητα του ερωτηματολογίου, οι συμμετέχοντες και οι συμμετέχουσες κλήθηκαν να διαβάσουν το ενημερωτικό έντυπο της έρευνας και να συμφωνήσουν στη δήλωση συγκατάθεσης για τους όρους και τους ερευνητικούς σκοπούς της. Το συνολικό δείγμα που συμπλήρωσε το ερωτηματολόγιο αποτελούταν από 200 νέους ενήλικες (N=200), 139 γυναίκες (69.5%) και 61 άνδρες (30.5%) ηλικίας μεταξύ 18 έως 25 ετών (M.O.= 21.73, T.A.=1.90). Βασική προϋπόθεση συμμετοχής στην έρευνα ήταν η ηλικία, η φοίτηση σε προπτυχιακό ή μεταπτυχιακό επίπεδο και η χρήση της εφαρμογής του Instagram (N=200). Δεν υπήρξε κάποιο σφάλμα, καθώς όλοι πληρούσαν τις προϋποθέσεις. Η πλειοψηφία ήταν προπτυχιακοί φοιτητές καθώς σημειώθηκαν 178 (89%), ενώ οι 22 (11%) ήταν μεταπτυχιακοί φοιτητές. Οι 138 (69%) ζουν σε μεγάλο αστικό κέντρο με παραπάνω από 200.000 κατοίκους, 48 (24%) σε πόλη με 10.000 έως 200.000 κατοίκους, 10 (5%) σε κωμόπολη με 2.000 έως 10.000 κατοίκους και τέλος 4 (2%) ζουν σε αγροτική περιοχή ή αλλιώς χωριό, με λιγότερους από 2.000 κατοίκους (Πίνακας 1). Στα δημογραφικά εντάχθηκε και η ερώτηση σχετικά με τον αριθμό των ατόμων που ο εκάστοτε συμμετέχοντας ακολουθεί (MO= 738 TA=572) και τον αριθμό ακολούθων (MO=797 TA=520).

Πίνακας 1

Δημογραφικά χαρακτηριστικά δείγματος (N=200)

	n	%
Φύλο		
Άνδρας	61	30.5
Γυναίκα	139	69.5
Επίπεδο Φοίτησης		
Προπτυχιακό επίπεδο	178	89.0
Μεταπτυχιακό επίπεδο	22	11.0
Τόπος Διαμονής		
Μεγάλο αστικό κέντρο	138	69.0
Πόλη	48	24.0
Κωμόπολη	10	5.0
Αγροτική περιοχή	4	2.0

Σημείωση. N=200. Η ηλικία των συμμετεχόντων ήταν κατά μέσο όρο 21.73 (SD = 1.90)

Ψυχομετρικά εργαλεία

Το ερωτηματολόγιο που διανεμήθηκε ηλεκτρονικά αποτελούνταν από 7 ενότητες, εκ των οποίων η πρώτη ήταν ένα ενημερωτικό έντυπο συγκατάθεσης συμμετοχής στην έρευνα στο οποίο αναφερόταν ο σκοπός της έρευνας, οι κώδικες δεοντολογίας που ακολουθήθηκαν, τα δικαιώματα των συμμετεχόντων και συμμετεχουσών και τα στοιχεία επικοινωνίας με την ερευνητική ομάδα. Στην δεύτερη ενότητα, ακολούθησε ένα ερωτηματολόγιο με κλειστού τύπου ερωτήσεις για τη συλλογή δημογραφικών δεδομένων που αφορούσαν το φύλο, την ηλικία, τον τόπο διαμονής, το επίπεδο φοίτησης, τη χρήση του Instagram, τις καθημερινές ώρες χρήσης του Instagram, πόσα άτομα ακολουθεί ο συμμετέχοντας, η συμμετέχουσα και πόσα άτομα το ακολουθούν. Είναι σημαντικό να τονιστεί ότι στην παρούσα εργασία όταν γίνεται αναφορά στους δημογραφικούς παράγοντες εντάσσονται για λόγους συντομίας και οι ερωτήσεις που

σχετίζονται με το Instagram. Στη συνέχεια, ακολούθησαν τα πέντε ψυχομετρικά εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν για τη μέτρηση της κάθε μεταβλητής, δηλαδή της προβληματικής χρήσης του Instagram, του άγχους στο Instagram, της αυτοεκτίμησης, της κοινωνικής σύγκρισης και της μοναξιάς. Τα εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν είναι σταθμισμένα και μεταφρασμένα στην ελληνική γλώσσα. Για την χρήση τους στην παρούσα έρευνα πάρθηκε άδεια από τους ερευνητές που τις στάθμισαν στον ελληνικό επιστημονικό χώρο. Ωστόσο, για το ερευνητικό εργαλείο που μετράει τον βαθμό της μοναξιάς, παρά τις επανειλημμένες προσπάθειες επικοινωνίας από την επιστημονική ομάδα, δεν υπήρξε ανταπόκριση από την ερευνήτρια που είχε πραγματοποιήσει τη στάθμιση και τη μετάφραση του στην ελληνική γλώσσα. Τα ερωτηματολόγια αυτά μέτρησαν τις μεταβλητές τους μέσω της κλίμακας Likert, η οποία διαφοροποιείται στο καθένα, διότι το κάθε ερωτηματολόγιο διαθέτει διαφορετικές επιλογές απαντήσεων. Τέλος, πριν το κάθε ερωτηματολόγιο δίνονταν οδηγίες για τον τρόπο απάντησης και για τις βαθμολογίες της κλίμακας Likert.

Instagram Use Questionnaire. Το «Instagram Use Questionnaire» που χρησιμοποιήθηκε για τη διερεύνηση της προβληματικής χρήσης του Instagram, είναι μια παραλλαγή του «Social Media Use Questionnaire (SMUQ)» που κατασκευάστηκε από τους Xanidis & Brignell (2016), με σκοπό την μελέτη της προβληματικής χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Η συγκριμένη κλίμακα μεταφράστηκε στα ελληνικά και χρησιμοποιήθηκε πρώτη φορά στην ελληνική έρευνα των Pantalos και συν. (2022), όπου για τις ανάγκες της έρευνας τους αντικατέστησαν την έννοια «Social Media» με την έννοια «Instagram». Η μετάφραση στην ελληνική γλώσσα από την ερευνητική ομάδα πραγματοποιήθηκε με τη μέθοδο αντίστροφης μετάφρασης για να εξασφαλιστεί η εγκυρότητα των ερωτημάτων. Για τον έλεγχο των συνεπειών από τις αλλαγές που έγιναν στην αξιοπιστία της κλίμακας,

πραγματοποιήθηκε έλεγχος εσωτερικής αξιοπιστίας Cronbach με τιμή $\alpha=0.879$ (Pantalos et al., 2022). Η κλίμακα αποτελείται από 9 ερωτήσεις, όπου οι απαντήσεις μετριοούνται σε 5βάθμια κλίμακα Likert, η οποία ενώ στην μορφή του Social Media Questionnaire κυμαινόταν μεταξύ των τιμών 0 («Ποτέ») και 4 («Πάντα»), στην ελληνική της μορφή των Pantalos και συν. (2022) οι τιμές τροποποιήθηκαν και κυμαίνονταν από 1 («Ποτέ») μέχρι 5 («Πάντα»). Στην παρούσα έρευνα ακολουθήθηκε η κλίμακα Likert της ελληνικής μορφής. Στις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου περιλαμβάνονται δύο υποκλίμακες, η υποκλίμακα απόσυρσης, με τιμή αξιοπιστίας $\alpha=0.73$ (πχ. «Δυσκολεύομαι να παραμείνω σε μέρη όπου δεν μπορώ να έχω πρόσβαση στο Instagram») και η υποκλίμακα καταναγκασμού, με τιμή αξιοπιστίας $\alpha=0,77$ («Νιώθω ενοχές για τον χρόνο που περνώ στο Instagram»). Η πρώτη αναφέρεται στο βαθμό που κάποιος αποσύρεται από την πραγματικότητα και αφιερώνεται στο Instagram, ενώ η δεύτερη αφορά τη μειωμένη αίσθηση αυτοέλεγχου από το Instagram. Η τιμή Cronbach α για όλες τις ερωτήσεις της κλίμακας ήταν $\alpha=0.77$.

Instagram Anxiety Scale. Το «Instagram Anxiety Scale» κατασκευάστηκε από τους Mackson και συν. (2019), για την διερεύνηση του άγχους κατά την διάρκεια χρήσης του Instagram και βασίστηκε στην κλίμακα «Facebook-Social Interaction Anxiety Scale» των McCord και συν. (2014). Η συγκεκριμένη κλίμακα μεταφράστηκε και σταθμίστηκε στα ελληνικά και χρησιμοποιήθηκε πρώτη φορά στην ελληνική έρευνα των Pantalos και συν. (2022), με δείκτη αξιοπιστίας Cronbach για όλη την κλίμακα με τιμή $\alpha=0,860$. Στην παρούσα έρευνα η τιμή Cronbach ήταν $\alpha= 0,85$. Η κλίμακα αποτελείται από 10 ερωτήσεις, όπου οι απαντήσεις μετριοούνται σε 5βάθμια κλίμακα Likert που κυμαίνεται μεταξύ των τιμών 1 («Ποτέ») έως 5 («Πολύ συχνά»). Το ερωτηματολόγιο αποσκοπεί στη μέτρηση του ενδεχόμενου άγχους των χρηστών του Instagram κατά τη διάρκεια χρήσης, για παράδειγμα

μελετά τον βαθμό ανησυχίας για την δημοσίευση μιας φωτογραφίας ή για την ανατροφοδότηση («Ελέγχω συνεχώς πόσες αντιδράσεις λαμβάνω, μόλις δημοσιεύσω μια φωτογραφία»).

Rosenberg's Self-Esteem Scale. Το «Roseberg's Self-Esteem Scale (RSE)», κατασκευάστηκε από τον Roseberg (1965) για την μέτρηση της αυτοεκτίμησης. Η κλίμακα μεταφράστηκε και σταθμίστηκε στην ελληνική γλώσσα από τους Galanou και συν. (2014) και η τιμή αξιοπιστίας Cronbach είναι $\alpha=0.80$. Στην παρούσα έρευνα η τιμή Cronbach ήταν $\alpha=0.86$. Η κλίμακα αποτελείται από 10 ερωτήσεις, όπου οι απαντήσεις μετριοούνται σε 4βάθμια κλίμακα Likert που κυμαίνεται μεταξύ των τιμών 1 («Συμφωνώ απόλυτα») έως 4 («Διαφωνώ απόλυτα»). Οι ερωτήσεις αναφέρονται σε θετικά («Συνολικά, είμαι ικανοποιημένος με τον εαυτό μου») και αρνητικά στοιχεία της αυτοεικόνας του ατόμου («Σίγουρα νιώθω άχρηστος κάποιες φορές») και 5 ερωτήσεις έχουν αντίστροφη βαθμολόγηση («Κάποιες φορές σκέφτομαι ότι δεν είμαι καλός σε τίποτα»).

Iowa-Netherlands Comparison Orientation Scale- Short version. Το «Iowa-Netherlands Comparison Orientation Scale- Short version» κατασκευάστηκε από τους Buunk και Gibbons (2006) για την μέτρηση της κοινωνικής σύγκρισης. Η κλίμακα μεταφράστηκε και σταθμίστηκε στην ελληνική γλώσσα στην έρευνα των Pantalos και συν. (2022) με δείκτη αξιοπιστίας Cronbach που πήρε την τιμή $\alpha=0.836$. Στην παρούσα έρευνα η τιμή Cronbach ήταν $\alpha=0.81$. Η κλίμακα αποτελείται από 6 ερωτήσεις οι απαντήσεις των οποίων μετριοούνται σε 5βάθμια κλίμακα Likert που κυμαίνεται μεταξύ των τιμών 1 («Διαφωνώ απόλυτα») έως 5 («Συμφωνώ απόλυτα»). Μια εκ των ερωτήσεων έχει αντίστροφη βαθμολόγηση («Δεν είμαι ο τύπος ανθρώπου που συγκρίνεται συχνά με τους άλλους»).

UCLA Loneliness Scale, Version 3. Το «UCLA Loneliness Scale Version 3»

κατασκευάστηκε από τους Russell και συν. (1996) προκειμένου να μελετήσει τον βαθμό της μοναξιάς. Η συγκεκριμένη κλίμακα μεταφράστηκε και σταθμίστηκε από τους Pikea και συν. (2016) με δείκτη αξιοπιστίας Cronbach με τιμή $\alpha=0.90$. Στην παρούσα έρευνα η τιμή Cronbach ήταν $\alpha=0.92$. Το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο πρόκειται για μια πιο πρόσφατη έκδοση της κλίμακας και αποτελείται από 20 ερωτήσεις («Πόσο συχνά αισθάνεσαι ότι σου λείπει μια παρέα;»), εκ των οποίων οι 9 έχουν αντίστροφη βαθμολόγηση («Πόσο συχνά αισθάνεσαι ότι είσαι συντονισμένος με τους ανθρώπους γύρω σου;»). Οι απαντήσεις μετριοούνται με 4βάθμια κλίμακα Likert που κυμαίνεται μεταξύ των τιμών 1 («Ποτέ») έως 4 («Συχνά»). Στην έκδοση αυτή, η διατύπωση των ερωτήσεων έχει απλοποιηθεί προκειμένου να είναι εύκολα προσβάσιμη σε πολλούς πληθυσμούς συμπεριλαμβανόμενου και των ηλικιωμένων.

Διαδικασία συλλογής δεδομένων

Η δειγματοληψία της έρευνας πραγματοποιήθηκε μέσω της συμπλήρωσης του ερωτηματολόγιο που αποτελούνταν από 7 ενότητες, συμπεριλαμβανόμενου των δημογραφικών και των ψυχομετρικών εργαλείων. Το ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε ηλεκτρονικά σε μορφή μηνύματος μέσω των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης του Facebook και του Instagram. Ακόμη, το ερωτηματολόγιο αναρτήθηκε στο Facebook ως δημοσίευση σε διάφορες εθελοντικές οργανώσεις και φοιτητικές ομάδες. Το ερωτηματολόγιο παρέμεινε διαθέσιμο προς συμπλήρωση για διάστημα ενός μήνα. Στην προώθηση του ερωτηματολογίου προηγούνταν ένα σύντομο μήνυμα το οποίο ενημέρωνε για τον σκοπό της έρευνας, τους κανόνες δεοντολογίας που τηρούσαν και την ακούσια συμμετοχή του εκάστοτε συμμετέχοντα και συμμετέχουσας. Μάλιστα, αυτές οι πληροφορίες υπήρχαν αναλυτικά στο ενημερωτικό έντυπο στην αρχή του

ερωτηματολογίου, το οποίο αναφέρθηκε προηγουμένως. Το γεγονός αυτό κατέστησε εφικτή την προώθηση του ερωτηματολογίου σε δεύτερα πρόσωπα, καθώς υπήρξε παρότρυνση στον κάθε συμμετέχοντα και στην κάθε συμμετέχουσα να προωθήσουν το ερωτηματολόγιο σε άτομα που ενδεχομένως να ενδιαφέρονταν να συμμετάσχουν. Ως μέθοδος δειγματοληψίας χρησιμοποιήθηκε η συμπτωματική, δεδομένου ότι το δείγμα που επιλέχθηκε ήταν εύκολα προσβάσιμο από την ερευνήτρια και τα απαιτούμενα κριτήρια ήταν το άτομο να σπουδάζει, να βρίσκεται στην ηλικία μεταξύ 18 με 25 ετών και να χρησιμοποιεί την εφαρμογή του Instagram. Επιπλέον, εφόσον οι συμμετέχοντες και οι συμμετέχουσες κλήθηκαν να προσεγγίσουν δικά τους κοντινά πρόσωπα για την προώθηση του ερωτηματολογίου, χρησιμοποιήθηκε και η μέθοδος της χιονοστιβάδας.

Αποτελέσματα

Στατιστική Ανάλυση

Στην παρούσα ποσοτική, συσχετιστική έρευνα οι αναλύσεις πραγματοποιήθηκαν μέσω του προγράμματος IBM-SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Ορισμένες ερωτήσεις στις κλίμακες της κοινωνικής σύγκρισης, της αυτοεκτίμησης και της μοναξιάς ήταν αντίστροφης βαθμολογίας, με αποτέλεσμα να αντιστραφούν στο στατιστικό πρόγραμμα ώστε να έχουν την ίδια κατεύθυνση με τις υπόλοιπες. Οι πέντε κλίμακες που χρησιμοποιήθηκαν ελέγχθηκαν ως προς τον δείκτη εσωτερικής αξιοπιστίας Cronbach alpha, οι οποίες τιμές του κάθε ψυχομετρικού εργαλείου προαναφέρθηκαν ξεχωριστά στο υποκεφάλαιο «Ψυχομετρικά εργαλεία». Στη συνέχεια, ελέγχθηκε το είδος της κατανομής, που αποδείχθηκε κανονική. Στο πρώτο στάδιο αναλύσεων έγινε η περιγραφική ανάλυση, η οποία έδειξε τους μέσους όρους και τις τυπικές αποκλίσεις των κλιμάκων που χρησιμοποιήθηκαν στην έρευνα. Ακολούθως, εφόσον η έρευνα είναι συσχετιστική, προκειμένου να επιβεβαιωθούν ή να απορριφθούν οι ερευνητικές υποθέσεις διερευνήθηκαν οι σχέσεις μεταξύ των μεταβλητών. Αρχικά, η μεταβλητή της προβληματικής χρήσης του Instagram συσχετίστηκε με ορισμένα δημογραφικά στοιχεία μέσω του στατιστικού ελέγχου t-test ανεξάρτητων δειγμάτων. Έπειτα για την συσχέτιση της ανεξάρτητης μεταβλητής της προβληματικής χρήσης του Instagram με τις υπόλοιπες εξαρτημένες, δηλαδή το άγχος για το Instagram, την αυτοεκτίμηση, την κοινωνική σύγκριση και τη μοναξιά υπολογίστηκαν οι συντελεστές συσχέτισης Pearson r. Τέλος, το επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας καθορίστηκε ως $p=0.05$.

Περιγραφικά ευρήματα

Τα περιγραφικά δεδομένα είναι εκείνα που συλλέχθηκαν από τις κλίμακες που χρησιμοποιήθηκαν στο ερωτηματολόγιο. Στον Πίνακα 2 εμφανίζονται τα περιγραφικά δεδομένα για την κλίμακα της προβληματικής χρήσης του Instagram και τις δυο υποκλίμακες που περιλαμβάνει, του άγχους για το Instagram, της αυτοεκτίμησης, της κοινωνικής σύγκρισης και της μοναξιάς.

Πίνακας 2

Πίνακας Περιγραφικών στοιχείων κλιμάκων

	N	M	SD	Min	Max
Υποκλίμακα Απόσυρσης	200	2.17	0.69	1.00	4.00
Υποκλίμακα Καταναγκασμού	200	2.73	0.84	1.00	5.00
Προβληματική Χρήση	200	2.42	0.61	1.11	3.89
Άγχος στο Instagram	200	2.51	0.81	1.00	4.60
Αυτοεκτίμηση	200	3.08	0.53	2.00	4.00
Κοινωνική Σύγκριση	200	3.07	0.80	1.00	5.00
Μοναξιά	200	2.01	0.49	1.05	3.50

Στην περιγραφική ανάλυση των δεδομένων, η αυτοεκτίμηση (MO= 3.08, TA=0.53) μπορεί να θεωρηθεί σε υψηλό επίπεδο, ενώ η κοινωνική σύγκριση (MO=3.07, TA=0.80) εντοπίζεται σε μέτριο βαθμό. Το άγχος κατά την χρήση του Instagram (MO=2.51, TA=0.81) καθώς και η μοναξιά (MO=2.01, TA=0.49) εμφανίζουν μέτριο προς χαμηλό επίπεδο.

Το πρώτο ερευνητικό ερώτημα αφορά τον βαθμό της προβληματικής χρήσης των συμμετεχόντων ηλικίας 18 έως 25, ο οποίος από το αποτέλεσμα του ερευνητικού εργαλείου μπορεί να χαρακτηριστεί μέτριος προς χαμηλός (MO=2.42, TA=0.61). Η κλίμακα της προβληματικής χρήσης αποτελούταν από δυο υποκλίμακες, την υποκλίμακα της απόσυρσης και

την υποκλίμακα του καταναγκασμού, οι οποίες υπολογίστηκαν ξεχωριστά σε ορισμένες αναλύσεις, καθώς παρουσίασαν ενδιαφέροντα αποτελέσματα. Η υποκλίμακα απόσυρσης (MO=2.17, TA=0,69) παρουσίασε χαμηλό επίπεδο, ενώ η υποκλίμακα καταναγκασμού (MO=2.73,TA=0.84) μέτριο προς χαμηλό επίπεδο. Είναι σημαντικό να τονιστεί ότι στα δημογραφικά εντάχθηκε μια ερώτηση που αφορούσε τις ώρες καθημερινής χρήσης του Instagram, στην οποία μόνο 17 συμμετέχοντες/συμμετέχουσες (8,5%) δήλωσαν λιγότερο από 1 ώρα καθημερινής χρήσης, 132 (66%) δήλωσαν από 1 έως 3 ώρες, ενώ οι υπόλοιποι 51 συμμετέχοντες και συμμετέχουσες (25,5%) δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν το Instagram περισσότερες από 3 ώρες ημερησίως (Παράρτημα 1).

Έλεγχος ερευνητικών υποθέσεων

Σε δεύτερο στάδιο για την διερεύνηση των ερευνητικών υποθέσεων της προβληματικής χρήσης με τα δημογραφικά δεδομένα χρησιμοποιήθηκε ο στατιστικός έλεγχος t-test (Πίνακας 3). Η προβληματική χρήση παρουσίασε σημαντική διαφορά ανάμεσα στα δύο φύλα. Ο μέσος όρος των γυναικών ήταν 2.53 και των ανδρών 2.16. Το t-test έδειξε ότι αυτή η διαφορά των μέσων όρων είναι στατιστικά σημαντική, επομένως οι γυναίκες παρουσιάζουν περισσότερο προβληματική χρήση σε σχέση με τους άνδρες [$t(198) = -4.091, p < .001$]. Η ίδια σχέση μελετήθηκε μέσω t-test με την διαφορά ότι υπολογίστηκαν ξεχωριστά οι υποκλίμακες της προβληματικής χρήσης με το φύλο. Στην υποκλίμακα της απόσυρσης η διαφορά μεταξύ των γυναικών (MO=2.30) και των ανδρών (MO=1.86) ήταν στατιστικά σημαντική [$t(198) = -4.370, p < .001$]. Παράλληλα, στην υποκλίμακα του καταναγκασμού οι γυναίκες (MO=2.82) και οι άνδρες (MO=2.54) παρουσίασαν στατιστικά σημαντική διαφορά [$t(198) = -2.214, p = .028$]. Συνεπώς, οι γυναίκες εμφανίζουν υψηλότερα ποσοστά από τους άνδρες στις δυο υποκλίμακες που αφορούν συμπεριφορές απόσυρσης και καταναγκασμού.

Η προβληματική χρήση δεν παρουσίασε μεγάλη διαφορά σχετικά με τον τόπο διαμονής (Πίνακας 4). Για την πιο έγκυρη ανάλυση και για την επίτευξη του t-test, ο τόπος διαμονής κατηγοριοποιήθηκε από 4 κατηγορίες σε 2 (Μεγάλο αστικό κέντρο με πάνω από 200.000 κατοίκους= 1, Μικρότερη πόλη με κάτω από 200.000 κατοίκους= 2). Ο μέσος όρος του μεγάλου αστικού κέντρου ήταν 2.39 ενώ της μικρής πόλης ήταν 2.48, διαφορά η οποία στο t-test δεν φάνηκε στατιστικά ασήμαντη [$t(198)=-0.914, p = .362$]. Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι ελέγχθηκε το ίδιο t-test υπολογίζοντας την κάθε υποκλίμακα της προβληματικής χρήσης χωριστά και φάνηκε επίσης χαμηλή διαφορά στους μέσους όρους. Στην υποκλίμακα απόσυρσης το μεγάλο αστικό κέντρο (MO=2.11, TA=0.69) και η μικρή πόλη (MO=2.31, TA=0,67) δεν είχαν στατιστικά σημαντική συσχέτιση με την προβληματική χρήση [$t(198)= -1.910, p = .058$]. Το ίδιο ίσχυσε για το μεγάλο αστικό κέντρο (MO=2.75, TA=0.85) και την μικρή πόλη (MO=2.70, TA=0.82) στην υποκλίμακα του καταναγκασμού [$t(198)=0.441, p = 0.66$].

Πίνακας 3

T-test προβληματικής χρήσης Instagram / δύο υποκλιμάκων και φύλο

	Άνδρας		Γυναίκα		t(198)	p
	M	SD	M	SD		
Προβληματική χρήση Instagram	2.16	0.59	2.53	0.60	-4.091	< .001
Υποκλίμακα Απόσυρσης	1.86	0.61	2.30	0.68	-4.370	<.001
Υποκλίμακα Καταναγκασμού	2.54	0.89	2.82	0.80	-2.214	.028

Πίνακας 4*T-test προβληματικής χρήσης Instagram / δυο υποκλίμακες, τόπος διαμονής*

	Μεγάλο αστικό κέντρο		Μικρότερη πόλη		t(198)	p
	M	SD	M	SD		
Προβληματική χρήση Instagram	2.39	0.61	2.48	0.62	-.914	.362
Υποκλίμακα Απόσυρσης	2.11	0.69	2.31	0.67	-1.910	.058
Υποκλίμακα Καταναγκασμού	2.75	0.85	2.70	0.82	.441	.660

Για την διερεύνηση της συσχέτισης της προβληματικής χρήσης του Instagram με το άγχος για το Instagram, την αυτοεκτίμηση, την κοινωνική σύγκριση και τη μοναξιά πραγματοποιήθηκε συσχέτιση Pearson r (Πίνακας 5). Η προβληματική χρήση λήφθηκε υπόψη ως μια ενιαία μεταβλητή, ωστόσο σημειώθηκαν ορισμένες παρατηρήσεις στη συσχέτιση με τις επιμέρους υποκλίμακες της και ορισμένων μεταβλητών. Ανάμεσα στη προβληματική χρήση του Instagram και το άγχος στο Instagram, βρέθηκε υψηλή θετική συσχέτιση στατιστικά σημαντική ($r = .503, p < .001$). Ανάμεσα στην προβληματική χρήση του Instagram και στην αυτοεκτίμηση βρέθηκε χαμηλή αρνητική συσχέτιση στατιστικά σημαντική ($r = -.256, p < .001$). Ανάμεσα στην προβληματική χρήση του Instagram και στη κοινωνική σύγκριση βρέθηκε μέτρια θετική συσχέτιση στατιστικά σημαντική ($r = .344, p < .001$). Ανάμεσα στην προβληματική χρήση του Instagram και στη μοναξιά βρέθηκε χαμηλή θετική συσχέτιση στατιστικά σημαντική ($r = .205, p = .004$). Η μοναξιά σε συσχέτιση με τις δυο υποκλίμακες της προβληματικής χρήσης χωριστά, δεν εμφάνισε στατιστικά σημαντική συσχέτιση με την υποκλίμακα της απόσυρσης ($r = .130, p =$

.066), ενώ στην υποκλίμακα καταναγκασμού εμφάνισε χαμηλή θετική συσχέτιση στατιστικά σημαντική ($r = .200, p = .004$). Αυτό σημαίνει ότι όσο περισσότερη μοναξιά τόσο περισσότερη καταναγκαστική χρήση πραγματοποιείται στο Instagram.

Όσον αφορά τις συσχετίσεις μεταξύ ορισμένων ανεξάρτητων μεταβλητών πραγματοποιήθηκε συσχέτιση Pearson r (Πίνακας 5). Για την συσχέτιση του άγχους στο Instagram και την κοινωνική σύγκριση βρέθηκε μέτρια θετική συσχέτιση στατιστικά σημαντική ($r = .480, p = .001$). Η αυτοεκτίμηση και η κοινωνική σύγκριση εμφάνισαν χαμηλή αρνητική συσχέτιση στατιστικά σημαντική ($r = -.420, p < .001$), γεγονός που σημαίνει ότι όσο παραπάνω αυτοεκτίμηση τόσο λιγότερη κοινωνική σύγκριση και το αντίστροφο ($r = -.420, p < .001$). Η συσχέτιση της μοναξιάς και της κοινωνικής σύγκρισης παρουσίασε μέτρια θετική συσχέτιση στατιστικά σημαντική ($r = .360, p < .001$).

Πίνακας 5

Πίνακας συσχετίσεων

	1	2	3	4	5	6	7
1. Άγχος στο Instagram	-						
2. Αυτοεκτίμηση	.328**	-					
3. Κοινωνική σύγκριση	.484**	-.422**	-				
4. Μοναξιά	.319**	-.502**	.360**	-			
5. Προβληματική χρήση Instagram	.503**	-.256**	.344**	.205**	-		
6. Υποκλίμακα Απόσυρσης	.438**	-.206**	.356**	.130	.818**	-	
7. Υποκλίμακα καταναγκασμού	.379**	-.210**	.202**	.204**	.807**	.322**	-

Σημείωση. ** Η συσχέτιση είναι στατιστικά σημαντική στο $p < .01$

Συζήτηση

Συμπεράσματα

Σε αυτό το κεφάλαιο θα αναλυθούν τα αποτελέσματα που προέκυψαν από τις στατιστικές αναλύσεις, αποσαφηνίζοντας αν επιβεβαιώνονται ή απορρίπτονται οι ερευνητικές υποθέσεις που τέθηκαν στην αρχή. Ο κεντρικός στόχος της μελέτης είναι η ανάγκη να προσδιοριστεί η ύπαρξη ή μη συσχέτισης μεταξύ των επιπέδων της προβληματικής χρήσης στο Instagram και των τεσσάρων ψυχοκοινωνικών μεταβλητών. Στη συνέχεια του κεφαλαίου θα αναφερθούν οι περιορισμοί της έρευνας και προτάσεις για μελλοντικές έρευνες που προέκυψαν από τα παρόντα συμπεράσματα.

Μια πρώτη βασική διαπίστωση που εξάχθηκε από τα ευρήματα της έρευνας, είναι η ύπαρξη της προβληματικής χρήσης στην εφαρμογή του Instagram στο παρόν ελληνικό δείγμα. Συνολικά, με βάση το τελικό ποσοστό του ερωτηματολογίου αυτοαναφοράς της προβληματικής χρήσης και της δημογραφικής ερώτησης σχετικά με τις ώρες που καθημερινά ο κάθε συμμετέχοντας και η κάθε συμμετέχουσα αφιερώνει στο Instagram, σημειώνεται ένα μέτριο προς υψηλό επίπεδο προβληματικής χρήσης στην συγκεκριμένη πλατφόρμα. Το αποτέλεσμα αυτό, επιβεβαιώνει το πρωταρχικό ερευνητικό ερώτημα που τέθηκε. Σαφέστερα, το γεγονός ότι η πλειονότητα του δείγματος δήλωσε ότι αφιερώνει στο Instagram το λιγότερο 1 ώρα την ημέρα, συνάδει με τα στατιστικά παγκόσμια δεδομένα τα οποία φανερώνουν την ευαλωτότητα της ηλικιακής ομάδας 18 έως 25 ετών ως προς την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Statista, 2024a · Alhabash & Ma, 2017). Ακόμη, το παρόν πόρισμα επιβεβαιώνει προγενέστερες μελέτες που υποστήριξαν ότι όσο περισσότερος χρόνος δαπανάται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τόσο καθίσταται πιο πιθανή η εμφάνιση προβληματικής χρήσης (Baynai

et al., 2017). Η έννοια της απόσυρσης και του καταναγκασμού που περιλαμβάνονται στην προβληματική χρήση και στη μελέτη της μέσω της κλίμακας, αναφέρονται στο αίσθημα της αποστασιοποίησης από την κανονικότητα και την αδυναμία ελέγχου στην χρήση. Συνεπώς, το συμβολικό επίπεδο προβληματικής χρήσης στο Instagram που σημειώθηκε συνδυαστικά με την συμπερίληψη αυτών δύο εννοιών, πιθανό να αποτελεί ένδειξη ύπαρξης ψυχολογικών και συναισθηματικών επιρροών στο άτομο από την εκτεταμένη χρήση.

Το δεύτερο ερευνητικό ερώτημα αφορά τη συσχέτιση της προβληματικής χρήσης του Instagram και των δημογραφικών παραγόντων του φύλου και του τόπου διαμονής. Βάσει των αποτελεσμάτων, διαπιστώθηκε σημαντική διαφοροποίηση ανάμεσα στις γυναίκες και στους άνδρες, επιβεβαιώνοντας την ερευνητική υπόθεση H2a. Σαφέστερα, το γυναικείο φύλο παρουσίασε υψηλότερα ποσοστά προβληματικής χρήσης, καθώς και στη διερεύνηση των δυο υποκλιμάκων της προβληματικής χρήσης διαφοροποιήθηκε σημαντικά από τους άνδρες, έχοντας υψηλά ποσοστά στα συμπτώματα απόσυρσης και καταναγκασμού. Οι απόψεις μεταξύ των ερευνητών για την διαφορά της προβληματικής χρήσης ανάμεσα στα δύο φύλα δίστανται. Το εύρημα της παρούσας μελέτης επιβεβαιώνει, μεταξύ άλλων ερευνητών (Banyai et al., 2017 · Hussai et al., 2023 · Yardagul et al., 2021), τους Andreassen και συν. (2016) οι οποίοι συμπέραναν ότι οι γυναίκες υιοθετούν περισσότερο εθιστικές συμπεριφορές ως προς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συγκριτικά με τους άνδρες, ενώ συμφωνεί και με τους Rozgonjuk και συν. (2020), οι οποίοι σε φοιτητικό πληθυσμό υποστήριξαν ότι το γυναικείο φύλο δαπανούσε περισσότερο χρόνο στο Instagram. Από την άλλη οι Romero και συν. (2020), δεν ανέδειξαν κάποια διαφοροποίηση μεταξύ των δύο φύλων, ενώ άλλοι έχουν υποστηρίξει ότι το ανδρικό φύλο εμπλέκεται συχνότερα σε προβληματική χρήση (Anderson et al., 2017).

Στη συνέχεια στο πλαίσιο των δημογραφικών χαρακτηριστικών μελετήθηκε ο τόπος διαμονής ως προς την προβληματική χρήση, μεταξύ των οποίων δεν βρέθηκε σημαντική συσχέτιση, απορρίπτοντας την ερευνητική υπόθεση H2β, η οποία υποστήριζε ότι όσα άτομα προέρχονταν από αγροτικές περιοχές θα παρουσίαζαν μεγαλύτερη προβληματική χρήση στο Instagram (Giota & Kleftras, 2013 · Chegeni et al., 2022). Το εύρημα αυτό ενδεχομένως να είναι απόρροια των χαρακτηριστικών του συγκεκριμένου δείγματος, δεδομένου ότι η πλειοψηφία διέμενε σε μεγάλο αστικό κέντρο με περισσότερους από 200.000 κατοίκους. Αξιοσημείωτη θα μπορούσε να θεωρηθεί, μια σχεδόν σημαντική διαφορά που εντοπίστηκε στην υποκλίμακα απόσυρσης της προβληματικής χρήσης μεταξύ της μεγάλης και της μικρής πόλης. Το δεδομένο αυτό, πιθανό να αποτελεί ένδειξη ότι οι κάτοικοι των μικρών πόλεων δύνανται να είναι πιο επιρρεπείς στην εμφάνιση συμπτωμάτων απόσυρσης από την πραγματικότητα και αφοσίωσης στη διαδικτυακή δραστηριότητα, συγκριτικά με τους κατοίκους των μεγάλων πόλεων.

Στο πλαίσιο του τρίτου ερευνητικού ερωτήματος μελετήθηκαν οι συσχετίσεις της προβληματικής χρήσης του Instagram με μια σειρά εξαρτημένων μεταβλητών. Αρχικά, ως προς το άγχος κατά την χρήση του Instagram βρέθηκε ισχυρή θετική συσχέτιση, υποδηλώνοντας ότι όσο αυξάνεται το επίπεδο της προβληματικής χρήσης τόσο αυξάνεται το άγχος που βιώνει το άτομο κατά τη διάρκεια χρήσης και αντίστροφα. Το πόρισμα αυτό, επιβεβαιώνει την υπόθεση H3α και καθιστά μια πρώτη διαπίστωση για τις ψυχολογικές επιρροές που ενδέχεται να προκληθούν από την εκτεταμένη χρήση στην εφαρμογή του Instagram (Pantalos et al., 2022).

Άλλη μια μεταβλητή που εμφάνισε υψηλή θετική συσχέτιση με την προβληματική χρήση είναι η κοινωνική σύγκριση, υποδεικνύοντας αμφιδρόμως ότι όσο αυξάνεται η χρήση του Instagram τόσο ο χρήστης θα εμφανίσει υψηλά επίπεδα κοινωνικής σύγκρισης, γεγονός που

επιβεβαιώνει παράλληλα την υπόθεση H3β. Το συμπέρασμα αυτό συμφωνεί με τους Jiang και Ngien (2020), οι οποίοι υποστήριξαν την συσχέτιση αυτή και διατύπωσαν ότι η κοινωνική σύγκριση εντείνεται από τις λειτουργίες του Instagram που ως εφαρμογή είναι εστιασμένη στο εικονικό περιεχόμενο και στην προώθηση του εαυτού. Οι δυνατότητες επεξεργασίας και φιλτραρίσματος των δημοσιεύσεων που παρέχει το Instagram, είναι ο λόγος που συχνά οι αναρτημένες φωτογραφίες παρουσιάζονται ως ανεπιτήδευτες (Jiang & Ngien, 2020). Το γεγονός αυτό σε συνδυασμό με την συνεχής χρήση του Instagram, ενδεχομένως να προκαλέσει ανοδική κοινωνική σύγκριση, διότι οι χρήστες εκθέτονται περισσότερο σε μη αντικειμενική σύγκριση του εαυτού τους με εξιδανικευμένες εικόνες άλλων ατόμων, πυροδοτώντας κατά αυτόν τον τρόπο αρνητικά συναισθήματα όπως ζήλεια, φθόνος (Wang et al., 2017), άγχος και χαμηλή αυτοεκτίμηση (Vogel et al., 2014).

Ακολούθως, η συσχέτιση της προβληματικής χρήσης με την αυτοεκτίμηση επιβεβαίωσε την υπόθεση H3β παρουσιάζοντας χαμηλή αρνητική συσχέτιση στατιστικά σημαντική. Αυτό το εύρημα συνεπάγεται με την αναλογία ότι, όσο μεγαλύτερη είναι η αυτοεκτίμηση του ατόμου τόσο λιγότερο προβληματική θα είναι η χρήση που θα σημειώσει στο Instagram. Το ίδιο ισχύει και αντίστροφα, δηλαδή όσο λιγότερη είναι η αυτοεκτίμηση ενός ατόμου τόσο περισσότερη προβληματική χρήση θα κάνει στο Instagram. Αυτή η διατύπωση συμφωνεί με ευρήματα πολλαπλών ερευνών (Romero-Rodriguez et al., 2020 · Stapleton et al., 2017 · Martinez-Pecino & Garcia-Gavilan, 2019), μια από τις οποίες χαρακτήρισε την αυτοεκτίμηση ως προστατευτικό παράγοντα στην προβληματική χρήση στο Instagram. Εκτενέστερα οι Martinez-Pecino και Garcia-Gavilan (2019), υποστήριξαν ότι μέσω της υψηλής αυτοεκτίμησης το άτομο ενδεχομένως να φιλτράρει με περισσότερη αντικειμενικότητα τις δημοσιεύσεις ή τις αντιδράσεις που δέχεται και να εστιάσει στα θετικά στοιχεία που μπορεί να αποκομίσει από το Instagram, κάνοντας κατά

αυτόν τον τρόπο λιγότερη προβληματική χρήση. Παρόμοιο αποτέλεσμα έδειξαν και οι Mackson και συν. (2019), σύμφωνα με τους οποίους η υψηλή αυτοεκτίμηση εντείνεται και τροφοδοτείται μέσω των λειτουργιών ανατροφοδότησης του Instagram, δημιουργώντας μια αίσθηση κοινωνικής στήριξης. Στη συσχέτιση μεταξύ της χαμηλής αυτοεκτίμησης και της υψηλής προβληματικής χρήσης, ενδεχομένως το Instagram να λειτουργεί ως μηχανισμό άμυνας στα μειωμένα επίπεδα της αυτοεκτίμησης. Πιο συγκεκριμένα, είναι πιθανό οι χρήστες μέσω της εκτεταμένης χρήσης της εφαρμογής να προσπαθούν να εκπροσωπήσουν μια διαφορετική προσωπικότητα επεξεργάζοντας τις δημοσιεύσεις τους με τέτοιο τρόπο, ώστε να αυξάνονται παροδικά και εικονικά τα επίπεδα της ικανοποίησης για τον εαυτό τους, δηλαδή της αυτοεκτίμησης τους (Griffiths, 2000 · Gonzales & Hancock, 2011).

Από την άλλη, η μεταβλητή της μοναξιάς έδειξε μια χαμηλή θετική συσχέτιση με την προβληματική χρήση στο Instagram, επιβεβαιώνοντας την υπόθεση H3δ. Αυτό σημαίνει, ότι όσο περισσότερη μοναξιά αισθάνεται ένα άτομο πιθανότατα να καταναλώνει περισσότερο χρόνο στην εφαρμογή παρουσιάζοντας προβληματική χρήση, εύρημα το οποίο συνάδει με προγενέστερες μελέτες (Yang et al., 2016 · Kircaburun & Griffiths, 2019). Επιπροσθέτως, η συσχέτιση της μοναξιάς με τις δυο υποκλίμακες της προβληματικής χρήσης, έδειξε ότι όταν ένα άτομο βιώνει μοναξιά ενδεχομένως να καταφεύγει περισσότερο σε καταναγκαστική χρήση του Instagram, δηλαδή στην αδυναμία ελέγχου του χρόνου που δαπανάται και συνεπώς να σημειώνει υψηλά επίπεδα προβληματικής χρήσης.

Ωστόσο, υπάρχει διχογνωμία για την αντίστροφη σχέση των δυο μεταβλητών, δηλαδή τον βαθμό που η προβληματική χρήση του Instagram και γενικότερα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μειώνει ή αυξάνει τα επίπεδα της μοναξιάς. Οι διαφορετικές αυτές απόψεις θα αναφερθούν βασιζόμενες στην υπάρχουσα βιβλιογραφία, καθώς από την στιγμή που η παρούσα

έρευνα είναι συσχετιστική δεν υπάρχει η ένδειξη για κάποια σχέση αιτιότητας μεταξύ των συγκεκριμένων μεταβλητών. Από την μια πλευρά, έχει υποστηριχθεί ότι τα μοναχικά άτομα δύνανται να κάνουν περισσότερη προβληματική χρήση, διότι μέσω του Instagram αναζητούν την συντροφικότητα (Yang et al., 2016), την αίσθηση της παρουσίας και της αποφυγής από την πραγματικότητα τους προκειμένου να καλύψουν τις κοινωνικές τους ανάγκες (Kircaburun & Griffiths, 2019). Η ασφάλεια όμως που παρέχουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αυξάνει την αίσθηση του «ανήκειν» και της συντροφικότητας για μια παροδική στιγμή και σημειώνεται ότι αυτού του είδους η διαφυγή συνιστά έναν προσωρινό μηχανισμό άμυνας που μειώνει ψευδώς τα επίπεδα της μοναξιάς (Deters & Mehi, 2013). Από την άλλη οι Mackson και συν. (2019), υποστήριξαν ότι η εκτεταμένη χρήση του Instagram λειτουργεί ευεργετικά στα μοναχικά άτομα, καθώς του μέσω του πλαισίου της κοινωνικής στήριξης και της ανατροφοδότησης που δημιουργεί, μειώνει πράγματι τα επίπεδα της μοναξιάς. Ταυτόχρονα οι Pittman και Reich (2016), δήλωσαν ότι εφαρμογές όπως το Instagram που εστιάζουν στην παρουσίαση ανθρωπομορφικών στοιχείων, εντείνουν την αίσθηση της συντροφικότητας μειώνοντας αισθητά τα επίπεδα της μοναξιάς. Καταλήγοντας, η χαμηλή θετική συσχέτιση που ανέδειξε η παρούσα έρευνα ενδεχομένως να αφορά αυτό το δίπολο μεταξύ των δυο μεταβλητών, δηλαδή αυτήν την ασάφεια σχετικά με τον βαθμό που η προβληματική χρήση εντείνει ή εξαλείφει τα υψηλά επίπεδα της μοναξιάς των ατόμων.

Στο πλαίσιο του τέταρτου ερευνητικού ερωτήματος πραγματοποιήθηκαν τρεις συσχετίσεις μεταξύ ορισμένων μεταβλητών. Συγκεκριμένα, η κοινωνική σύγκριση συσχετίζεται με την αυτοεκτίμηση, το άγχος για το Instagram και τη μοναξιά. Σχετικά με την αυτοεκτίμηση, οι δυο μεταβλητές εμφάνισαν σημαντική χαμηλή αρνητική συσχέτιση, υποδηλώνοντας ότι όσο αυξάνεται το επίπεδο της αυτοεκτίμησης τόσο μειώνεται η κοινωνική σύγκριση. Αυτό λειτουργεί

και αντίστροφα, δηλαδή όσο αυξημένα είναι τα επίπεδα της κοινωνικής σύγκρισης τόσο μειωμένη θα είναι η αυτοεκτίμηση. Το παρόν αποτέλεσμα επιβεβαιώνει την υπόθεση H4α που τέθηκε αρχικά και ταυτόχρονα συμφωνεί με ευρήματα πολλαπλών ερευνών. Η μελέτη των Jiang και Ngien (2020) και των Vogel και συν. (2014), υποστήριξαν ότι η αυτοεκτίμηση χαρακτηρίζεται χαμηλή όταν το άτομο κάνει ανοδική τύπου σύγκριση, δηλαδή συγκρίνει τον εαυτό του με ενεργούς χρήστες που δημοσιοποιούν εξιδανικευμένες αυτοεικόνες και θετικές πληροφορίες. Αυτός ο τρόπος αυτοπαρουσίασης δημιουργεί νόρμες και πρότυπα, τα οποία πυροδοτούν αρνητικές αυτοαξιολογήσεις και συγκρίσεις, μειώνοντας στη συνέχεια τα επίπεδα της αυτοεκτίμησης.

Το συγκεκριμένο πόρισμα ενδεχομένως να ευθυγραμμίζεται με την θεωρία του καταλογισμού (*attribution theory*), βάσει της οποίας οι απόψεις που διαμορφώνει ένας χρήστης για κάποιον άλλον πιθανό να είναι λανθασμένες λόγω της υποκειμενικής του σκέψης και προσωπικής προδιάθεσης (Lup et al., 2015). Πιο συγκεκριμένα, αυτές οι παραποιημένες ιδέες για τους άλλους πιθανό να οδηγήσουν σε κοινωνική σύγκριση, επηρεάζοντας κατά συνέπεια το επίπεδο της αυτοαξιολόγησης και της αυτοεκτίμησης. Επίσης, η σχέση αυτοεκτίμησης-κοινωνικής σύγκρισης φαίνεται να εξαρτάται από το βαθμό που το άτομο βασίζεται τη διαμόρφωση της αυτοεκτίμησης του στην κριτική ή στην ανατροφοδότηση που θα λάβει από τους άλλους χρήστες (Stapleton et al., 2017 · Lup et al., 2015 · Nesi & Prinstein, 2015). Καταλήγοντας, η αυτοεκτίμηση φαίνεται να είναι ένας παράγοντας που ορίζει ως ένα βαθμό τις κοινωνικές αλληλεπιδράσεις του ατόμου και κατ' επέκταση τις αυτοαξιολογήσεις του συγκριτικά με τους υπόλοιπους.

Επιβεβαιώθηκε μάλιστα, η υπόθεση H4β σχετικά με τη συσχέτιση της κοινωνικής σύγκρισης με το άγχος κατά τη χρήση του Instagram, καταγράφοντας μέτρια σημαντική θετική

συσχέτιση. Το αποτέλεσμα αυτό, υποδηλώνει ότι όταν αυξάνεται η τάση να συγκρίνουν οι συμμετέχοντες και οι συμμετέχουσες τον εαυτό τους με τους υπόλοιπους χρήστες, αυξάνονται και τα επίπεδα άγχους κατά την χρήση της εφαρμογής, δεδομένο που λειτουργεί και αντίστροφα. Άλλωστε οι Pantalos και συν. (2022), υποστήριξαν ότι η κοινωνική σύγκριση ενδεχομένως να εμπλέκεται με συναισθηματικές συμπεριφορές που προκύπτουν από την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και το άγχος αποτελεί μια από αυτές. Μάλιστα, η μέτρια συσχέτιση που σημειώθηκε πιθανό να μην αποκλίνει από το συμπέρασμα των Mackson και συν. (2019), οι οποίοι διατύπωσαν ότι το Instagram διαμέσου των κοινωνικών συγκρίσεων βοηθά τους ανθρώπους να συνειδητοποιήσουν την αναντιστοιχία μεταξύ του πραγματικού και του ιδανικού εαυτού τους, προκαλώντας ένα επακόλουθο έντονο άγχος για τον τρόπο που θα εμφανιστούν στους υπόλοιπους χρήστες της εφαρμογής.

Ακολούθως, διαπιστώθηκε ότι όσο μεγαλύτερη είναι η μοναξιά που βιώνει ένα άτομο τόσο μεγαλύτερη είναι και η σύγκριση που κάνει με τον κοινωνικό του περίγυρο. Το πόρισμα επιβεβαιώνει την υπόθεση H4γ και εναρμονίζεται με προγενέστερες μελέτες που υποστήριξαν ότι οι χρήστες με υψηλή κοινωνική σύγκριση ως προς τους άλλους, παρατηρούν τις δημοσιεύσεις και τις αντιδράσεις που λαμβάνουν οι υπόλοιποι, πυροδοτώντας την αίσθηση ότι η δική τους κοινωνική παρουσία δεν είναι τόσο ικανοποιητική όσο των άλλων χρηστών. Το γεγονός αυτό, υποστηρίζεται ότι απομακρύνει αυτά τα άτομα από την θετική πλευρά των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και δημιουργεί αισθήματα μοναξιάς, αβεβαιότητας, ανασφάλειας και κοινωνικής αποδέσμευσης (Yang, 2016 · O'Day & Heimberg, 2021). Κλείνοντας λοιπόν, βάσει των συμπερασμάτων που διατυπώθηκαν παραπάνω γίνεται αντιληπτή η σημαντική και πολυδιάστατη επίδραση της προβληματικής χρήσης του Instagram στην ψυχολογία των νέων φοιτητών και φοιτητριών που αφιερώνουν καθημερινά χρόνο στην συγκεκριμένη πλατφόρμα.

Περιορισμοί παρούσας μελέτης

Σε κάθε έρευνα, συμπεριλαμβανομένου και της παρούσας, υπάρχουν διαφόρων ειδών περιορισμοί, οι οποίοι κρίνεται αναγκαίο να σημειωθούν. Αρχικά, το γεγονός ότι η συγκεκριμένη μελέτη είναι συσχετιστική συμβάλει στη διαπίστωση της ύπαρξης ή μη συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών, δίχως να επιτρέπει την ανάδειξη κάποιας αιτιότητας για τον τρόπο που η μια μεταβλητή επηρεάζει την άλλη (Price et al., 2004). Αυτό ίσχυσε για όλες τις προαναφερθείσες συσχετίσεις και έγινε αντιληπτό ιδίως στην σχέση της μοναξιάς με την προβληματική χρήση, όπου διατυπώθηκε η συσχέτιση τους, χωρίς όμως να γίνουν φανεροί οι λόγοι που οδηγούν στην επίδραση της μιας μεταβλητής στην άλλη. Η συγκεκριμένη ασάφεια έγινε εμφανής και στη βιβλιογραφική ανασκόπηση. Ένα επιπλέον στοιχείο που αποτέλεσε περιορισμό στην έρευνα, ήταν η μη διερεύνηση άλλων ειδών χρήσης του Instagram που ενδεχομένως να κάνουν οι συμμετέχοντες και οι συμμετέχουσες. Ειδικότερα, η δημογραφική ερώτηση σχετικά με τις ώρες χρήσης συνδέθηκε αποκλειστικά με τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου αυτοαναφοράς για την προβληματική χρήση στο Instagram, δίχως να μελετηθεί εάν οι ώρες χρήσης που δηλώθηκαν αφορούσαν ενεργητική ή παθητική χρήση.

Ένας ακόμη περιορισμός, είναι η μέθοδος επιλογής του δείγματος μέσω της τεχνικής της χιονοστιβάδας, καθώς οι συμμετέχοντες και οι συμμετέχουσες ενδεχομένως να είχαν παρόμοια χαρακτηριστικά μεταξύ τους, αποκλείοντας κατά αυτόν τον τρόπο διαφορετικούς πληθυσμούς. Σαφέστερα, η πλειονότητα του δείγματος προερχόταν από μεγάλα αστικά κέντρα, γεγονός που αποτέλεσε περιορισμό στην επιβεβαίωση της υπόθεσης H2β, για τον βαθμό της προβληματικής χρήσης και του τόπου διαμονής. Εκτός αυτού, τόσο ο συνολικός αριθμός του δείγματος όσο και η πλειοψηφία των γυναικών συμμετεχουσών συγκριτικά με το ποσοστό των ανδρών, δεν συνιστά αντιπροσωπευτικό δείγμα του ελληνικού φοιτητικού πληθυσμού. Παρόλο που το

συγκεκριμένο δείγμα καλύπτει ένα βιβλιογραφικό κενό στην ελληνική ερευνητική κοινότητα, γίνεται φανερό ότι δεν είναι εφικτή η γενίκευση των αποτελεσμάτων της παρούσας έρευνας στον γενικό πληθυσμό της Ελλάδας. Επιπρόσθετα, είναι πιθανό οι απαντήσεις που συλλέχθηκαν να είναι αποτέλεσμα κοινωνικής σκοπιμότητας, δηλαδή οι συμμετέχοντες και οι συμμετέχουσες να απάντησαν υποκειμενικά και βασιζόμενοι σε έναν ιδεατό εαυτό τους (Price et al., 2004).

Συνεπώς, το ποσοστό ειλικρίνειας που διέπει τις απαντήσεις είναι αμφιλεγόμενο και δεν είναι εφικτό να διασφαλιστεί.

Προτάσεις για μελλοντικές έρευνες

Τα ευρήματα της παρούσας μελέτης θα μπορούσαν να αποτελέσουν έναυσμα για την διεξαγωγή μελλοντικών ερευνών στον τομέα των εξαρτήσεων στο διαδίκτυο και ειδικότερα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι συσχετίσεις που διαπιστώθηκαν μεταξύ των μεταβλητών της προβληματικής χρήσης του Instagram, του άγχος στην εφαρμογή, της αυτοεκτίμησης, της κοινωνικής σύγκρισης και της μοναξιάς, δύνανται να οδηγήσουν σε περαιτέρω έλεγχο των σχέσεων αιτιότητας μεταξύ αυτών. Επιπλέον, με αφορμή την ελλιπή βιβλιογραφία στον ελληνικό πληθυσμό, θα είχε ενδιαφέρον η μελέτη του συγκεκριμένου θέματος στην ηλικιακή ομάδα των εφήβων, διότι θεωρείται αρκετά επιρρεπής στην εκτεταμένη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Ακόμη θα μπορούσε να διεξαχθούν έρευνες που να διερευνούν τη συσχέτιση της προβληματικής χρήσης του Instagram των φοιτητών και φοιτητριών με διαφορετικούς ψυχοκοινωνικούς παράγοντες, όπως για παράδειγμα με την κατάθλιψη ή με την εικόνα του σώματος, που βιβλιογραφικά έχουν συσχετιστεί με την χρήση άλλων μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Τέλος η υλοποίηση μιας ποιοτικής έρευνας στο παρόν θέμα, θα οδηγούσε σε μια βαθύτερη ανάλυση των συσχετίσεων και θα ήταν πιο άμεση η διαπίστωση των σχέσεων αιτιότητας.

Βιβλιογραφία

- Alhabash, S., & Ma, M. (2017). A tale of four platforms: Motivations and uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat among college students?. *Social media+ society*, 3(1).
<https://doi.org/10.1177/2056305117691544>
- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (5th ed.). American Psychiatric Publishing, Inc.
- Anderson, E. L., Steen, E., & Stavropoulos, V. (2017). Internet use and problematic internet use: A systematic review of longitudinal research trends in adolescence and emergent adulthood. *International Journal of adolescence and youth*, 22(4), 430-454.
<https://doi.org/10.1080/02673843.2016.1227716>
- Andreassen, C. S., Billieux, J., Griffiths, M. D., Kuss, D. J., Demetrovics, Z., Mazzoni, E., & Pallesen, S. (2016). The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychology of Addictive Behaviors*, 30(2), 252-262. <https://doi.org/10.1037/adb0000160>
- Appel, H., Gerlach, A. L., & Crusius, J. (2016). The interplay between Facebook use, social comparison, envy, and depression. *Current opinion in psychology*, 9, 44-49.
<https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.10.006>
- Balta, S., Emirtekin, E., Kircaburun, K., & Griffiths, M. D. (2020). Neuroticism, trait fear of missing out, and phubbing: The mediating role of state fear of missing out and problematic Instagram use. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 18, 628-639.
<https://doi.org/10.1007/s11469-018-9959-8>

- Baltaci, Ö. (2019). The predictive relationships between the social media addiction and social anxiety, loneliness, and happiness. *International Journal of Progressive Education*, 15(4), 73-82.
- Bányai, F., Zsila, Á., Király, O., Maraz, A., Elekes, Z., Griffiths, M. D., Schou Andreassen, C., & Demetrovics, Z. (2017). Problematic social media use: Results from a large-scale nationally representative adolescent sample. *PloS one*, 12(1), 1-13.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0169839>
- Beard, K. W., & Wolf, E. M. (2001). Modification in the proposed diagnostic criteria for Internet addiction. *Cyberpsychology & behavior*, 4(3), 377-383.
<https://doi.org/10.1089/109493101300210286>
- Brewer, G., & Kerslake, J. (2015). Cyberbullying, self-esteem, empathy and loneliness. *Computers in human behavior*, 48, 255-260. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.01.073>
- Brunborg, G. S., & Andreas, J. B. (2019). Increase in time spent on social media is associated with modest increase in depression, conduct problems, and episodic heavy drinking. *Journal of adolescence*, 74, 201-209. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2019.06.013>
- Burke, M., Marlow, C., & Lento, T. (2010). Social network activity and social well-being. *Association for Computing Machinery*, 85, 1909-1912. <https://doi.org/10.1145/1753326.1753613>
- Buunk, A. P., & Gibbons, F. X. (2006). Social comparison orientation: A new perspective on those who do and those who don't compare with others. In S. Guimond (Ed.), *Social comparison and social psychology: Understanding cognition, intergroup, relations, and culture* (pp. 15-32). Cambridge University Press.

- Cacioppo, S., Grippo, A. J., London, S., Goossens, L., & Cacioppo, J. T. (2015). Loneliness: Clinical import and interventions. *Perspectives on Psychological Science, 10*(2), 238-249.
<https://doi.org/10.1177/1745691615570616>
- Chegeni, M., Nakhaee, N., Shahrabaki, M. E., Mangolian Shahrabaki, P., Javadi, S., & Haghdoost, A. (2022). Prevalence and motives of social media use among the Iranian population. *Journal of Environmental and Public Health, 2022*. <https://doi.org/10.1155/2022/1490227>
- Chen, Y. L., Chen, S. H., & Gau, S. S. F. (2015). ADHD and autistic traits, family function, parenting style, and social adjustment for Internet addiction among children and adolescents in Taiwan: A longitudinal study. *Research in developmental disabilities, 39*, 20-31.
<https://doi.org/10.1016/j.ridd.2014.12.025>
- Chou, H. T. G., & Edge, N. (2012). “They are happier and having better lives than I am”: The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, behavior, and social networking, 15*(2), 117-121. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>
- Chung, J. M., Robins, R. W., Trzesniewski, K. H., Nofhle, E. E., Roberts, B. W., & Widaman, K. F. (2014). Continuity and change in self-esteem during emerging adulthood. *Journal of Personality and Social Psychology, 106*(3), 469–483. <https://doi.org/10.1037/a0035135>
- Clayton, R. B., Leshner, G., & Almond, A. (2015). The extended iSelf: The impact of iPhone separation on cognition, emotion, and physiology. *Journal of Computer-Mediated Communication, 20*(2), 119-135. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12109>
- Corcoran, K., Crusius, J., & Mussweiler, T. (2011). Social comparison: Motives, standards, and mechanisms. In D. Chadee (Ed.), *Theories in Social Psychology, December*, (pp. 119-139). Oxford, UK: Blackwell Publishing Ltd.

- Deters, F. G., & Mehl, M. R. (2013). Does posting Facebook status updates increase or decrease loneliness? An online social networking experiment. *Social psychological and personality science*, 4(5), 579-586. <https://doi.org/10.1177/1948550612469233>
- Dhingra, M., & Mudgal, R. K. (2019, July 22). *Historical evolution of social media: An overview* [Paper presentation]. International Conference on Advances in Engineering Science Management & Technology (ICAESMT)-2019, Uttarakhand University, Dehradun, India. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3395665
- Dobrea, A., & Pasarelu, C. R. (2016) Impact of social media on social anxiety: A systematic review. In F. Durban & B. Marchesi (Eds). *New Developments in Anxiety Disorders* (pp. 129–149). BoD-Books on Demand. <http://dx.doi.org/10.5772/65188>
- Dryman, M. T., Gardner, S., Weeks, J. W., & Heimberg, R. G. (2016). Social anxiety disorder and quality of life: How fears of negative and positive evaluation relate to specific domains of life satisfaction. *Journal of anxiety disorders*, 38, 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.janxdis.2015.12.003>
- Dumas, T. M., Maxwell-Smith, M., Davis, J. P., & Giulietti, P. A. (2017). Lying or longing for likes? Narcissism, peer belonging, loneliness and normative versus deceptive like-seeking on Instagram in emerging adulthood. *Computers in human behavior*, 71, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.037>
- Erikson, E. H. (1994). *Identity: Youth and crisis* (1st ed.). WW Norton & company.
- Ershad, Z. S., & Aghajani, T. (2017). Prediction of Instagram social network addiction based on the personality, alexithymia and attachment Styles. *Sociological Studies of Youth*, 8(26), 21-34. [file:///C:/Users/filio/Downloads/Article%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/filio/Downloads/Article%20(1).pdf)

- Faelens, L., Hoorelbeke, K., Cambier, R., van Put, J., Van de Putte, E., De Raedt, R., & Koster, E. H. (2021). The relationship between Instagram use and indicators of mental health: A systematic review. *Computers in Human Behavior Reports*, 4, 1-18.
<https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100121>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human relations*, 7(2), 117-140.
<https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Floros, G., & Siomos, K. (2013). The relationship between optimal parenting, Internet addiction and motives for social networking in adolescence. *Psychiatry research*, 209(3), 529-534.
<https://doi.org/10.1016/j.psychres.2013.01.010>
- Foroughi, B., Griffiths, M. D., Iranmanesh, M., & Salamzadeh, Y. (2022). Associations between Instagram addiction, academic performance, social anxiety, depression, and life satisfaction among university students. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 20(4), 2221-2242. <https://doi.org/10.1007/s11469-021-00510-5>
- Frost, R. L., & Rickwood, D. J. (2017). A systematic review of the mental health outcomes associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 76, 576–600. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.08.001>
- Galanou, C., Galanakis, M., Alexopoulos, E., & Darviri, C. (2014). Rosenberg self-esteem scale Greek validation on student sample. *Psychology*, 5(08), 819-827.
https://www.scirp.org/pdf/PSYCH_2014060915590434.pdf
- Giota, K. G., & Kleftras, G. (2013). The role of personality and depression in problematic use of social networking sites in Greece. *Cyberpsychology*, 7(3). [10.5817/CP2013-3-6](https://doi.org/10.5817/CP2013-3-6)

- Gonzales, A. L., & Hancock, J. T. (2011). Mirror, mirror on my Facebook wall: Effects of exposure to Facebook on self-esteem. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 14(1-2), 79-83.
<https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0411>
- Griffiths, M. (2000). Internet addiction-time to be taken seriously?. *Addiction research*, 8(5), 413-418.
<https://doi.org/10.3109/16066350009005587>
- Griffiths, M. (2005). A 'components' model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance use*, 10(4), 191-197. <https://doi.org/10.1080/14659890500114359>
- Griffiths, M. D., Kuss, D. J., & Demetrovics, Z. (2014). Social networking addiction: An overview of preliminary findings. *Behavioral addictions*, 119-141. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-407724-9.00006-9>
- Hamm, M. P., Chisholm, A., Shulhan, J., Milne, A., Scott, S. D., Given, L. M., & Hartling, L. (2013). Social media use among patients and caregivers: A scoping review. *BMJ open*, 3(5), 1-9.
<https://doi.org/10.1136/bmjopen-2013-002819>
- Highfield, T., & Leaver, T. (2015). A methodology for mapping Instagram hashtags. *First Monday*, 20(1), 1-11.
https://eprints.qut.edu.au/79684/3/_staffhome.qut.edu.au_staffgrouph%24_hollambc_Desktop_A%20Methodology%20for%20Mapping%20Instagram%20Hashtags_submission.pdf
- Hochman, N., & Schwartz, R. (2012). *Visualizing instagram: Tracing cultural visual rhythms*. [Paper presentation]. Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media .
<https://doi.org/10.1609/icwsm.v6i4.14361>

- Hussain, Z., Savcı, M., Kırçaburun, K., & Griffiths, M. (2023). Personality and Instagram use motives with problematic Instagram use among adolescents: A cross-sectional study. *Uluslararası Düzce Eğitim Bilimleri Dergisi*, 1(1), 1-12. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/2853945>
- Jacksi, K., & Abass, S. M. (2019). Development history of the world wide web. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 8(9), 75-79.
https://www.researchgate.net/publication/336073851_Development_History_Of_The_World_Wide_Web?enrichId=rgreq-9dce630d1b6e3e30154f07d3ab9a9a92-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzMzNjA3Mzg1MTtBUzo4MDc0ODA0MjI1ODAyMjVAMTU2OTUyOTc0MzM2Mw%3D%3D&el=1_x_3&esc=publicationCoverPdf
- Jackson, C. A., & Luchner, A. F. (2018). Self-presentation mediates the relationship between self-criticism and emotional response to Instagram feedback. *Personality and Individual Differences*, 133, 1-6. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.04.052>
- Jiang, S., & Ngien, A. (2020). The effects of Instagram use, social comparison, and self-esteem on social anxiety: A survey study in Singapore. *Social Media+ Society*, 6(2).
<https://doi.org/10.1177/2056305120912488>
- de Jong-Gierveld, J. (1989). Personal relationships, social support, and loneliness. *Journal of Social and Personal Relationships*, 6(2), 197-221. <https://doi.org/10.1177/026540758900600204>
- de Jong Gierveld, J. (1998). A review of loneliness: Concept and definitions, determinants and consequences. *Reviews in clinical gerontology*, 8(1), 73-80.
<https://doi.org/10.1017/S0959259898008090>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

Karim, F., Oyewande, A. A., Abdalla, L. F., Ehsanullah, R. C., & Khan, S. (2020). Social media use and its connection to mental health: A systematic review. *Cureus*, *12*(6), 1-7.

https://assets.cureus.com/uploads/review_article/pdf/31508/1612430233-1612430227-20210204-18204-83dotg.pdf

Keyte, R., Mullis, L., Egan, H., Hussain, M., Cook, A., & Mantzios, M. (2021). Self-compassion and Instagram use is explained by the relation to anxiety, depression, and stress. *Journal of technology in behavioral science*, *6*, 436-441. <https://doi.org/10.1007/s41347-020-00186-z>

Kırcaburun, K., & Griffiths, M. D. (2019). Problematic Instagram use: The role of perceived feeling of presence and escapism. *International Journal of Mental Health and Addiction*, *17*, 909-921.

<https://doi.org/10.1007/s11469-018-9895-7>

Krasnova, H., Wenninger, H., Widjaja, T., & Buxmann, P. (2013). Envy on Facebook: A hidden threat to users' life satisfaction?. *AIS Electronic Library*, *92*, 1477- 1491.

<https://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1091&context=wi2013>

Lee, E., Lee, J. A., Moon, J. H., & Sung, Y. (2015). Pictures speak louder than words: Motivations for using Instagram. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, *18*(9), 552-556.

<https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0157>

Leimonis, E., & Koutra, K. (2022). Social Media Use and Mental Health in Young Adults of Greece: A Cross-Sectional Study. *Clinical Psychology in Europe*, *4*(2).

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9667422/>

Limniou, M., Ascroft, Y., & McLean, S. (2022). Differences between Facebook and Instagram usage in regard to problematic use and well-being. *Journal of technology in behavioral science*, *7*, 141-

150. <https://doi.org/10.1007/s41347-021-00229-z>

- Lup, K., Trub, L., & Rosenthal, L. (2015). Instagram# Instasad?: Exploring associations among Instagram use, depressive symptoms, negative social comparison, and strangers followed. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(5), 247-252. <https://doi.org/10.1089/cyber.2014.0560>
- Mackson, S. B., Brochu, P. M., & Schneider, B. A. (2019). Instagram: Friend or foe? The application's association with psychological well-being. *New Media & Society*, 21(10), 2160-2182. <https://doi.org/10.1177/1461444819840021>
- Malaeb, D., Salameh, P., Barbar, S., Awad, E., Haddad, C., Hallit, R., Sacre, H., Akel, M., Obeid, S., & Hallit, S. (2021). Problematic social media use and mental health (depression, anxiety, and insomnia) among Lebanese adults: Any mediating effect of stress?. *Perspectives in psychiatric care*, 57(2), 539-549. <https://doi.org/10.1111/ppc.12576>
- Marino, C., Lenzi, M., Canale, N., Pierannunzio, D., Dalmasso, P., Borraccino, A., Cappello, N., Lemma, P., Vieno, A., Nardone, P., Spinelli, A., Donati, S., Pierannunzio, D., Pizzi, E., Ciardullo, S., Andreozzi, S., Bucciarelli, M., De Mei, B., Cattaneo, C.,... Weiss, S. (2020). Problematic social media use: associations with health complaints among adolescents. *Annali dell'Istituto superiore di sanita*, 56(4), 514-521. <https://boa.unimib.it/retrieve/e39773b8-04a3-35a3-e053-3a05fe0aac26/2020%20-%20Gruppo%20HBSC%20-%20social%20media.pdf>
- Martinez-Pecino, R., & Garcia-Gavilán, M. (2019). Likes and problematic Instagram use: The moderating role of self-esteem. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 22(6), 412-416. <https://doi.org/10.1089/cyber.2018.0701>
- McCord, B., Rodebaugh, T. L., & Levinson, C. A. (2014). Facebook: Social uses and anxiety. *Computers in Human Behavior*, 34, 23-27. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.01.020>

- Mchaney, R., & Sachs, D. (2016). *Web 2.0 and Social Media: Business in a Connected World* (3rd ed.) London: Bookboon. https://www.researchgate.net/profile/David-Sachs-3/publication/308128501_Web_20_and_Social_Media_Business_in_a_Connected_World/links/61438939d5f4292c01fe6a62/Web-20-and-Social-Media-Business-in-a-Connected-World.pdf
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 13(4), 357-364. <https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0257>
- Misra, S., Cheng, L., Genevie, J., & Yuan, M. (2016). The iPhone effect: The quality of in-person social interactions in the presence of mobile devices. *Environment and Behavior*, 48(2), 275-298. <https://doi.org/10.1177/0013916514539755>
- Mitchell, M. A., & Schmidt, N. B. (2014). An experimental manipulation of social comparison in social anxiety. *Cognitive Behaviour Therapy*, 43(3), 221-229. <https://doi.org/10.1080/16506073.2014.914078>
- Moore, J. A. (1974). Relationship between loneliness and interpersonal relationships. *Canadian Journal of Counselling and Psychotherapy*, 8(2). <https://cjc-rcc.ucalgary.ca/article/view/59949/45313>
- Nadkarni, A., & Hofmann, S. G. (2012). Why do people use Facebook? *Personality and Individual Differences*, 52(3), 243–249. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2011.11.007>
- Nesi, J., & Prinstein, M. J. (2015). Using social media for social comparison and feedback-seeking: Gender and popularity moderate associations with depressive symptoms. *Journal of abnormal child psychology*, 43, 1427-1438. <https://doi.org/10.1007/s10802-015-0020-0>

- Ngamassi, L., Ramakrishnan, T., & Rahman, S. (2016, May). *Examining the Role of Social Media in Disaster Management from an Attribution Theory Perspective [Short Paper]*. ISCRAM 2016 Conference, Rio de Janeiro, Brazil.
https://idl.iscram.org/files/louisngamassi/2016/1399_LouisNgamassi_etal2016.pdf
- O'Day, E. B., & Heimberg, R. G. (2021). Social media use, social anxiety, and loneliness: A systematic review. *Computers in Human Behavior Reports*, 3, 1-13.
<https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100070>
- Okdie, B. M., & Ewoldsen, D. R. (2018). To boldly go where no relationship has gone before: Commentary on interpersonal relationships in the digital age. *The Journal of social psychology*, 158(4), 508-513. <https://doi.org/10.1080/00224545.2018.1473835>
- Pantalos, E., Katsimigas, L., Komninou, A., & Makrysopoulou, P. (2022). Personal relations and social media: The emotional experience on Instagram. *Homo Virtualis*, 5(1), 213–260.
<https://doi.org/10.12681/homvir.30342>
- Park, N., & Lee, S. (2014). College students' motivations for Facebook use and psychological outcomes. *Journal of broadcasting & electronic media*, 58(4), 601-620.
<https://doi.org/10.1080/08838151.2014.966355>
- Patchin, J. W., & Hinduja, S. (2010). Cyberbullying and self-esteem. *Journal of school health*, 80(12), 614-621. <https://doi.org/10.1111/j.1746-1561.2010.00548.x>
- Perlman, D., Peplau, L. A., & Goldston, S. E. (1982). Loneliness research: A survey of empirical findings. In L.A. Peplau & S.E. Goldston (Eds.), *Preventing the Harmful Consequences of Severe and Persistent Loneliness* (pp. 13-46). U.S. Department of Health and Human Services.

- Pikea, P., Parpa, E., Tsilika, E., Galanos, A., & Mystakidou, K. (2016). Psychometric properties of the Greek-University of California, Los Angeles Loneliness Scale-Version 3 in a sample of people with human immunodeficiency virus. *World Journal of AIDS*, 6(04), 157-168.
<https://doi.org/10.4236/wja.2016.64018>
- Pittman, M., & Reich, B. (2016). Social media and loneliness: Why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words. *Computers in human behavior*, 62, 155-167.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.084>
- Ponnusamy, S., Iranmanesh, M., Foroughi, B., & Hyun, S. S. (2020). Drivers and outcomes of Instagram Addiction: Psychological well-being as moderator. *Computers in human behavior*, 107, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106294>
- Price, J. H., & Murnan, J. (2004). Research limitations and the necessity of reporting them. *American journal of health education*, 35(2), 66-67. <https://doi.org/10.1080/19325037.2004.10603611>
- Pyszczynski, T., Greenberg, J., & LaPrelle, J. (1985). Social comparison after success and failure: Biased search for information consistent with a self-serving conclusion. *Journal of Experimental Social Psychology*, 21(2), 195-211. [https://doi.org/10.1016/0022-1031\(85\)90015-0](https://doi.org/10.1016/0022-1031(85)90015-0)
- Riehm, K. E., Feder, K. A., Tormohlen, K. N., Crum, R. M., Young, A. S., Green, K. M., Pacek, L.R., La Flair, L.N., & Mojtabai, R. (2019). Associations between time spent using social media and internalizing and externalizing problems among US youth. *JAMA psychiatry*, 76(12), 1266-1273.
- Romero-Rodríguez, J. M., Aznar-Díaz, I., Marín-Marín, J. A., Soler-Costa, R., & Rodríguez-Jiménez, C. (2020). Impact of problematic smartphone use and Instagram use intensity on self-esteem

- with university students from physical education. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(12), 4336. <https://doi.org/10.3390/ijerph17124336>
- Rook, K. S. (1984). Promoting social bonding: Strategies for helping the lonely and socially isolated. *American Psychologist*, 39(12), 1389–1407. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.39.12.1389>
- Rosenberg, M. (1965). Rosenberg self-esteem scale (RSE). *Acceptance and commitment therapy. Measures package*, 61(52).
- Rosenberg, J., & Egbert, N. (2011). Online impression management: Personality traits and concerns for secondary goals as predictors of self-presentation tactics on Facebook. *Journal of ComputerMediated Communication*, 17, (1), 1–18. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2011.01560.x>
- Royal Society for Public Health (2017). *StatusOfMind: Social media and young people's mental health and wellbeing*. <https://www.rsph.org.uk/static/uploaded/d125b27c-0b62-41c5-a2c0155a8887cd01.pdf>
- Rozgonjuk, D., Pruunsild, P., Jürimäe, K., Schwarz, R. J., & Aru, J. (2020). Instagram use frequency is associated with problematic smartphone use, but not with depression and anxiety symptom severity. *Mobile Media & Communication*, 8(3), 1-19. <https://doi.org/10.1177/2050157920910190>
- Russell, D.W. (1996). UCLA Loneliness Scale (Version 3): Reliability, Validity, and Factor Structure. *Journal of Personality Assessment*, 66(1), 20-40. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa6601_2

- Ryan, T., & Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage. *Computers in human behavior*, 27(5), 1658-1664. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.02.004>
- Scissors, L., Burke, M., & Wengrovitz, S. (2016, February). *What's in a Like? Attitudes and behaviors around receiving Likes on Facebook* [Paper presentation]. Proceedings of the 19th ACM Conference on Computer-Supported Cooperative Work & Social Computing, USA, San Francisco. <https://doi.org/10.1145/2818048.2820066>
- Search Logistics (2024). *Social Media Addiction Statistics For 2024*. Search Logistics. <https://www.searchlogistics.com/learn/statistics/social-media-addiction-statistics/>
- Shek, D.T.L., Sun, R.C.F., & Lu, Y. (2013). Internet Addiction. In D.W. Pfaff (Ed.) *Neuroscience in 21st Century: From Basic to Clinical* (pp. 2275-2811). New York, NY: Springer. 10.1007/978-1-4614-1997-6_108
- Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in human Behavior*, 58, 89-97. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.059>
- Song, H., Zmyslinski-Seelig, A., Kim, J., Drent, A., Victor, A., Omori, K., & Allen, M. (2014). Does Facebook make you lonely?: A meta analysis. *Computers in Human Behavior*, 36, 446-452. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.04.011>
- Song, Y.A., Lee, S.Y., & Kim, Y. (2019). Does mindset matter for using social networking sites?: Understanding motivations for and uses of Instagram with growth versus fixed mindset. *International Journal of Advertising*, 38(6), 886-904. <https://doi.org/10.1080/02650487.2019.1637614>

- Spada, M. M. (2014). An overview of problematic Internet use. *Addictive behaviors*, 39(1), 3-6.
<https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2013.09.007>
- Stapleton, P., Luiz, G., & Chatwin, H. (2017). Generation validation: The role of social comparison in use of Instagram among emerging adults. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(3), 142-149. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0444>
- Statista. (2024a). *Instagram: Distribution of global audiences 2023, by age group*. Statista.
<https://www.statista.com/statistics/325587/instagram-global-age-group/>
- Statista (2024b). *Most popular social networks worldwide as of April 2024, ranked by number of monthly active users*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
- Statista.(2024c). *Countries with the most Instagram user 2024*. Statista.
<https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/>
- Sullivan, H.S. (1953). *The Interpersonal Theory of Psychiatry* (1st ed.). Routledge.
- Sundar, S. S. (2008). The MAIN model: A heuristic approach to understanding technology effects on credibility. In M. J. Metzger & J. Flanagin (Eds.), *Digital Media, Youth, and Credibility* (pp.73-100). Cambridge, MA: MacArthur Foundation Digital Media and Learning Initiative.
<https://betterlegalinfo.ca/wp-content/uploads/2019/12/Sundar-paper.pdf>
- Teo, A. R., Lerrigo, R., & Rogers, M. A. (2013). The role of social isolation in social anxiety disorder: A systematic review and meta-analysis. *Journal of anxiety disorders*, 27(4), 353-364.
<https://doi.org/10.1016/j.janxdis.2013.03.010>

- Tsaousis, I. (2016). The relationship of self-esteem to bullying perpetration and peer victimization among schoolchildren and adolescents: A meta-analytic review. *Aggression and violent behavior, 31*, 186-199. <https://doi.org/10.1016/j.avb.2016.09.005>
- Tyer, S. (2016). Instagram: What makes you post?. *Pepperdine Journal of Communication Research, 4*(1), 29-39.
<https://digitalcommons.pepperdine.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1041&context=pjcr>
- Vannucci, A., & McCauley Ohannessian, C. (2019). Social media use subgroups differentially predict psychosocial well-being during early adolescence. *Journal of youth and adolescence, 48*, 1469-1493. <https://doi.org/10.1007/s10964-019-01060-9>
- Vannucci, A., Flannery, K. M., & Ohannessian, C. M. (2017). Social media use and anxiety in emerging adults. *Journal of affective disorders, 207*, 163-166. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2016.08.040>
- Verduyn, P., Lee, D. S., Park, J., Shablack, H., Orvell, A., Bayer, J., Ybarra, O., Jonides, J., & Kross, E. (2015). Passive Facebook usage undermines affective well-being: Experimental and longitudinal evidence. *Journal of Experimental Psychology:General, 144*(2), 480-488.
<https://doi.org/10.1037/xge0000057>
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of popular media culture, 3*(4), 206-222.
<https://doi.org/10.1037/ppm0000047>
- Wallace, E., & Buil, I. (2021). Hiding Instagram Likes: Effects on negative affect and loneliness. *Personality and Individual Differences, 170*, 1-5.
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2020.110509>

- Wang, J. L., Wang, H. Z., Gaskin, J., & Hawk, S. (2017). The mediating roles of upward social comparison and self-esteem and the moderating role of social comparison orientation in the association between social networking site usage and subjective well-being. *Frontiers in psychology*, 8, 1-9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00771>
- We are social (2023). *Digital 2023 Global Overview Report*. DataReportal. <https://wearesocial.com/wp-content/uploads/2023/03/Digital-2023-Global-Overview-Report.pdf>
- Weiss, R. (1975). *Loneliness: The experience of emotional and social isolation*. MIT Press.
- Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why people use social media: a uses and gratifications approach. *Qualitative market research: an international journal*, 16(4), 362-369. <https://doi.org/10.1108/QMR-06-2013-0041>
- Wills, T. A. (1981). Downward comparison principles in social psychology. *Psychological bulletin*, 90(2), 245-271. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.90.2.245>
- Wood, J. V. (1989). Theory and research concerning social comparisons of personal attributes. *Psychological bulletin*, 106(2), 231-248. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.106.2.231>
- Xanidis, N., & Brignell, C. M. (2016). The association between the use of social network sites, sleep quality and cognitive function during the day. *Computers in human behavior*, 55, 121-126. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.004>
- Yang, C. C. (2016). Instagram use, loneliness, and social comparison orientation: Interact and browse on social media, but don't compare. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 19(12), 1-6. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0201>

- Yurdagül, C., Kircaburun, K., Emirtekin, E., Wang, P., & Griffiths, M. D. (2021). Psychopathological consequences related to problematic Instagram use among adolescents: The mediating role of body image dissatisfaction and moderating role of gender. *International Journal of Mental Health and Addiction*, *19*, 1385-1397. <https://doi.org/10.1007/s11469-019-00071-8>
- Zarenti, M., Bacopoulou, F., Michou, M., Kokka, I., Vlachakis, D., Chrousos, G. P., & Darviri, C. (2021). Validation of the Instagram Addiction Scale in Greek Youth. *EMBnet. journal*, *26*. [10.14806/ej.26.1.973](https://doi.org/10.14806/ej.26.1.973)
- Zhang, X. X., Rost, D. H., Wang, J. L., & Reynolds, K. J. (2020). Active and passive social networking sites usage and negative emotions: A reciprocal relationship?. *Journal of Social and Clinical Psychology*, *39*(3), 195-213. <https://doi.org/10.1521/jscp.2020.39.3.195>
- Zygo, M., Potembska, E., Kapka-Skrzypczak, L., Dreher, P., & Kędzierski, Z. (2015). Prevalence of Internet addiction and risk of developing addiction as exemplified by a group of Polish adolescents from urban and rural areas. *Annals of Agricultural and Environmental Medicine*, *22*(1). [file:///C:/Users/filio/Downloads/79223_CC_BY_NC%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/filio/Downloads/79223_CC_BY_NC%20(2).pdf)

Παράρτημα

Παράρτημα 1

Ωρες καθημερινής χρήσης

	n	%
Ωρες καθημερινής χρήσης		
Λιγότερο από 1 ώρα	17	8.5
1-3 ώρες	132	66.0
3-5 ώρες	47	23.5
Παραπάνω από 5 ώρες	4	2.0

Σημείωση. $N=200$