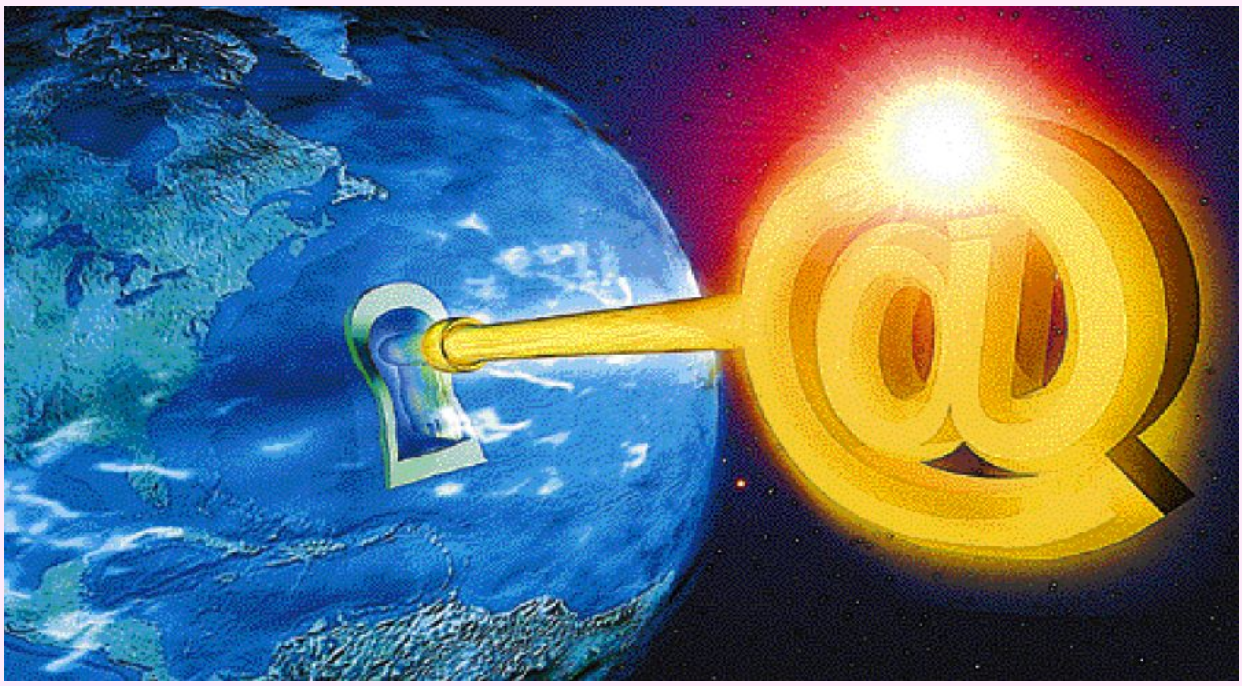
ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ

ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΜΑΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΦΥΣΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΣΠΥΡΟΠΟΥΛΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ



ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ: ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ, ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΕΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΣΤΟΥΣ ΕΦΗΒΟΥΣ

Ε Π Ι Β Λ Ε Π Ω Ν
ΚΩΣΤΑΣ ΘΕΟΛΟΓΟΥ

Αναγνώστες
Κουτούγκος Άρης Καθηγητής ΕΜΠ
Ράπτη Γιούλη Επίκουρος Καθηγήτρια ΕΜΠ

Αθήνα, 2014

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΔΟΜΗ ΤΗΣ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ....4

2. ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ....5

2.1 Εισαγωγή....5

2.2 Ιστορική αναδρομή 7

2.3 Εξάπλωση του Διαδικτύου....9

2.4 Το Διαδίκτυο και το προφίλ των χρηστών στην Ελλάδα....15

2.5 Κοινωνιολογική έρευνα πεδίου για συλλογή στατιστικών στοιχείων και εξαγωγή συμπερασμάτων....17

2.5.1 Ποσοτική έρευνα....19

2.5.1.1 Μέθοδοι Δειγματοληψίας....19

2.5.1.2 Σχεδιασμός του ερωτηματολογίου....21

2.5.1.3 Τεχνικές συμπλήρωσης ερωτηματολόγιου....25

2.5.2 Διαδικασία και Δομή Ερωτηματολογίου....28

2.5.3 Ερευνητικά Ερωτήματα....29

3. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ....32

3.1 1ο ερευνητικό ερώτημα: Διαγράμματα που σχετίζουν τα προσωπικά στοιχεία του χρήστη με το Διαδίκτυο....32

3.2 2ο ερευνητικό ερώτημα: Διαγράμματα που σχετίζουν την προσωπική ζωή του χρήστη με το Διαδίκτυο....46

3.3 3ο ερευνητικό ερώτημα: Διαγράμματα που δείχνουν κοινωνική ψυχολογική και οικονομική διάδραση του χρήστη με το διαδίκτυο....70

3.4 Έλεγχος υποθέσεων και επιβεβαίωση ή απόρριψή τους μέσω του στατιστικού κριτηρίου X^2....94

3.4.1 Λίγα λόγια για το στατιστικό κριτήριο X^2 και τη χρησιμότητά του στην εργασία μας....94

3.4.2 Μηδενικές υποθέσεις και επιβεβαίωση ή απόρριψή τους με βάση το στατιστικό κριτήριο X^2....95

4. ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ -ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΕΙΣ.....103

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....104

Γενική Βιβλιογραφία.....104

Ιστοσελίδες – Διαδικτυακοί τόποι.....105

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε, σε ηλεκτρονική μορφή.....106

Ερωτηματολόγια Δείγματος.....111

1. ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΔΟΜΗ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Σκοπός της εργασίας είναι η έρευνα πεδίου (Κατερέλος, 2008:431-433) για τις κοινωνικές, ψυχολογικές και οικονομικές επιδράσεις και συνέπειες που έχει η χρήση του Διαδικτύου από τους εφήβους. Η εργασία χωρίζεται σε 3 μέρη:

1) ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ, όπου κάνουμε μια εισαγωγή γενικά για το Διαδίκτυο, παραθέτουμε κάποια ιστορικά στοιχεία σχετικά με την προέλευσή του κι έπειτα εξετάζουμε πως εξελίχτηκε ιστορικά, πόσο γρήγορα διαδόθηκε σε όλο τον κόσμο, και ειδικότερα στην Ελλάδα, όπου γίνεται και η έρευνά μας. Στο τέλος του θεωρητικού μέρους αναλύουμε τις βασικότερες μεθόδους της ποσοτικής έρευνας και δημιουργίας ερωτηματολογίων, και εξηγούμε γιατί επιλέχτηκαν η μέθοδος της χιονοστιβάδας και ερωτηματολόγια με ερωτήσεις κλειστού τύπου και πολλαπλών απαντήσεων. Επιπλέον, διατυπώνουμε τα 3 ερευνητικά ερωτήματα της εργασίας και χωρίζουμε το ερωτηματολόγιο σε 3 μέρη, όπου το καθένα ταυτίζεται με ένα ερευνητικό ερώτημα.

2) ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ, όπου παραθέτουμε τα αποτελέσματα της επεξεργασίας των δεδομένων μέσω του στατιστικού προγράμματος SPSS που συλλέξαμε από τα ερωτηματολόγια μέσω σύνθετων διαγραμμάτων, ραβδογραμμάτων και διαγραμμάτων σε μορφή πίττας και ακολουθεί ο σχολιασμός τους[1]. Επιπρόσθετα διατυπώνουμε και 3 μηδενικές υποθέσεις που σχετίζονται με τα ερευνητικά ερωτήματα της εργασίας και εξετάζουμε αν επαληθεύονται ή όχι με τη βοήθεια του στατιστικού κριτηρίου X^2, για το οποίο παραθέτονται συνοπτικές πληροφορίες ακριβώς πριν την επεξεργασία των υποθέσεων

3) ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ, όπου γενικεύουμε και συμπτύσσουμε τις πληροφορίες που μας έδωσε η επεξεργασία των δεδομένων μας ώστε να έχουμε μια γενικότερη εικόνα για την ερευνά μας, πάντα με βάση τα ερευνητικά ερωτήματα που διατυπώθηκαν.

Στο τέλος της εργασίας παρατίθεται η βιβλιογραφία που χρησιμοποιήθηκε για την εργασία, καθώς και το ερωτηματολόγιο σε ηλεκτρονική μορφή ως παράρτημα.

[1] Πέρα από την καθοριστική συμβολή του επιβλέποντος καθηγητή μου, θερμές ευχαριστίες και στην Δρ. Αναστασία Βενετή για τη συμβολή της στην κατάρτιση του ερωτηματολογίου και στον Δρ. Σπύρο Στέλιο για τη συνδρομή του στη στατιστική επεξεργασία των δεδομένων.

2. ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

2.1. Ε Ι Σ Α Γ Ω Γ Η

Το **Διαδίκτυο** ως γνωστόν αποτελεί ουσιαστικά ένα από τα μέσα για την δημιουργία του παγκόσμιου πληροφοριακού ιστού (World Wide Web).

Ο παγκόσμιος πληροφοριακός ιστός (WWW) ώθησε τα ίδια τα λειτουργικά συστήματα να κινηθούν δυναμικά στην κατεύθυνση της δικτύωσης, διαλύοντας έτσι και το τελευταίο οχυρό απομόνωσης του χρήστη προσωπικών υπολογιστών. Μέσω του **Διαδικτύου**, ο χρήστης ενός προσωπικού υπολογιστή έχει τη δυνατότητα να αποτελεί μέρος χιλιάδων διασυνδεόμενων δικτύων υπολογιστών παγκοσμίως,ούτως ώστε να δύναται να βρει και να χρησιμοποιεί ένα ατελείωτο πλήθος και απίστευτο όγκο πληροφοριών. Οι πληροφορίες αυτές, μπορεί να αφορούν από εκθέματα μουσείων τέχνης και ειδήσεις από όλα τα γεωγραφικά μήκη και πλάτη του πλανήτη, μέχρι λογισμικό για προσωπικό υπολογιστή και την τελευταία προσπάθεια του ανθρώπου για να κατακτήσει το διάστημα (BRITANNNICA, 2007: 61)

Εκτός από πληροφόρηση και την ψυχαγωγία, μία από τις τελευταίες και ραγδαία εξελισσόμενες πτυχές του Διαδικτύου είναι η χρήση του ως μέσο άσκησης συναλλαγών σε λιανικό, αλλά και χονδρικό εμπόριο παγκοσμίως. Η εξάπλωση των προσωπικών υπολογιστών (σχεδόν κάθε σπίτι στις ανεπτυγμένες χώρες έχει τουλάχιστον έναν προσωπικό υπολογιστή, ενώ ένα στα τρία νοικοκυριά διαθέτει προσωπικό υπολογιστή στις αναπτυσσόμενες χώρες) και η αύξηση της χρήσης του Διαδικτύου από περισσότερους χρήστες σε παγκόσμια κλίμακα, είχαν ως αποτέλεσμα την εκμετάλλευση των εμπορικών και μη επιχειρήσεων, για προώθηση των αγορών μέσω αυτού του μέσου (Αρσένης, 2010:23). Το Διαδίκτυο, φαίνεται να επιταχύνει σε τεράστιο βαθμό, τις διαδικασίες του διεθνούς εμπορίου, αφού εξασφαλίζει στις επιχειρήσεις, με σχετικά μικρό κόστος σε σχέση με τη διαφήμιση των προϊόντων και των υπηρεσιών που απολαμβάνουν , μία γιγαντιαία βάση δεδομένων.

Λαμβάνοντας υπόψη μας τα παραπάνω, αλλά και την κατευθυνόμενη, τεχνητή ανάγκη για κατανάλωση, που διαρκώς αυξανόταν, οδήγησε τις επιχειρήσεις να χρησιμοποιήσουν το Διαδίκτυο ως μέσο διαφήμισης των προϊόντων τους. Οι καταναλωτές, ένα σεβαστό ποσοστό των οποίων είναι έφηβοι, από την μεριά τους, μέσω του Διαδικτύου έχουν τη δυνατότητα να ενημερωθούν και να προβούν σε αγορές οποιουδήποτε αγαθού ή υπηρεσίας επιθυμήσουν (Αρσένης, 2010:23), από οποιοδήποτε σημείο του πλανήτη, χωρίς την μέχρι πρότινως υποχρέωση και δυσκολία να μμετακινηθούν από την οικεία τους.

Το Διαδίκτυο αποτελεί ίσως την καλύτερα υποσχόμενη μελλοντική λύση, όχι μόνο στην καλύτερη διάθεση και διαχείριση του ελεύθερου χρόνου, αλλά και στην άκρως ικανοποιητική προώθηση και αυξανόμενη αγορά προϊόντων και υπηρεσιών. Το μέγεθος της δυναμικής του Διαδικτύου, μπορεί εξάλλου να γίνει ξεκάθαρα χειροπιαστό και κατανοητό, από την εντυπωσιακή και σε παγκόσμια εξάπλωσή του, μέσα σε τόσο μικρό χρονικό διάστημα.

Η «γέννησή» του, σημειώνεται στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής, στα τέλη της δεκαετίας του ’60, στα πλαίσια της εποχής της κορύφωσης του ψυχρού πολέμου, και σε 30 χρόνια περίπου είχε ήδη εξαπλωθεί σε περισσότερες από 80 χώρες, συνέδεε μεταξύ τους περισσότερα από 18.000 δίκτυα, 40.000.000 υπολογιστές και φυσικά 40.000.000 άτομα κάθε ηλικίας και εθνικότητας (BRITANNNICA, 2007: 62)

2.2. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Το Διαδίκτυο ως ιδέα και εγχείρημα, ξεκίνησε στα τέλη της δεκαετίας του ’60 (1969) ως ένα πείραμα του υπουργείου Εθνικής Αμύνης των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής (ΗΠΑ). Αφορμή για τη δημιουργία του πρώτου δικτύου υπολογιστών, αποτέλεσε η εκτόξευση (1957) στο διάστημα του Σοβιετικού δορυφόρου Σπούτνικ (Sputnik). Το γεγονός αυτό, δημιούργησε την άσβεστη και συνεχώς αυξανόμενη επιθυμία για την περαιτέρω εξερεύνηση του διαστήματος από τις δύο υπερδυνάμεις της εποχής, τη Σοβιετική Ένωση και τις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής.

Το 1969 λοιπόν, το Υπουργείο Άμυνας των ΗΠΑ χρηματοδότησε την εγκατάσταση του πρώτου δικτύου μεταγωγής. Το δίκτυο ονομάστηκε ARPAnet (Advanced Research Project Agency).Το ARPAnet ήταν το πρώτο, περιορισμένου βεληνεκούς δίκτυο, το οποίο ήταν το αποτέλεσμα της εξέλιξης των ερευνών ενός ερευνητικού οργανισμού στο θέμα της τεχνικής μετάδοσης δεδομένων μέσω καλωδιακών συνδέσεων (BRITANNNICA, 2007: 62)

Σκοπός του ARPAnet, ήταν να συνδέσει, για ερευνητικούς, επικοινωνιακούς και όχι μόνο σκοπούς, τους υπολογιστές όλων των σχετικών ερευνητικών κέντρων, αλλά με τρόπο που θα διασφάλιζε τη διαρκή επικοινωνία μεταξύ των συνδεδεμένων κόμβων, ακόμα και αν κάποιοι από αυτούς έβγαιναν εκτός λειτουργίας για οποιαδήποτε αιτία. Υπήρχε, δηλαδή, η άποψη ότι η Σοβιετική Ένωση, ως ο σημαντικότερος εχθρός των ΗΠΑ εκείνη την περίοδο, θα προσπαθούσε να καταστρέψει ή να μπλοκάρει την επικοινωνία μεταξύ ορισμένων επιλεγμένων κόμβων, ώστε να αποκτήσει σημαντικό πλεονέκτημα σε περίπτωση οποιασδήποτε μορφής πολέμου. Έτσι σχεδιάστηκε και στήθηκε ένα δίκτυο υπολογιστών που διέθετε πάρα πολλές εναλλακτικές διαδρομές για τα δεδομένα, με έναν επαναστατικό για την εποχή τρόπο, ώστε ακόμα και οι πορείες αυτές να αποφασίζονται δυναμικά τη στιγμή της σύνδεσης. Αν για κάποιο λόγο ένας ενδιάμεσος κόμβος μεταξύ του αποστολέα και του παραλήπτη δεν λειτουργούσε, τα δεδομένα αναδρομολογούνταν αυτόματα μέσω κάποιου άλλου κόμβου.

Ταυτόχρονα, για λόγους ταχύτητας, εγκυρότητας, αλλά και ασφάλειας των δεδομένων, τα προς μεταφορά δεδομένα διαιρούνταν σε μικρότερης χωρητικότητας πακέτα. Αυτή η σύνδεση των κόμβων, αλλά και η διαίρεση των μεταφερόμενων δεδομένων, απαιτούσε οπωσδήποτε τη δημιουργία και την καθιέρωση ενός πρωτοκόλλου που θα μπορούσε να συνδέσει αποτελεσματικά πολλούς και σε απόσταση υπολογιστές μεταξύ των. Για αυτό το σκοπό, δημιουργήθηκε και υιοθετήθηκε (1982) το «θρυλικό» πλέον πρότυπο επικοινωνιών TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol). Η εγκατάσταση και ενσωμάτωση του στο λειτουργικό σύστημα Unix καθιέρωσε, στη

συνείδηση του κόσμου που είχε αρχίσει να ασχολείται με τη νέα τάξη πραγμάτων, τόσο το Unix, όσο και το TCP/IP ως το πρότυπο στη σύνδεση υπολογιστών μέσω του ARPAnet. Η συνέχεια και εξέλιξη του ARPAnet είναι το NSFnet που παρουσιάστηκε και χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά το 1986, ένα δίκτυο που συνέδεσε πέντε μεγάλα ερευνητικά κέντρα μεταξύ τους και αύξησε τον αριθμό των χρηστών από 500, που ήταν στο ARPAnet, στους 100.000 χρήστες. Η σύνδεση, βέβαια, δεν είχε στόχο να συνδέσει μόνο τα μεγάλα ερευνητικά κέντρα που παρείχαν υπηρεσίες και διεξήγαγαν έρευνες για λογαριασμό του Υπουργείου Άμυνας, αλλά εξαπλώθηκε και στα Πανεπιστήμια. Με αυτόν τον τρόπο, το ARPAnet εξελισσόταν σταδιακά, αλλά σταθερά και σε εμπορικό δίκτυο, στο ευρέως γνωστό και σημαντικότερο μέσο για την παγκοσμιοποίηση, Διαδίκτυο (Internet), στο οποίο είχαν πλέον πρόσβαση, φορείς όπως τα πανεπιστήμια και μεγάλοι οργανισμοί, αλλά και μικρότερες επιχειρήσεις και εταιρίες. (BRITANNNICA, 2007: 63)

Το Διαδίκτυο στις απαρχές του, δεν απευθυνόταν σε απλούς χρήστες όπως συμβαίνει σήμερα, αφού μπορούσαν να το χρησιμοποιήσουν μόνον όσοι γνώριζαν το λειτουργικό σύστημα Unix. Τα πράγματα όμως, άλλαξαν ριζικά το 1990 με την δημιουργία ενός εντελώς καινούριου πρωτοκόλλου, του HyperText Transfer Protocol (HTTP) από τον Tim Berners Lee, που εργαζόταν στο εργαστήριο του CERN στη Γενεύη. Μέσω του HTTP υπήρχε η δυνατότητα για μεταφορά κάθε είδους αρχείων και προγραμμάτων μέσω του Διαδικτύου. Το πρωτόκολλο αυτό σηματοδότησε την αρχή του Παγκόσμιου Ιστού (World Wide Web - WWW) όπως το ξέρουμε σήμερα. Από τότε οι λέξεις Διαδίκτυο και Παγκόσμιος Ιστός έγιναν συνώνυμες, σχεδόν ταυτόσημες. Ως Παγκόσμιος Ιστός γενικά ορίζεται η υπηρεσία, μέσω της οποίας πραγματοποιείται η δυνατότητα σύνδεσης πολλών υπολογιστών μεταξύ τους σε ολόκληρο τον κόσμο. Ένας χρήστης του Διαδικτύου, μέσα από τον υπολογιστή του μπορεί να έχει άμεση πρόσβαση σε όλους τους υπολογιστές του Παγκόσμιου Ιστού, να συζητάει ηλεκτρονικά με άτομα από όλο τον κόσμο για θέματα κοινού ενδιαφέροντος, καθώς και να μεταφέρει στον υπολογιστή του αρχεία κειμένου, εικόνων, ήχου κτλ.

Τα επόμενα χρόνια, μάλιστα, αναμένεται να παρουσιαστεί ακόμη μεγαλύτερη εξάπλωση του Διαδικτύου, αφού εξετάζεται η δωρεάν πρόσβαση σε αυτό εξαιτίας των αυξανόμενων κερδών από τις διαφημίσεις που προβάλλονται στους δικτυακούς τόπους (Walrand, 1997:10-14)

2.3. ΕΞΑΠΛΩΣΗ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

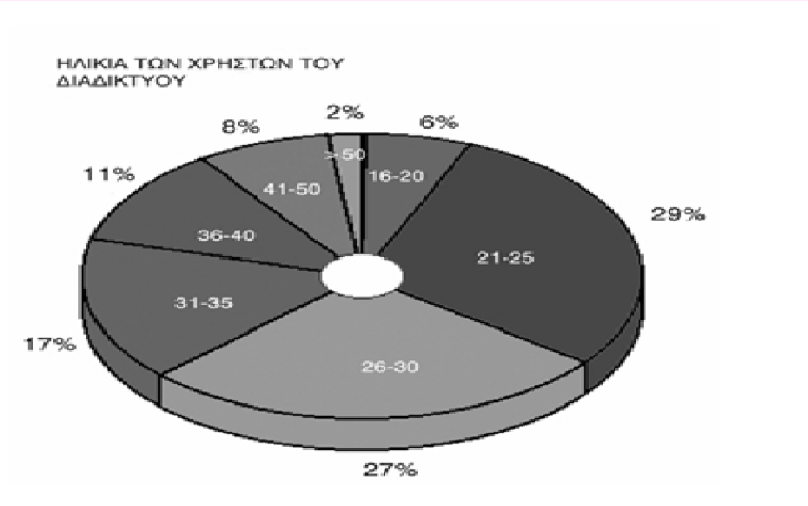
Ιδιαίτερο ενδιαφέρον για μελέτη παρουσιάζει η εξάπλωση του Διαδικτύου παγκοσμίως την τελευταία δεκαετία του 20ου αιώνα. Στη συνέχεια, θα επιχειρηθεί να δοθεί μία, όσο το δυνατό, πληρέστερη εικόνα της χρήσης του Διαδικτύου, με λεπτομέρειες ως προς το φύλο, την ηλικία και άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των χρηστών και φυσικά θα γίνει εκτενέστερη και αναλυτικότερη αναφορά στους εφήβους, ενώ θα παρουσιαστούν και στατιστικές μελέτες και γραφήματα.

Στα πρώτα στατιστικά που εμφανίστηκαν για τη χρήση του Internet το 1992, το Διαδίκτυο απαριθμούσε 1.000.000 χρήστες, διαφορετικούς δηλαδή υπολογιστές (hosts) σε παγκόσμια κλίμακα. Ωστόσο, στα μέσα του αμέσως επόμενου χρόνου, του 1993, ο αριθμός των χρηστών διπλασιάστηκε σε σχέση με τον αντίστοιχο αριθμό της προηγούμενης χρονιάς, ενώ ο ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης υπολογίστηκε στο 341.634%. Αναλυτικότερα στοιχεία για το Διαδίκτυο εμφανίστηκαν μετά το 1994, με την ίδρυση ειδικών εταιρειών ερευνών για το Διαδίκτυο σε όλες τις χώρες του κόσμου. Η παρουσίαση γραφημάτων, για κάθε έτος ξεχωριστά, που εμφανίζουν την εξάπλωση χρήσης του Διαδικτύου καθώς και το προφίλ των χρηστών, θα προβάλλει με συνοπτικό τρόπο μια ολοκληρωμένη εικόνα για την δυναμική του Διαδικτύου μέχρι σήμερα αλλά και προβλέψεις για τα επόμενα χρόνια. (BRITANNNICA, 2007: 64)

Αρχίζοντας από το 1994, η μεγαλύτερη % ποσόστωση των χρηστών του Διαδικτύου προέρχονται, όπως ήταν αναμενόμενο, από τις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, την χώρα προέλευσης του Διαδικτύου, ακολουθεί έπειτα η Ευρώπη, ενώ ελάχιστοι είναι οι χρήστες στις ηπείρους της Ασίας και της Ωκεανίας, καθώς και στο νότιο τμήμα της Αμερικανικής ηπείρου.

Γεωγραφική προέλευση των χρηστών του Διαδικτύου το 1994

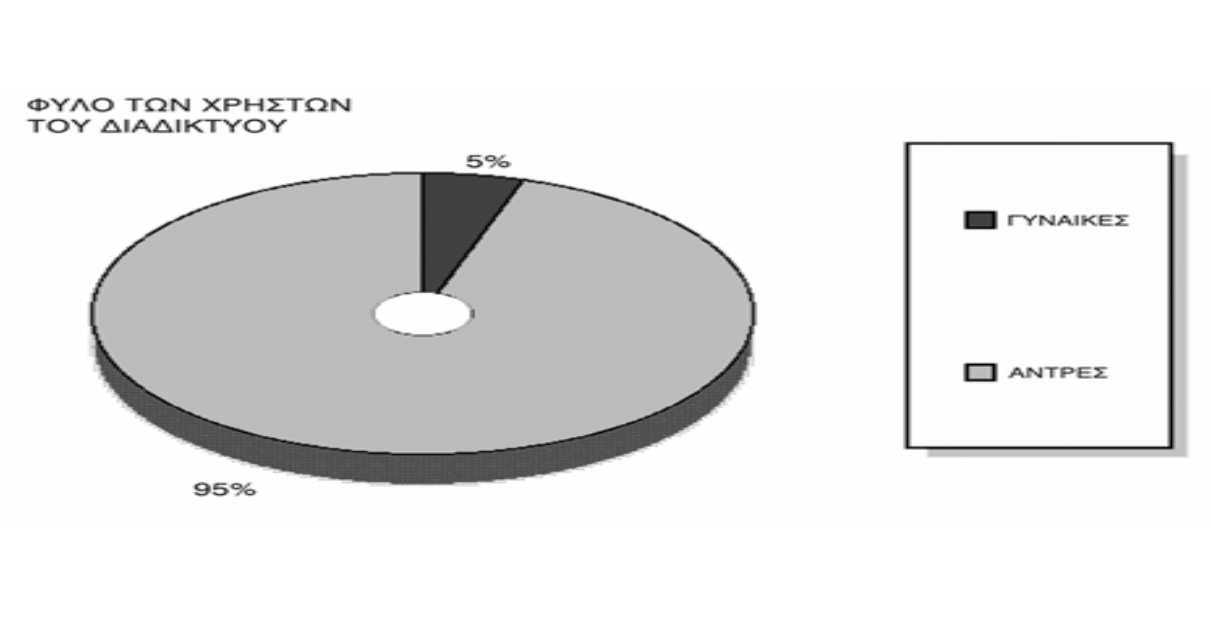
Όσον αφορά την ηλικία των χρηστών του Διαδικτύου, τα 2/3 περίπου των χρηστών του Internet είναι μεταξύ των ηλικιών 21 και 35 ετών, αφού άλλωστε αυτό είναι και το εύρος των ηλικιών που χρησιμοποιούν προσωπικούς υπολογιστές. Ενδιαφέρον εύρημα αποτελεί και η απασχόληση των χρηστών, με τους μισούς περίπου χρήστες (45%) να είναι επαγγελματίες, το 14% να αποτελείται από προπτυχιακούς φοιτητές και το 22% να σπουδάζουν σε μεταπτυχιακό επί-πεδο. Αυτό μπορεί εύκολα να διαπιστωθεί εάν παρατηρήσουμε το ακόλουθο διάγραμμα όπου και μελετήθηκε η **ηλικία των χρηστών του Διαδικτύου το 1994**[2]**.**



Ηλικία των χρηστών του Διαδικτύου το 1994

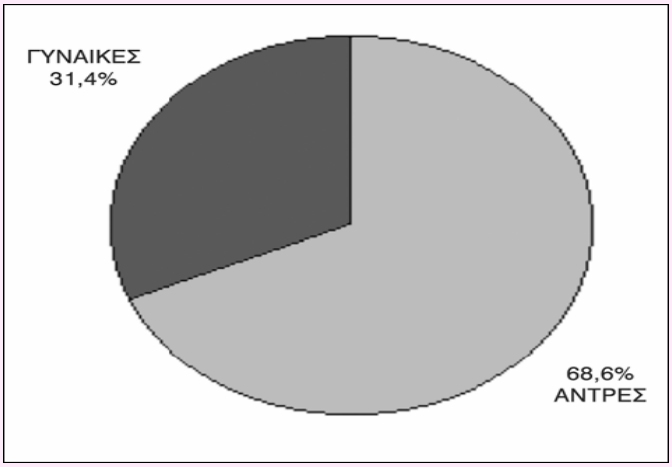
[2] **www.ntua.com/surveys**

Ολοκληρώνοντας το προφίλ των χρηστών, η υπεροχή των ανδρών έναντι των γυναικών είναι συντριπτική, με μόνο το 5% να είναι γυναίκες.



Φυλο των χρηστών του Διαδικτύου το 1994.

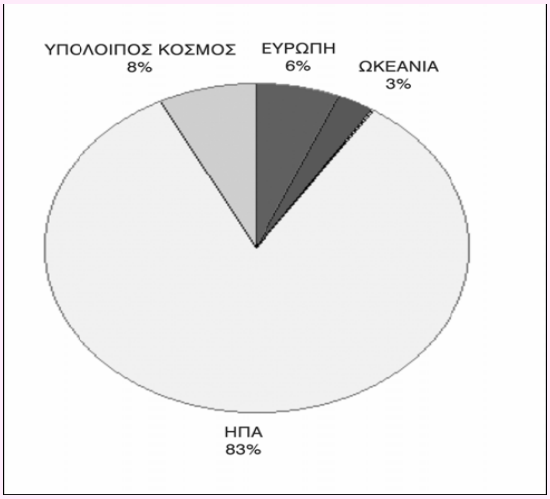
Το 1995, οι γυναίκες φαίνεται να διεκδικούν με δυναμικό τρόπο αυτό που τους έλειπε τα προηγούμενα χρόνια, το δικαίωμα στη χρήση του Διαδικτύου[3].



Φύλο χρηστών του Διαδικτύου το 1995.

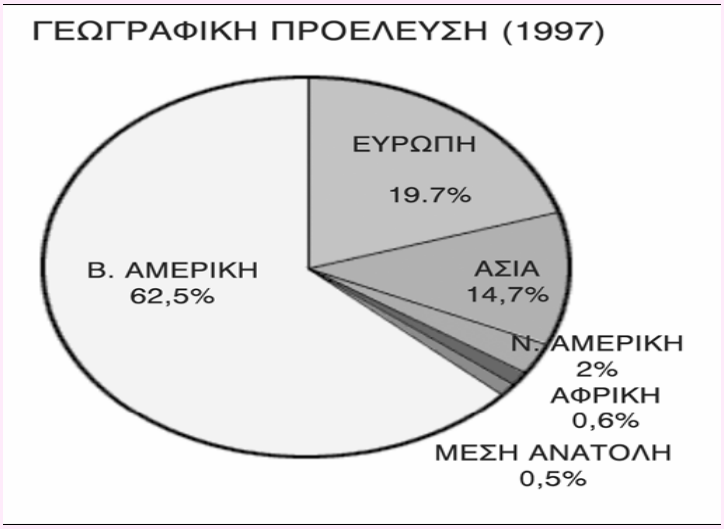
Παρόλη την αυξανόμενη τάση των ανθρώπων ανά τον κόσμο για χρήση του Διαδικτύου ως μέσο επικοινωνίας και αναζήτησης πληροφοριών, ωστόσο οι χρήστες από τις ΗΠΑ εξακολουθούν να αποτελούν τη "μερίδα του λέοντος" στην πίτα του Internet.

[3] **www.ntua.com/surveys**



Γεωγραφική προέλευση των χρηστών του Διαδικτύου το 1996.

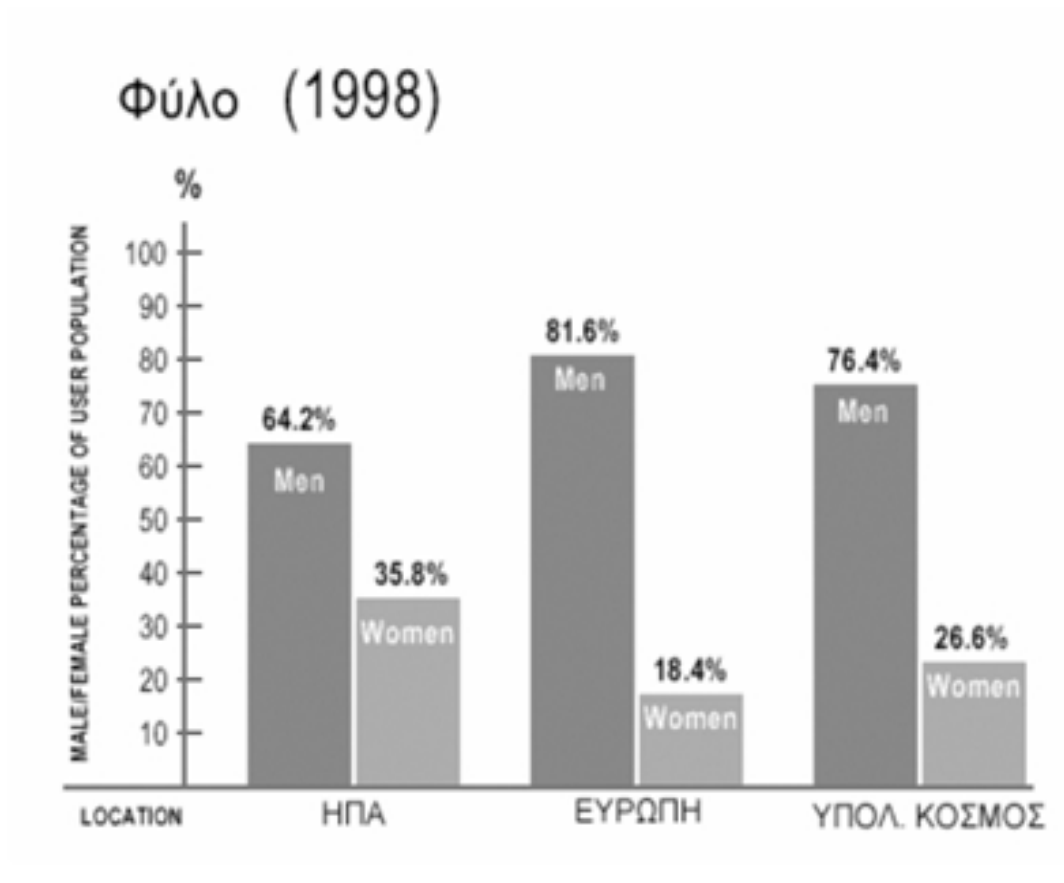
Όσον αφορά την τάση των γυναικών να έχουν πρόσβαση στο Διαδίκτυο,αυτή συνεχίστηκε και το 1996, χωρίς ωστόσο μεγάλη διαφοροποίηση από το προηγούμενο έτος. Το 1997 θεωρείται ένα πολύ σημαντικό έτος για την ανακατανομή της γεωγραφικής προέλευσης των χρηστών του Διαδικτύου, όπως φαίνεται και από το παρακάτω γράφημα Ένα σημαντικό ποσοστό στην παγκόσμια ποσοστιαία αναλογία χρηστών του Διαδικτύου χάνουν οι ΗΠΑ, το οποίο κερδίζουν σχεδόν εξίσου οι ήπειροι της Ευρώπης και της Ασίας. Η τελευταία, μάλιστα, εισέρχεται με δυναμικό τρόπο, καταλαμβάνοντας ένα σημαντικό μερίδιο στη "πίτα" των χρηστών του Διαδικτύου[4]. Ξεχωριστό γεγονός αποτελεί και η εμφάνιση ως ποσοστό χρηστών, για πρώτη φορά σε παρόμοια έρευνα για το Internet, της "μαύρης ηπείρου" Αφρικής, καθώς και της περιοχή της Μέσης Ανατολής.



Γεωγραφική Προέλευση των χρηστών του Διαδικτύου το 1997

---

[4] **www.ntua.com/surveys**



Γεωγραφική Προέλευση των χρηστών του Διαδικτύου το 1998

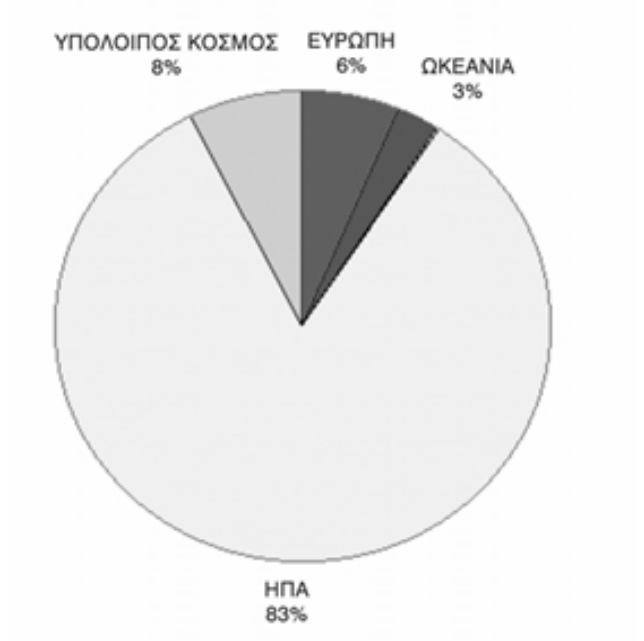
Το 1997, οι γυναίκες εξακολούθησαν να αυξάνουν τη ποσοστιαία αναλογία τους ως χρήστες του Internet, με την αναλογία αυτή να είναι μεγαλύτερη (40.54%) στις ΗΠΑ σε σχέση με την αντίστοιχη αναλογία τους (21.96%) στην Ευρώπη.

Κατά το 1998, ο αριθμός των υπολογιστών που συνδέονταν στο Διαδίκτυο ξεπέρασε το 29.7 εκατομμύρια, οι χρήστες έφτασαν τα 60 εκατομμύρια παγκοσμίως, ενώ καταμετρήθηκαν πάνω από 2.2 εκατομμύρια δικτυακοί τόποι (websites).Ωστόσο, η ποσοστιαία αναλογία των χρηστών του Διαδικτύου δεν άλλαξε ουσιαστικά σε σχέση με το προηγούμενο έτος[5].

Το φύλο των χρηστών του Διαδικτύου καθώς και η ποσοστιαία αναλογία ανδρών και γυναικών δεν άλλαξε συνολικά σε σχέση με το 1997, ενώ παρουσιάζει ενδιαφέρον και η % ποσοστιαία αναλογία μεταξύ ανδρών και γυναικών, εκτός από την Ευρώπη και τις ΗΠΑ, και στον υπόλοιπο κόσμο.

---

[5] **www.ntua.com/surveys**



Φύλο των χρηστών του Διαδικτύου το 1998

Το 1999, μόνο στην Ευρώπη, ο αριθμός των χρηστών ανέρχονταν στα 50 εκατομμύρια, με προβλεπόμενο ετήσιο ρυθμό αύξησης της τάξεως του 12%. Την επόμενη χρονιά, το 2000, ο αριθμός των χρηστών άγγιξε τα 220 εκατομμύρια χρήστες από όλο τον κόσμο, με τις πρόσφατες προβλέψεις για το 2005 να κυμαίνονται από 430 εκατομμύρια χρήστες έως και 700 εκατομμύρια χρήστες, σύμφωνα με τις πιο αισιόδοξες από τις προβλέψεις αυτές[6].

Πάντως από το έτος 2004 και μετά οι γυναίκες φαίνεται ότι διεκδικούν με περισσότερο δυναμικό τρόπο τα δικαιώματα τους πάνω στη χρήση του Διαδικτύου και των ποικίλων υπηρεσιών του, εν αντιθέσει με το έτος 1995 και το έτος 1996.

Αυτό που γίνεται δηλαδή ιδιαίτερα αντιληπτό, από τα παραπάνω δεδομένα είναι το γεγονός ότι μέσα σε σχετικά σύντομο χρονικό διάστημα το Διαδίκτυο όχι μόνο κατόρθωσε να επικρατήσει και να υιοθετηθεί από κάθε χώρα αλλά και επεκτάθηκε σε όλον τον γνωστό κόσμο σε άτομα ανεξαρτήτου φύλου, ηλικίας και πεποιθήσεων.

[6] **www.ntua.com/surveys**

2.4. ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΚΑΙ ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΩΝ ΧΡΗΣΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Παραπάνω παραθέσαμε κάποιες σημαντικές πληροφορίες σχετικές με την ίδρυση του Διαδικτύου, τους αρχικούς σκοπούς του, την εξάπλωσή του σε όλο τον κόσμο, καθώς και τη σταδιακή διάδοσή του και στο γυναικείο φύλο. Σε αυτήν την ενότητα θα εξειδικεύσουμε την έρευνά μας στη διάδοση του Διαδικτύου στην Ελλάδα και στα χαρακτηριστικά των Ελλήνων χρηστών του, εκ των οποίων ξεχωρίζουν οι έφηβοι.

Οργανωμένες προσπάθειες συντονίσθηκαν κατά καιρούς, προκειμένου να προσδιορισθούν αντίστοιχα ποσοστά, ώστε να σκιαγραφηθεί πλήρως η «Internet συμπεριφορά» των Ελλήνων χρηστών του. Συγκεκριμένες λεπτομέρειες για το προφίλ των χρηστών του Διαδικτύου που εντοπίζονται στην Ελλάδα αντλούμε δυστυχώς μόνο μέσα από τα στατιστικά στοιχεία και τελικά συμπεράσματα μιας πρόσφατης έρευνας της εταιρείας δημοσκοπήσεων και ερευνών Metron Analysis που διεξήχθη μεταξύ 21/06/00 και 27/06/00, σε ένα δείγμα 1209 ατόμων άνω των 18 ετών.

Σύμφωνα λοιπόν με τα συμπεράσματα τα οποία προέκυψαν μετά το πέρας της έρευνας και επεξεργασίας των δεδομένων της, το προφίλ των χρηστών του Διαδικτύου που δρουν στην Ελλάδα, συγκεντρώνει τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

<u>Χαρακτηριστικά των Ελλήνων χρηστών του Διαδικτύου:</u>

Οι χρήστες στην Ελλάδα[7]:

1) Ανέρχονται στο 8,6% του πληθυσμού, οι χρήστες που έχουν χρονολογική ηλικία 18 ετών και άνω (95% διάστημα εμπιστοσύνης: 7% - 10,2%)

2) Αριθμούν περίπου 630.000 άτομα. Η εφαρμογή μοντέλου πρόβλεψης και για τις ηλικίες 12 έως 17, ανεβάζει το σύνολο των χρηστών στα περίπου 700.000 άτομα.

3) Οι κυριότεροι χώροι, από τους οποίους συνδέονται με το Internet, είναι το σπίτι (60,3%) και ο χώρος εργασίας (31,1%).

Όσον αφορά τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των χρηστών του Internet στην Ελλάδα, αυτοί φαίνεται ότι:

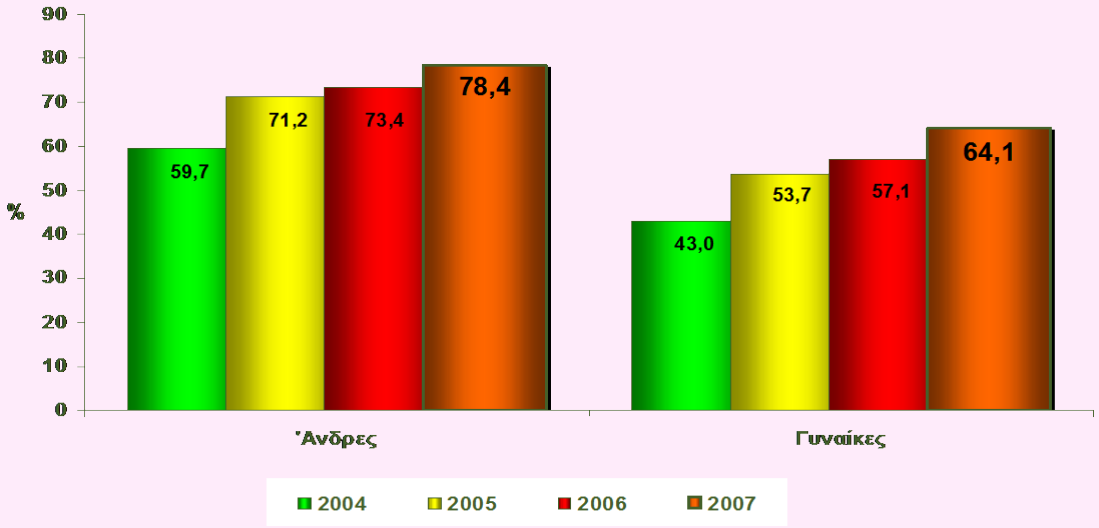
4) Όσον αφορά το φύλο τους, είναι κυρίως άνδρες (12.7% άνδρες, 4.8% γυναίκες).

5) Όσον αφορά την χρονολογική τους ηλικία, είναι κυρίως νέοι (23,5% των χρηστών είναι μεταξύ των 18 - 24 ετών). Το 43% περίπου των χρηστών Internet είναι μεταξύ 18 και 44 ετών.

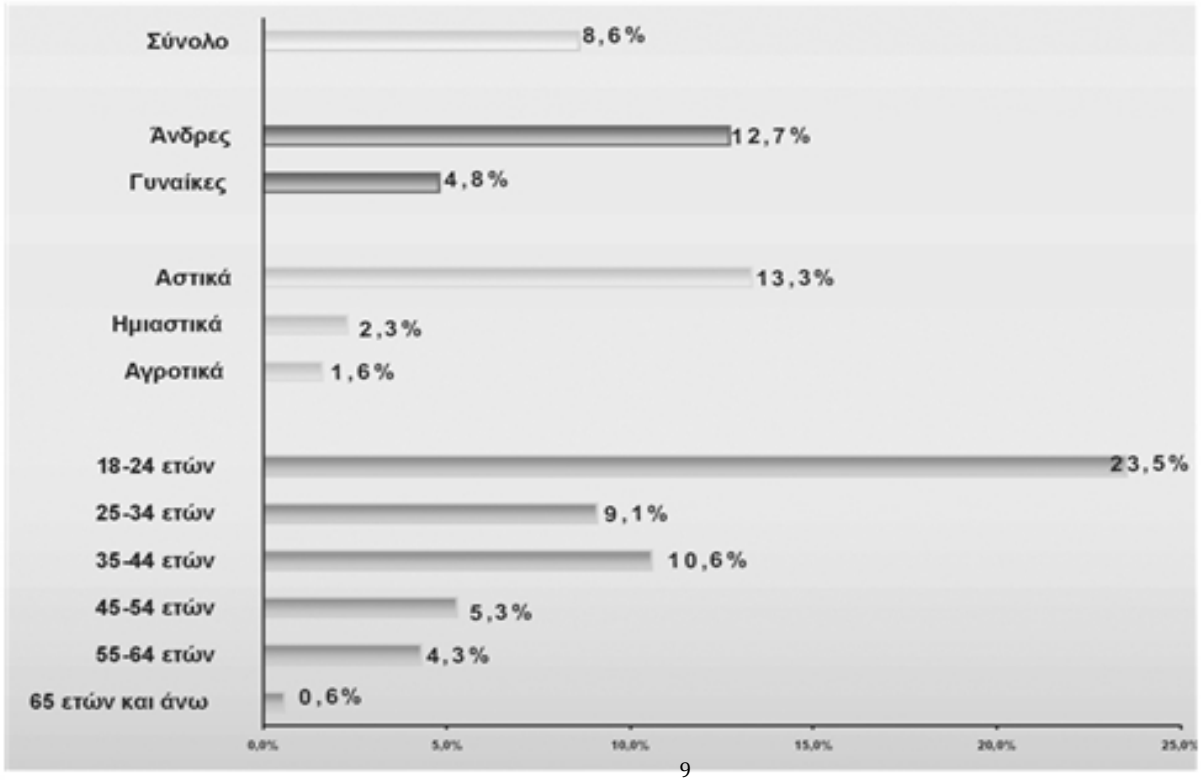
6) Όσον αφορά τον τόπο διαμονής τους, ζουν κυρίως στα αστικά κέντρα (13,3% αυτοί που ζουν στα αστικά κέντρα).

---

[7] www.metronanalysis.gr/gr/polls/pub4321.html, έρευνα τηςFLASH MULTIMEDIA



8



9

[8] www.metronanalysis.gr/gr/polls/pub4321.html, έρευνα τηςFLASH MULTIMEDIA

[9] www.metronanalysis.gr/gr/polls/pub4321.html, έρευνα τηςFLASH MULTIMEDIA

2.5. ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ ΠΕΔΙΟΥ ΓΙΑ ΣΥΛΛΟΓΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΚΑΙ ΕΞΑΓΩΓΗ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΩΝ

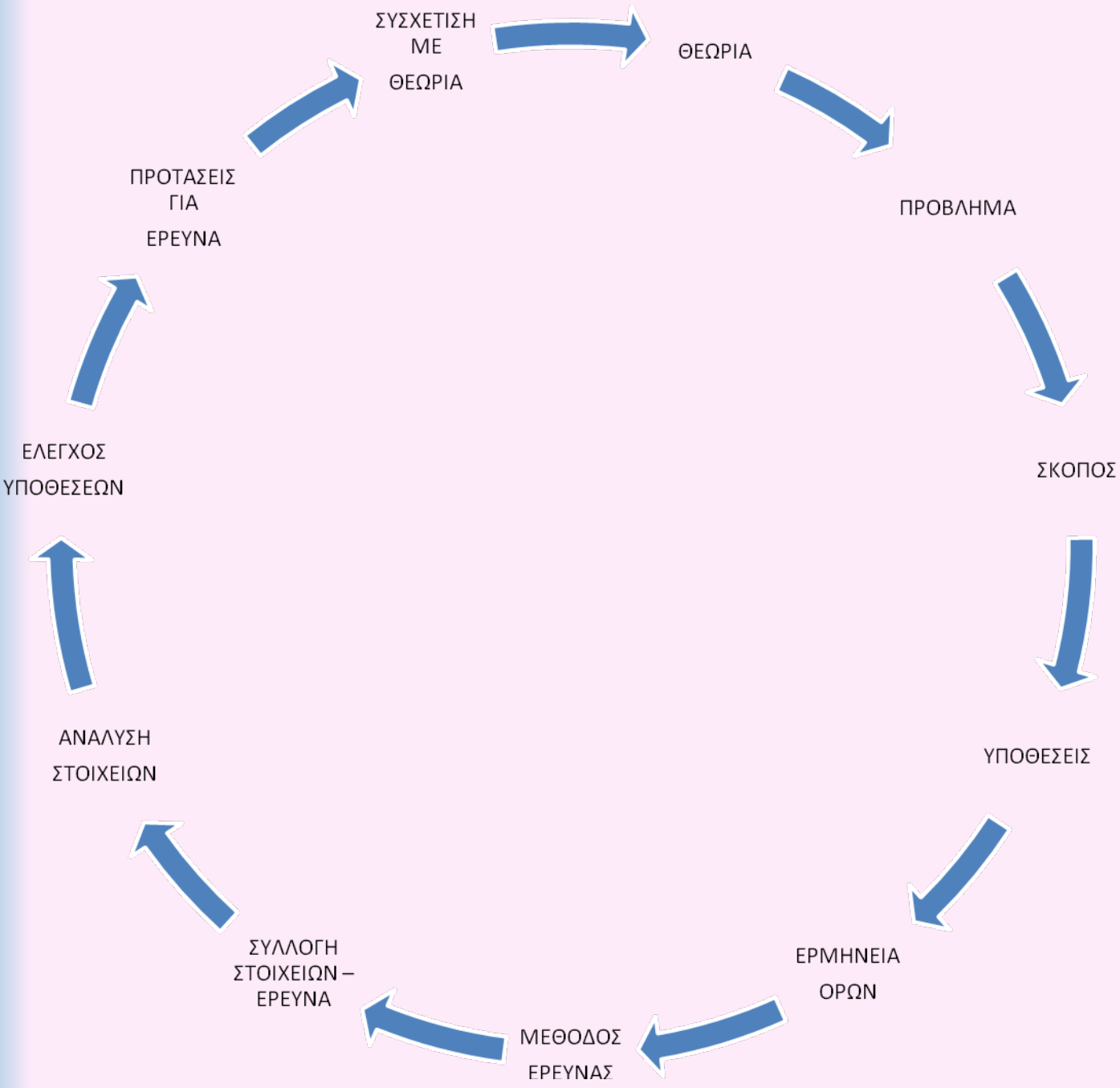
Παραπάνω παραθέσαμε κάποια ιστορικά στοιχεία γενικά για το Διαδίκτυο και επίσης κάποιες πιο ειδικευμένες πληροφορίες για τη σχέση και τη δράση του Διαδικτύου στην Ελλάδα. Σκοπός της εργασίας είναι να μπορέσουμε να εξάγουμε συμπεράσματα για τη χρήση του Διαδικτύου και τις συνέπειές της στους Έλληνες έφηβους. Για να συμβεί αυτό, αποφασίστηκε να διεξαχθεί κοινωνιολογική έρευνα πεδίου (Κατερέλος, 2008:431-433). Εάν θελήσει κανείς να ταξινομήσει τις έρευνες μπορούν να χωρισθούν στις ακόλουθες κατηγορίες:

1) διερευνητικές, όταν ο σκοπός είναι η διατύπωση ενός προβλήματος για ακριβέστερη εξέταση ή η διατύπωση υποθέσεων ή η ιεράρχηση προτεραιοτήτων για παραπέρα έρευνα (Φίλιας, 2007:28). Η βασική έμφαση δίνεται στην ανακάλυψη και ο επιτυχημένος προσανατολισμός μιας τέτοιας έρευνας θα υποβληθεί από την βιβλιογραφική ανασκόπηση, τη λήψη γνώμης των εμπειρογνωμόνων και τέλος την ανάλυση ορισμένων ειδικών ή χαρακτηριστικών ή αποκαλυπτικών περιπτώσεων (case studies).

2)περιγραφικές, όταν ο σκοπός είναι η εκτίμηση των χαρακτηριστικών μιας συγκεκριμένης κατάστασης. Οι περιγραφικές έρευνες είναι λιγότερο ευέλικτες από τις διερευνητικές, είναι περισσότερο οργανωμένες και πιο προσεκτικά σχεδιασμένες καθώς το αντικείμενο είναι η λήψη πλήρους και ακριβούς πληροφόρησης. (Φίλιας, 2007:31) Επίσης το σχέδιο έρευνας πρέπει να είναι τέτοιο ώστε να προφυλάξει τον ερευνητή από κάθε μεροληψία.

3) πειραματικές , όταν σκοπό έχουν τον έλεγχο υποθέσεων. Σε ένα πείραμα ο ερευνητής ελέγχει κατά πόσο ισχύει μια υπόθεση, δηλαδή εάν δύο μεταβλητές κάτω από ορισμένες ειδικά προσδιορισμένες συνθήκες έχουν κάποια συστηματική σχέση μεταξύ τους. (Φίλιας, 2007:33) Εάν οι μεταβλητές δεν βρεθούν να συνυπάρχουν, δηλαδή η μεταβολή της μιας να συνοδεύεται από μεταβολή της άλλης, τότε μπορεί κανείς να συμπεράνει ότι η υπόθεση είναι αστήρικτη.

Η κοινωνιολογική έρευνα, περιλαμβάνει συγκεκριμένα στάδια που ο ερευνητής πρέπει να ακολουθήσει για να καταλήξει σε έγκυρα και επιστημονικά ευρήματα. Τα στάδια αυτά περιγράφονται αναλυτικά παρακάτω στο σχήμα που ακολουθεί.



(Ιωαννίδη-Καπόλου, 2006:3)

Για την όσο το δυνατόν αρτιότερη διεξαγωγή έρευνας αποφασίστηκε να συνταχθεί ερωτηματολόγιο και να διανεμηθεί στους εκάστοτε έφηβους για να συμπληρωθεί από αυτούς. Η έρευνα που εκπονήθηκε εντάσσεται στην κατηγορία της ποσοτικής έρευνας και για τη διεξαγωγή της καθώς και την ορθή σύνταξη του ερωτηματολογίου ελήφθησαν υπόψη μας τα παρακάτω δεδομένα:

2.5.1. ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

Η ποσοτική μέθοδος εφαρμόζεται όταν στόχος της έρευνας είναι ο έλεγχος συγκεκριμένων θεωρητικών υποθέσεων για το υπό μελέτη κοινωνικό φαινόμενο. Η ποσοτική μέθοδος που βασίζεται σε δειγματοληπτική έρευνα με τυποποιημένο ερωτηματολόγιο, προσφέρει τη δυνατότητα στον ερευνητή να προσεγγίσει μεγάλο μέρος του πληθυσμού για τον έλεγχο της θεωρίας. Όταν τα αποτελέσματα της έρευνας στηρίζονται σε μεγάλο αριθμό περιπτώσεων, η γενική αντίληψη είναι ότι οι θεωρητικές υποθέσεις υποβάλλονται σε πιο αυστηρό και έγκυρο έλεγχο. Η τυποποίηση των στοιχείων που συλλέγονται, η δυνατότητα προσέγγισης μεγάλου μέρους πληθυσμού και η επιδεκτικότητα των στοιχείων σε στατιστικές μεθόδους ανάλυσης καθιστούν την ποσοτική ως την πιο διαδεδομένη μορφή εμπειρικής έρευνας για τη μελέτη των κοινωνικών φαινομένων (Φίλιας, 2007:291). Για να καταλήξει ο ερευνητής σε έγκυρα και επιστημονικά αποτελέσματα δύο είναι τα βασικά ζητήματα που πρέπει να εστιάσει. Πρώτον στη συλλογή ενός αντιπροσωπευτικού δείγματος του υπό μελέτη πληθυσμού και δεύτερον στη διαμόρφωση ενός κατάλληλου για την έρευνα ερωτηματολογίου.

2.5.1.1. Μέθοδοι Δειγματοληψίας

Καθώς δεν είναι δυνατόν ο ερευνητής να μελετήσει κάθε άτομο στον υπό μελέτη πληθυσμό, είναι αναγκασμένος να επιλέξει ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα του πληθυσμού αυτού. Το αντιπροσωπευτικό δείγμα είναι απαραίτητο στην ποσοτική έρευνα για να μπορέσει να οδηγηθεί σε έγκυρα αποτελέσματα. Ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα επιτρέπει στον ερευνητή να γενικεύσει τα συμπεράσματά του. Για παράδειγμα, είναι απαραίτητο ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα για να διατυπωθούν γενικεύσεις για τη συμπεριφορά των Ελλήνων, τις γνώσεις των μαθητών Γυμνασίου ή Λυκείου για κάποιο ζήτημα, τις αντιλήψεις, αναπαραστάσεις των Αθηναίων (Ιωαννίδη-Καπόλου, 2006:6). Εάν το δείγμα δεν είναι σωστά επιλεγμένο τότε ο ερευνητής μπορεί να διατυπώσει μόνο τάσεις που διαφαίνονται στο συγκεκριμένο δείγμα, για παράδειγμα, οι μαθητές του Γυμνασίου στην περιοχή που επιλέχθηκε το δείγμα και όχι να γενικεύει τα συμπεράσματά του. Παρακάτω αναφέρονται οι κυριότερες μέθοδοι δειγματοληψίας:

1)Απλή τυχαία δειγματοληψία (simple random sampling): Είναι η πιο διαδεδομένη μέθοδος και κάθε άτομο στον πληθυσμό έχει την ίδια πιθανότητα να επιλεγεί στο δείγμα. Συνήθως γίνεται μέσα από κάποιο κατάλογο όπου επιλέγονται τυχαία τα άτομα που θα αποτελέσουν το δείγμα.

2) Συστηματική δειγματοληψία (systematic random sampling):Είναι παρόμοια με την απλή αλλά εδώ ο ερευνητής καθορίζει ένα συγκεκριμένο τρόπο που θα επιλεγεί το

δείγμα. Για παράδειγμα, μέσα από ένα κατάλογο με 1000 άτομα, εάν χρειαζόμαστε 100 για την έρευνα θα πρέπει να επιλέγουμε ένα μετά από κάθε 10 άτομα (το 1ο, το 10ο, το 20ο κλπ).

3)Δειγματοληψία κατά στρώματα (stratified random sampling): Η μέθοδος αυτή εφαρμόζεται όταν ο πληθυσμός είναι μικρός και χωρίζεται σε υποσύνολα ή στρώματα (φύλο, ηλικία κλπ) που πρέπει να αντιπροσωπεύονται στο δείγμα. Έτσι, εάν για παράδειγμα το δείγμα μας είναι οι γιατροί θα πρέπει να επιλέξουμε αντιπροσωπευτικό ποσοστό ανδρών και γυναικών, ηλικιών, ειδικοτήτων κλπ. Στην περίπτωση που υπάρχει μεγαλύτερο ποσοστό ανδρών και στο δείγμα μας θα πρέπει να επιλέξουμε περισσότερους άνδρες από ότι γυναίκες ανάλογα με την εκπροσώπηση τους.

4)Μέθοδος κατά δεσμίδες (random cluster sample): Με αυτή τη μέθοδο ο πληθυσμός θεωρείται ότι είναι χωρισμένος σε ομάδες, για παράδειγμα οι μαθητές της Α' Γυμνασίου. Για ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα θα έπρεπε να καταγραφούν όλοι οι μαθητές της Α' Γυμνασίου και να επιλεγεί το τυχαίο δείγμα. Αυτό όμως είναι χρονοβόρο και κοστίζει ακριβά (Ιωαννίδη-Καπόλου, 2006:6). Έτσι, μπορεί να επιλεγεί τυχαία μια Α' τάξη από την περιοχή που ενδιαφέρει τον ερευνητή να μελετήσει και να συμπεριλάβει όλους τους μαθητές στην τάξη. Με τη μέθοδο αυτή το μόνο που απαιτείται είναι χαρτογράφηση μιας περιοχής όπου διαμένει ο υπό μελέτη πληθυσμός και ο χώρος διαιρείται σε μικρότερες περιοχές όπου εφαρμόζονται διαδοχικές δειγματοληψίες που αφορούν όλο και μικρότερης έκτασης γεωγραφικά τμήματα.

5)Πολυσταδιακή τυχαία δειγματοληψία (multi-stage random sample): Είναι η μέθοδος που εφαρμόζεται σε μονάδες γεωγραφικές και όχι σε άτομα. Οι μονάδες που επιλέγονται είναι γεωγραφικά συγκεντρωμένες. Χρησιμοποιείται για μεγάλους και διασκορπισμένους πληθυσμούς και είναι αποτελεσματική καθώς παράγει τυχαίο δείγμα με μικρότερο κόστος. Για παράδειγμα, εάν θέλουμε να μελετήσουμε ένα τυχαίο δείγμα ψηφοφόρων θα μπορούσαμε να επιλέξουμε δύο περιφέρειες τυχαία, στη συνέχεια από κάθε περιφέρεια μια περιοχή και από τη συγκεκριμένη περιοχή να επιλέξουμε τυχαία 50 ψηφοφόρους από τον εκλογικό κατάλογο.

Υπάρχουν περιπτώσεις όπου οι συνθήκες της έρευνας (χρόνος, κόστος κλπ) δεν επιτρέπουν την επιλογή αντιπροσωπευτικού δείγματος. Σε αυτές τις περιπτώσεις χρησιμοποιούμε τη μέθοδο του **διαθέσιμου δείγματος (availability sample)**. Με τη μέθοδο αυτή ο ερευνητής επιλέγει για το δείγμα του άτομα που δέχονται να συμμετάσχουν στην έρευνα. Αυτό το δείγμα μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε πιλοτική έρευνα για τη δοκιμή του ερωτηματολογίου αλλά όχι για να καταλήξει κανείς σε συμπεράσματα ή γενικεύσεις.

Σε αυτή την κατηγορία είναι και η **σκόπιμη δειγματοληψία (purposive sample)** όπου ο ερευνητής χρησιμοποιεί χαρακτηριστικές περιπτώσεις του πληθυσμού που θέλει να μελετήσει.

Μια άλλη μέθοδος είναι η **δειγματοληψία αναλογίας (quota sampling)** όπου ο ερευνητής στην προσπάθειά του να επιλέξει ένα δείγμα αντιπροσωπευτικό της ομάδας που μελετά επιλέγει το δείγμα του με συγκεκριμένα κριτήρια. Για παράδειγμα, εάν θέλει να έχει 20 άνδρες και 20 γυναίκες όταν συμπληρώσει τον απαιτούμενο αριθμό των ανδρών επιλέγει στη συνέχεια μόνο γυναίκες ώστε να έχει την εκπροσώπηση που επιθυμεί. Παρότι το δείγμα είναι τυχαίο χρειάζεται προσοχή στη γενίκευση των αποτελεσμάτων. (Φίλιας, 2007:421-423)

Υπάρχει τέλος και το **εθελοντικό δείγμα (volunteer sample)** όπου το δείγμα επιλέγεται μέσα από αγγελίες στον τύπο, ή ανακοινώσεις και πρόκειται για ειδικές περιπτώσεις για παράδειγμα όταν απαιτείται ένα δείγμα χρόνιων καπνιστών το οποίο για να εντοπιστεί μέσα από τυχαίο δείγμα θα χρειασθεί αρκετός χρόνος. Τα αποτελέσματα και συμπεράσματα και εδώ θα πρέπει να αντιμετωπισθούν με την ανάλογη προσοχή καθώς το δείγμα είναι επιλεγμένο με συγκεκριμένο τρόπο.

6)Δειγματοληψία χιονοστιβάδας (snowball sample): Η μέθοδος αυτή χρησιμοποιείται κυρίως σε ποιοτικές μελέτες (Ιωαννίδη-Καπόλου, 2006:6). Στο πρώτο στάδιο ο ερευνητής επιλέγει ορισμένα άτομα με τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά που επιθυμεί να μελετήσει π.χ ανύπανδρες μητέρες. Στη συνέχεια, τα άτομα αυτά προτείνουν άλλα άτομα που γνωρίζουν και συμμετέχουν στην έρευνα. Η μέθοδος αυτή στηρίζεται στη δικτύωση και είναι απαραίτητη σε πληθυσμούς που δεν είναι εύκολο να εντοπισθούν με τυχαία δειγματοληψία. Ιδιαίτερα στις συνεντεύξεις ο ερευνητής έχει τη δυνατότητα να επιλέξει το δείγμα του με αυτή τη μέθοδο και να έχει και ικανοποιητική εκπροσώπηση των ατόμων όσον αφορά τα δημογραφικά χαρακτηριστικά τους (ηλικία, μορφωτικό επίπεδο κλπ).

2.5.1.2. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Για να καταφέρει ο ερευνητής να συλλέξει πληροφορίες από ένα μεγάλο αριθμό ερωτώμενων είναι απαραίτητο να χρησιμοποιήσει τυποποιημένο ερωτηματολόγιο το οποίο στη συνέχεια θα αναλυθεί μέσα από τη στατιστική επεξεργασία των στοιχείων (Javeau, 2000:49-53). Για να οδηγηθεί κανείς σε έγκυρα αποτελέσματα που σχετίζονται με το θέμα που διερευνά πρέπει να συμπεριλάβει στο ερωτηματολόγιο τις κατάλληλες ερωτήσεις οι οποίες:

1) Πρέπει να σχετίζονται με τις υποθέσεις της έρευνας

2) Να περιλαμβάνουν τα απαραίτητα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος ώστε στη συνέχεια μέσα από τις συσχετίσεις των μεταβλητών να είναι δυνατή η περιγραφή συγκεκριμένων ομάδων που αναδύονται μέσα από την έρευνα (για παράδειγμα, το φύλο, την ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο, οικονομική κατάσταση, μερικές φορές θρησκεία, τόπο κατοικίας, τόπο γέννησης κλπ).

3) Ερωτήσεις που σχετίζονται με τους λειτουργικούς ορισμούς που έθεσε ο ερευνητής. Εάν για παράδειγμα όπως προαναφέρθηκε, δόθηκε η ερμηνεία της βίας, θα πρέπει να υπάρχουν αρκετά ερωτήματα που να διερευνούν αυτό το ζήτημα ώστε ο ερευνητής στη συνέχεια να μπορεί να ερμηνεύσει τις αντιλήψεις και τις πρακτικές του δείγματος σε σχέση με την κατανόηση του ζητήματος.

Δ*ιαμόρφωση ερωτήσεων*- Ο ερευνητής πρέπει να χρησιμοποιεί :

1) ΑΠΛΗ, ΚΑΤΑΝΟΗΤΗ ΓΛΩΣΣΑ

2) ΜΙΚΡΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ για να είναι ευκολονόητες.

3) ΑΠΟΦΥΓΗ ΔΙΠΛΩΝ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ π.χ «Πόσο συχνά επισκεπτόσαστε τους γονείς σας;». Κάποιος από τους ερωτώμενους μπορεί να προέρχεται από οικογένεια όπου οι γονείς δεν ζουν μαζί και μπορεί για παράδειγμα να επισκέπτεται καθημερινά τη μητέρα του αλλά μια φορά το μήνα τον πατέρα του. Έτσι, δυσκολεύεται να δώσει απάντηση.

4) ΑΠΟΦΥΓΗ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΠΡΟΚΑΛΟΥΝ ΠΡΟΚΑΘΟΡΙΣΜΕΝΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ π.χ «Στην κοινωνία μας θεωρείται ότι δεν είναι αποδεκτό οι γυναίκες να προτείνουν προφυλακτικό». Σε αυτή την πρόταση αναμένεται οι περισσότεροι να συμφωνήσουν καθώς οι ερωτώμενοι τείνουν να δίνουν απαντήσεις κοινωνικά αποδεκτές. Έτσι, είναι δύσκολο να διαφωνήσουν με μια θέση που προβάλλεται ότι είναι αντιπροσωπευτική της κοινωνίας μας.

5) ΑΠΟΦΥΓΗ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΥΝ ΑΡΝΗΣΗ π.χ «Η χρήση μαριχουάνας δεν θα πρέπει να αποποινικοποιηθεί» ΝΑΙ - ΟΧΙ. Εδώ είναι αρκετά δύσκολο να κατανοήσει ο ερωτώμενος και στη συνέχεια ο ερευνητής τη διαφορά μεταξύ του ναι και του όχι.

6) ΑΠΟΦΥΓΗ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΧΡΕΙΑΖΟΝΤΑΙ ΕΙΔΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ ΓΙΑ ΝΑ ΑΠΑΝΤΗΘΟΥΝ π.χ αναφορά σε συγκεκριμένους νόμους, πολιτικές που δεν είναι γνωστές, π.χ «Τι γνώμη έχετε για την πολιτική της κυβέρνησης στο θέμα της περίθαλψης μεταναστών με HIV/AIDS». Δεν είναι σίγουρο ότι ο γενικός πληθυσμός γνωρίζει τη συγκεκριμένη πολιτική οπότε δεν θα μπορέσει να απαντήσει και να τη σχολιάσει.

7) ΟΙ ΟΡΟΙ ΝΑ ΕΙΝΑΙ ΚΑΤΑΝΟΗΤΟΙ ΑΠΟ ΟΛΕΣ ΤΙΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΟΜΑΔΕΣ π.χ, οι νέοι, οι μετανάστες, τα άτομα με χαμηλότερο μορφωτικό επίπεδο, αστικά κέντρα/

αγροτικές περιοχές κατανοούν διαφορετικά το ίδιο ζήτημα. (Javeau, 2000:95-120). Όπως για παράδειγμα, «κακοποίηση» που για άλλους μπορεί να είναι και η λεκτική ενώ για άλλες ομάδες του πληθυσμού η έννοια της κακοποίησης να παραπέμπει μόνο στη σωματική και μερικές φορές τη βαριάς μορφής

8) ΑΠΟΦΥΓΗ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΛΟΓΩ ΤΗΣ ΑΝΑΦΟΡΑΣ ΣΕ ΟΝΟΜΑΤΑ Ή ΣΥΜΒΟΛΑ ΠΡΟΚΑΛΟΥΝ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ. π.χ «ποια είναι η γνώμη σας για την αρνητική στάση της εκκλησίας μας στο θέμα της χρήσης προφυλακτικού;» Αυτή η ερώτηση θα έχει άλλη επιρροή σε άτομα με έντονο θρησκευτικό συναίσθημα και άλλη σε κάποιον άθεο για παράδειγμα. Έτσι, τα άτομα με υψηλό βαθμό θρησκευτικότητας θα συμφωνήσουν με αυτή τη θέση, άσχετα εάν η προσωπική τους άποψη είναι διαφορετική.

9) ΑΠΟΦΥΓΗ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΜΗ ΑΠΟΔΕΚΤΕΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΕΣ. π.χ «Έχετε κακοποιήσει τη γυναίκα σας;» Οι πληροφορίες για τέτοιες συμπεριφορές συλλέγονται έμμεσα χωρίς να πρέπει ο ερωτώμενος να παραδεχθεί ότι έχει διαπράξει κάποια μη αποδεκτή συμπεριφορά.

10) ΣΕ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΔΙΕΡΕΥΝΑΤΑΙ Η ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΥΠΑΡΧΕΙ ΠΑΝΤΑ ΧΡΟΝΙΚΑ ΚΑΘΟΡΙΣΜΕΝΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ π.χ καθημερινά, εβδομάδα, μήνα κλπ.

11) ΠΡΕΠΕΙ ΠΑΝΤΟΤΕ ΝΑ ΔΙΝΕΤΑΙ Η ΠΙΘΑΝΗ ΑΠΑΝΤΗΣΗ «Δεν γνωρίζω» ή «Δεν απαντώ» καθώς δεν γνωρίζουν όλα τα άτομα όλα τα θέματα. Επίσης σε ορισμένα ερωτήματα πρέπει να δίνεται η δυνατότητα στον ερωτώμενο να επιλέξει ως απάντηση «Δεν είμαι σίγουρος/η».

12) ΕΝΙΚΟΣ Ή ΠΛΗΘΥΝΤΙΚΟΣ; Αυτό είναι ένα ζήτημα που πρέπει να αποφασίσει η ερευνητική ομάδα και κάθε φορά, ανάλογα με το θέμα και την ομάδα στην οποία απευθύνεται μπορεί να χρησιμοποιήσει τον ενικό ή τον πληθυντικό. Για παράδειγμα, όταν η έρευνα απευθύνεται σε νέους, χρησιμοποιείται ο ενικός αριθμός.

13) ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΣΕ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΠΡΟΚΑΛΟΥΝ ΑΜΗΧΑΝΙΑ π.χ ηλικία, εισόδημα. Για παράδειγμα, είναι ευκολότερο για τον ερωτώμενο να απαντήσει ότι ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 25-35 ετών από το να δηλώσει τη συγκεκριμένη ηλικία του/της.

14) ΑΠΟΦΥΓΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΑΠΟΔΕΚΤΩΝ ΖΗΤΗΜΑΤΩΝ ΜΕ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ, ΣΥΜΦΩΝΩ Ή ΔΙΑΦΩΝΩ ΓΙΑΤΙ ΠΡΟΚΑΛΟΥΝ ΥΨΗΛΑ ΠΟΣΟΣΤΑ ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΩΝ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ. π.χ «Το αλκοόλ ή το κάπνισμα κάνει κακό στην υγεία». Αυτή η απάντηση, εάν δηλαδή κάποιος συμφωνήσει ότι το κάπνισμα κάνει κακό στην υγεία δεν προσφέρει καμία νέα πληροφορία στον ερευνητή και δεν μπορεί στη συνέχεια να την αξιολογήσει στην ερμηνεία των αποτελεσμάτων. Είναι κάτι που σε κοινωνικό επίπεδο είναι ήδη καταγεγραμμένο και δεν έχει νόημα να συμπεριληφθεί σε μια έρευνα.

Οι ερωτήσεις χωρίζονται σε κλειστές και ανοιχτές. Οι κλειστές ερωτήσεις συνοδεύονται από προκαθορισμένες απαντήσεις και ο ερωτώμενος επιλέγει την απάντηση που ταιριάζει περισσότερο στην περίπτωσή του. Καθώς ο ερευνητής δεν μπορεί να προβλέψει όλες τις πιθανές απαντήσεις πρέπει πάντοτε να υπάρχει η επιλογή «Άλλο» όπου ο ερωτώμενος αναφέρει την δική του απάντηση. Επίσης πρέπει να προβλέπεται η απάντηση « Δεν ξέρω» ή « Δεν είμαι σίγουρος /η» για ανάλογες περιπτώσεις. Στην πιλοτική έρευνα μέσα από τις απαντήσεις «άλλο» ο ερευνητής μπορεί να οδηγηθεί σε απαντήσεις που αναφέρονται με μεγαλύτερη συχνότητα και να τις συμπεριλάβει στις προκαθορισμένες απαντήσεις του τελικού ερωτηματολογίου. Στις προκαθορισμένες απαντήσεις, ο ερευνητής θα πρέπει να είναι πολύ προσεχτικός ώστε να μην συμπεριλάβει απαντήσεις που σχετίζονται μόνο με τις δικές του γνώσεις, στάσεις, αντιλήψεις, αναπαραστάσεις. Για την αποφυγή υποκειμενικών απαντήσεων οι απαντήσεις διαμορφώνονται από μια διεπιστημονική ομάδα ερευνητών και ποτέ από ένα και μόνο άτομο. (Javeau, 2000:95-120).

Είναι σαφές ότι οι κλειστές ερωτήσεις δεν παρέχουν τη δυνατότητα να εκφρασθούν οι αυθόρμητες απαντήσεις του δείγματος, καθώς ο καθένας παρασύρεται από τις έτοιμες απαντήσεις και δεν μπαίνει στη διαδικασία να σκεφθεί παρά προτιμά να επιλέξει μια απάντηση που εκείνη τη στιγμή θεωρεί πλησιέστερη στις δικές του απόψεις.

Σε αντίθεση η ανοιχτή ερώτηση αφήνει τον ερωτώμενο να σκεφθεί και να διατυπώσει τη δική του άποψη, στάση, πρακτική. Το αρνητικό των ανοιχτών ερωτήσεων είναι ότι σε αυτό-συμπληρούμενα ερωτηματολόγια οι ερωτήσεις αυτές μένουν συνήθως κενές καθώς απαιτούν περισσότερο χρόνο και σκέψη για να απαντηθούν. Μια άλλη δυσκολία για τον ερευνητή είναι ότι οι ερωτήσεις αυτές εφόσον θα ακολουθήσει στατιστική επεξεργασία των στοιχείων πρέπει να κωδικοποιηθούν και να δοθούν ως κλειστές ερωτήσεις στον στατιστικό. Οι πληροφορίες όλες που έχουν δοθεί πρέπει να αποτελέσουν ολιγάριθμες κατηγορίες για τη στατιστική επεξεργασία, έτσι χάνονται αρκετά από τα ποιοτικά χαρακτηριστικά τους. Ο ερευνητής όμως θα πρέπει να σχολιάζει ορισμένα από αυτά τα χαρακτηριστικά στην ερμηνεία των αποτελεσμάτων εφόσον έχει κάνει ο ίδιος την κωδικοποίηση και γνωρίζει τις αρχικές απαντήσεις .

2.5.1.3. ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Το ερωτηματολόγιο μπορεί να συμπληρωθεί με τους ακόλουθους τρόπους :

***1)Αυτό-συμπληρούμενο*:** Ο ερευνητής διανέμει τα ερωτηματολόγια σε συγκεκριμένους χώρους ή σε ομάδες ή σε περιοχές και παραλαμβάνει συμπληρωμένο το ερωτηματολόγιο. Με αυτή τη μέθοδο μπορεί να συμπληρωθούν αρκετά ερωτηματολόγια σε μικρό χρονικό διάστημα και το άλλο θετικό στοιχείο είναι ότι ο ερωτώμενος μπορεί να εκφράσει τις όποιες απόψεις του απαλλαγμένος από το άγχος ότι κάποιος, έστω και άγνωστος, γνωρίζει τις απαντήσεις που έδωσε. Το αρνητικό σε αυτή τη μέθοδο είναι ότι αρκετά ερωτηματολόγια δεν επιστρέφονται και από αυτά που επιστρέφονται αρκετά δεν είναι πλήρως συμπληρωμένα. (Ιωαννίδη-Καπόλου, 2006: 10). Σε αυτές τις περιπτώσεις εντοπίζονται και οι περισσότερες κενές ανοιχτές ερωτήσεις. Τα ερωτηματολόγια που διανέμονται σε συγκεκριμένους χώρους ή περιοχές μπορούν είτε να δοθούν από τον ερευνητή είτε να ταχυδρομηθούν. Στη χώρα μας έχει παρατηρηθεί σε ερωτηματολόγια που ταχυδρομούνται επιστρέφεται περίπου μόνο το 10%. Παράλληλα, υπάρχει πάντοτε ο κίνδυνος το ερωτηματολόγιο να μην έχει συμπληρωθεί από το άτομο που φαίνεται ότι το έχει συμπληρώσει (π.χ να εμφανισθεί ως νεώτερος, μεγαλύτερος, με υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο κλπ).

2)Προσωπική συνέντευξη (face to face interview): Με τη μέθοδο αυτή ο ερευνητής ρωτάει τον ερωτώμενο και συμπληρώνει τις απαντήσεις. Το θετικό σε αυτό τον τρόπο συμπλήρωσης είναι ότι θα δοθούν όλες οι απαντήσεις και δεν θα υπάρξουν κενές ερωτήσεις ούτε κενά ερωτηματολόγια (Bell, 1997:143-153).Το αρνητικό είναι ότι πρόκειται για μια χρονοβόρα μέθοδο καθώς μια συνέντευξη μπορεί να διαρκέσει από 20 λεπτά έως και μιάμιση ώρα και ότι ο ερωτώμενος, ιδιαίτερα σε ευαίσθητα θέματα όπως π.χ η σεξουαλική συμπεριφορά πρέπει να ομολογήσει προσωπικά δεδομένα σε κάποιο άγνωστο πρόσωπο. Επίσης, καθώς τα ερωτηματολόγια είναι πάντοτε ανώνυμα**,** στην περίπτωση που ο ερευνητής επισκέπτεται τον ερωτώμενο στον ιδιωτικό του χώρο (σπίτι ή εργασία) χάνεται η έννοια της ανωνυμίας καθώς αισθάνεται ότι μπορεί να τον εντοπίσει ξανά αφού γνωρίζει προσωπικά του στοιχεία. Εδώ επίσης λαμβάνεται υπόψη και η κοινωνική επαφή μεταξύ συνεντευκτή και ερωτώμενου καθώς είναι γνωστό ότι πολλές φορές ο ερωτώμενος επηρεάζεται από το φύλο του ερευνητή, τα μη-λεκτικά μηνύματα που εκπέμπει, τον τρόπο που εκφέρει τις ερωτήσεις αλλά και δέχεται τις απαντήσεις. Μορφασμοί, απορίες, χαμόγελα και όλων των ειδών οι αντιδράσεις στην απάντηση του ερωτώμενου μπορούν να προκαλέσουν από ψευδείς απαντήσεις έως και διακοπή της συνέντευξης.

3)Η τηλεφωνική συνέντευξη: Πρόκειται για μέθοδο αρκετά διαδεδομένη στο εξωτερικό αλλά όχι και στη χώρα μας ιδιαίτερα όταν πρόκειται για ευαίσθητα θέματα. Για παράδειγμα, στη Γαλλία και την Ιταλία, οι έρευνες για την σεξουαλική συμπεριφορά σε σχέση με την πρόληψη από τον ιό HIV έγιναν τηλεφωνικά και είχαν υψηλά ποσοστά απαντήσεων. Στη χώρα μας χρησιμοποιείται κυρίως για έρευνες αγοράς και εφαρμόζεται με περιορισμένο αριθμό ερωτήσεων ώστε να είναι σύντομη. Με αυτή τη μέθοδο ο ερευνητής κερδίζει χρόνο και το δείγμα επιλέγεται με τυχαία δειγματοληψία από τον τηλεφωνικό κατάλογο (Bell, 1997:143-153). Το πρόβλημα είναι ο υψηλός αριθμός αρνήσεων και η καχυποψία του ερωτώμενου καθώς δεν γνωρίζει εάν ο ερευνητής είναι πράγματι αυτός που συστήνεται.

4)Δοκιμή ερωτηματολογίου (Πιλοτική έρευνα)*:* Προτού ο ερευνητής προχωρήσει στην έρευνα πεδίου (συμπλήρωση των ερωτηματολογίων) θα πρέπει να δοκιμάσει το ερωτηματολόγιο (Javeau, 2000:148). Σε ένα περιορισμένο δείγμα, το οποίο συνήθως επιλέγεται με τη μέθοδο του διαθέσιμου δείγματος, ο ερευνητής συμπληρώνει τα ερωτηματολόγια με κύριο στόχο την αποφυγή λαθών στην έρευνα πεδίου. Σε αυτό το στάδιο θα εντοπισθούν ασάφειες, μη κατανοητοί όροι, δυσκολία στην επιλογή απάντησης ιδιαίτερα στις κλειστές ερωτήσεις όπου οι απαντήσεις είναι προκαθορισμένες κλπ. Μετά από την πιλοτική έρευνα, θα οριστικοποιηθεί το ερωτηματολόγιο ώστε να προχωρήσει ο ερευνητής στην έρευνα πεδίου.

5)Έρευνα πεδίου: Σε αυτό το στάδιο, ανάλογα με τη μέθοδο που έχει επιλεγεί συμπληρώνονται τα ερωτηματολόγια και ανάλογα με το δείγμα είναι και η διάρκεια αυτού του σταδίου (Κατερέλος, 2008:431-433). Η συμπλήρωση πρέπει να μην διαρκεί πολύ ιδιαίτερα σε θέματα που μεταβάλλονται με το χρόνο καθώς εάν αλλάξουν ορισμένα δεδομένα αλλάζουν και οι απαντήσεις του δείγματος και έτσι ο ερευνητής στο τέλος θα έχει πρόβλημα στην ερμηνεία των αποτελεσμάτων. Για παράδειγμα, σε μια έρευνα για τη νόσο των πουλερικών, εάν κατά τη διάρκεια της έρευνας δημοσιοποιηθεί κάποιο κρούσμα ή κάποιος θάνατος οι απαντήσεις αυτών που απάντησαν πριν το συμβάν και αυτών που ακολούθησαν θα διαφέρουν.

6)Στατιστική επεξεργασία στοιχείων: Όλα τα στοιχεία που συλλέγονται από τα ερωτηματολόγια στη συνέχεια θα κωδικοποιηθούν συνήθως με το στατιστικό πακέτο SPSS (Statistical Package for Social Sciences) θα παραχθούν οι πρώτες συσχετίσεις μεταξύ των μεταβλητών. Ο ερευνητής θα προχωρήσει στην ερμηνεία των αποτελεσμάτων.

7)Ερμηνεία αποτελεσμάτων- Συγγραφή τελικής έκθεσης: Από τη στιγμή που το ερωτηματολόγιο έχει σχεδιασθεί σωστά λαμβάνοντας υπόψη όσα προαναφέρθηκαν, το

δείγμα είναι αντιπροσωπευτικό, έχει επιλεγεί με μια από τις μεθόδους που προαναφέρθηκαν, οι ορισμοί έχουν γίνει κατανοητοί από τους ερωτώμενους και το ερωτηματολόγιο έχει συμπληρωθεί σωστά ο ερευνητής δεν αμφισβητεί τα αποτελέσματα της έρευνας που θεωρούνται έγκυρα και αντιπροσωπευτικά της ομάδας που μελέτησε. Με βάση τα αποτελέσματα αυτά μπορεί τότε να προχωρήσει στην ερμηνεία του κοινωνικού φαινομένου που μελέτησε καθώς και στην εξαγωγή γενικεύσιμων συμπερασμάτων. Τα συμπεράσματα αυτά στη συνέχεια μπορούν να συνδεθούν με την κοινωνιολογική θεωρία στην οποία στηρίχτηκε ο ερευνητής για τη δημιουργία των υποθέσεων και με αυτό τον τρόπο επιτυγχάνεται η ανάπτυξη της κοινωνιολογικής γνώσης εφόσον αυτός ήταν ο στόχος της έρευνας. Ο ερευνητής πρέπει πάντοτε να γνωρίζει ότι μια κοινωνιολογική έρευνα δεν επαρκεί για μια ολοκληρωμένη διερεύνηση ενός κοινωνικού φαινομένου αλλά απλά ρίχνει φως σε ορισμένες πτυχές του (Ιωαννίδη Καπόλου, 2006:12).

Για αυτό το λόγο είναι σημαντική η βιβλιογραφική ανασκόπηση, ώστε να γνωρίζει τι έχει ήδη μελετηθεί και τι φαίνεται ότι υπάρχει ενδιαφέρον να διερευνηθεί στη συνέχεια. Η κοινωνιολογική έρευνα δεν εξαντλείτε καθώς στα αποτελέσματα που θα προκύψουν από την έρευνα θα βασισθούν άλλοι ερευνητές για να προχωρήσουν ένα βήμα παραπέρα. Η δημοσιοποίηση των αποτελεσμάτων της έρευνας είναι επιβεβλημένη για την προώθηση της επιστημονικής γνώσης.

Συνολικά μπορεί να ειπωθεί ότι η ποσοτική έρευνα, είναι μια πολύ χρήσιμη μέθοδος για τη περιγραφή και διερεύνηση ορισμένων αντικειμενικών χαρακτηριστικών του υπό έρευνα πληθυσμού. Καθώς είναι μια μέθοδος που συγκεντρώνει αξιόπιστα και έγκυρα στοιχεία που οδηγούν σε γενικεύσιμα συμπεράσματα, χρησιμοποιείται πολύ συχνά από τους ερευνητές για την περιγραφή ενός κοινωνικού φαινομένου. Όταν όμως ο σκοπός της έρευνας είναι η εμβάθυνση σε συγκεκριμένες πτυχές του ζητήματος που μελετά ο ερευνητής τότε τα ποιοτικά χαρακτηριστικά πρέπει να αναδυθούν σε αντίθεση με τα ποσοτικά. Σε αυτές τις περιπτώσεις η επιλογή γίνεται με μια από τις ποιοτικές μεθόδους που θα περιγραφούν παρακάτω. Η ποσοτική μέθοδος σε συνδυασμό με ποιοτική είναι η καλύτερη επιλογή για την κατανόηση συγκεκριμένων πτυχών ενός κοινωνικού φαινομένου. Πολλές φορές η ποσοτική προηγείται της ποιοτικής μεθόδου αλλά υπάρχουν και περιπτώσεις όπου ο ερευνητής μέσα από τη μελέτη του θέματος σε μικρή ομάδα ερωτώμενων μπορεί να οδηγηθεί στο σχεδιασμό του ερωτηματολογίου , διαμορφώνοντας τις ενότητες από τα θέματα που θα αναδυθούν στην ποιοτική μέθοδο (Ιωαννίδη Καπόλου, 2006:12).

Ανακεφαλαιώνοντας, για την ποσοτική έρευνα ο ερευνητής πρέπει να γνωρίζει τη σημασία που έχει για μια έγκυρη έρευνα : η εκτενής βιβλιογραφική ανασκόπηση, η

δημιουργία των υποθέσεων της έρευνας, ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα, ένα σωστά σχεδιασμένο και συμπληρωμένο ερωτηματολόγιο και τέλος η ερμηνεία των αποτελεσμάτων και η εξαγωγή γενικεύσιμων συμπερασμάτων.

2.5.2. ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΚΑΙ ΔΟΜΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Όσον αφορά το δικό μας ερωτηματολόγιο, επιλέχθηκε η μέθοδος της χιονοστιβάδας γιατί το δείγμα μας είχε πολύ συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και ιδιότητες (έφηβοι από 12-18 ετών που είναι χρήστες του Διαδικτύου), και επομένως δεν ήταν δυνατόν να εντοπιστεί από μια απλή και τυχαία δειγματοληψία. Πρόκειται για αυτό-συμπληρώμενο ερωτηματολόγιο, δηλαδή οι έφηβοι το συμπλήρωναν ακριβώς τη στιγμή που τους δόθηκε, χωρίς καμία σχεδόν βοήθεια από εμάς, παρά μόνο κάποια πιθανή διευκρίνηση, σε κάποια ερώτηση που δεν κατάλαβαν αμέσως το νόημά της.

Όσον αφορά τη σύνταξή του, επιλέχθηκε η μέθοδος των κλειστών απαντήσεων, αφενός γιατί είναι πολύ πιο εύκολες στην ομαδοποίηση τους και στην μετέπειτα επεξεργασία τους, και αφετέρου επειδή οι περισσότεροι έφηβοι δεν έχουν την ωριμότητα και την ικανότητα να δείξουν την απαιτούμενη συγκέντρωση, ώστε να απαντήσουν υπεύθυνα και τεκμηριωμένα σε ερωτήσεις ανοιχτού τύπου.

Η έρευνα διενεργήθηκε το χρονικό διάστημα από 01/05/2012 έως και 15/09/2012. Συμπληρώθηκαν 170 ερωτηματολόγια σύμφωνα με τις μεθόδους που περιγράφηκαν παραπάνω. Έγινε προσπάθεια ώστε το δείγμα να είναι όσο το δυνατόν περισσότερο αντιπροσωπευτικό, για αυτό το λόγο η έρευνα δεν περιορίστηκε εντός Αττικής, αλλά επεκτάθηκε και σε άλλες περιοχές, όπως π.χ. η Αιγείρα, η Ακράτα και η Καβάλα.

Το ερωτηματολόγιο χωρίζεται σε 3 μέρη:

1) Προσωπικές πληροφορίες του έφηβου χρήστη:

Οι πληροφορίες αυτές αφορούν την ηλικία του χρήστη, τον τόπο κατοικίας, αν είναι μαθητής Γυμνασίου ή Λυκείου, αν οι γονείς του είναι διαζευγμένοι και το είδος της σύνδεσης που έχει. Τηρήθηκε πλήρης ανωνυμία των στοιχείων του εκάστοτε χρήστη, σεβόμενοι το γεγονός πως κάποιες ερωτήσεις ήταν προσωπικές και ίσως έφεραν σε δύσκολη θέση κάποιους εφήβους κι έτσι επιλέχθηκε να μην αναφέρεται πουθενά το ονοματεπώνυμο ή οποιοδήποτε άλλο διακριτικό γνώρισμα. Για το μέρος αυτό έχουν γίνει τα σχετικά διαγράμματα όπου μας προσφέρουν αρκετά χρήσιμες πληροφορίες για τη σχέση των προσωπικών στοιχείων και του διαδικτύου και τα πρώτα διαγράμματα που παρουσιάζονται αναφέρονται σε αυτό.

2) Διαδίκτυο και προσωπική ζωή του χρήστη:

Σε αυτό το μέρος υπάρχουν ερωτήσεις πολλαπλού τύπου όπου ο έφηβος χρήστης έχει αρκετές πιθανές επιλογές στην απάντησή του, ενώ μάλιστα σε ορισμένες δίνεται η

δυνατότητα να επιλέξει 2 ή και περισσότερες επιλογές ταυτόχρονα. Επιλέχθηκαν τέτοιου τύπου απαντήσεις επειδή κάθε προσωπικότητα είναι ξεχωριστή και ισοδύναμη με τις υπόλοιπες, οπότε ήμασταν υποχρεωμένοι εκ των πραγμάτων να προσφέρουμε πολλαπλές επιλογές για να καλύψουμε όσο το δυνατόν περισσότερες προσωπικότητες θα μπορούσαμε. Οι ερωτήσεις αυτές φέρουν το διακριτικό Α μπροστά από τον αριθμό καθεμιάς και τα αντίστοιχα διαγράμματά τους ακολουθούν αυτά των προσωπικών στοιχείων (Βλέπε ερωτηματολόγιο στο παράρτημα για κωδικοποίηση ερωτήσεων).

3) Διαδίκτυο και κοινωνικές, ψυχολογικές και οικονομικές επιπτώσεις του στο χρήστη:

Το τρίτο και τελευταίο μέρος του ερωτηματολογίου αφορά τις επιδράσεις που μπορεί να έχει το Διαδίκτυο στην ψυχολογία των χρηστών, στις κοινωνικές συναναστροφές και αντιδράσεις τους, καθώς και οικονομικές συνέπειες και συμπεριφορές που σχετίζονται με αυτό. Εδώ οι απαντήσεις μας είναι μεν πολλαπλού κλειστού τύπου, αλλά διαφορετικές από αυτές τους δεύτερου μέρους. Εδώ προσπαθούμε να κατανοήσουμε την ισχύ που έχει κάποιο ερέθισμα ή κάποιο γεγονός ή ακόμα και κάποια συνήθεια που σχετίζεται με το Διαδίκτυο σε κάθε έφηβο ξεχωριστά. Για αυτό δόθηκε η δυνατότητα για μια μοναδική απάντηση σε κάθε ερώτηση, ενώ οι απαντήσεις δόθηκαν κατά σειρά αυξανόμενης ισχύος-σημασίας και ήταν ΚΑΘΟΛΟΥ, ΛΙΓΟ, ΑΡΚΕΤΑ, ΠΟΛΥ και ΣΧΕΔΟΝ ΠΑΝΤΑ. Οι ερωτήσεις αυτές φέρουν το διακριτικό Β μπροστά από τον αριθμό καθεμιάς και αντίστοιχα διαγράμματά τους ακολουθούν αυτά των ερωτήσεων Α (Βλέπε ερωτηματολόγιο στο Παράρτημα για κωδικοποίηση ερωτήσεων).

2.5.3. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

1ο ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΕΡΩΤΗΜΑ: ΜΕ ΠΟΙΟ ΤΡΟΠΟ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΤΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΕΦΗΒΟΥ ΜΕ ΤΑ ΜΕΓΕΘΗ ΧΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΟΥΣ;

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, στο πρώτο μέρος του ερωτηματολογίου, οι έφηβοι έδωσαν κάποιες πληροφορίες σε προσωπικό επίπεδο και εμείς θελήσαμε να βρούμε μια σχέση μεταξύ αυτών. Ζητήσαμε να μάθουμε το φύλο του κάθε χρήστη ξεχωριστά, ώστε να μπορέσουμε να εξετάσουμε αν παίζει ρόλο σε σχέση με τον αριθμό των χρηστών, όσο αυτό ήταν δυνατό. Επίσης οι χρήστες ρωτήθηκαν για την περιοχή που μένουν και για το είδος της σύνδεσης που χρησιμοποιούν, ώστε να εξεταστεί η σχέση μεταξύ τους και να αναλυθεί ως προς το οικονομικό της πρίσμα. Επιπλέον, ζητήθηκε από τους έφηβους να δηλώσουν την ηλικία τους και την τάξη στην οποία φοιτούν, ώστε να μπορέσουμε να βγάλουμε

συμπεράσματα για τη σχέση τους με το ποσοστό των χρηστών του Διαδικτύου και κατά συνέπεια το επίπεδο ωριμότητας τους και το βαθμό στον οποίο επηρεάζονται από τα οπτικοακουστικά δεδομένα που λαμβάνουν καθημερινά από το Διαδίκτυο. Τέλος, οι έφηβοι απάντησαν αν ζουν και με τους 2 γονείς τους μαζί, ή αν οι γονείς τους είναι χωρισμένοι, κάτι που σίγουρα θα επηρεάσει πολλές από τις μετέπειτα απαντήσεις τους όσον αφορά κάποιες προτιμήσεις τους σε ιστοσελίδες και ορισμένες συμπεριφορές που επιδεικνύουν και σχετίζονται με το διαδίκτυο. Άρα, οι απαντήσεις στο πρώτο μέρος του ερωτηματολογίου θα αποτελέσουν τα δεδομένα μέσα από τα οποία θα απαντηθεί το πρώτο ερευνητικό ερώτημα.

2ο ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΕΡΩΤΗΜΑ: ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ Η ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΟΥ ΕΦΗΒΟΥ ΚΑΙ ΠΩΣ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΤΗΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΤΟΥ ΖΩΗ;

Το παραπάνω ερευνητικό ερώτημα ταυτίζεται με το δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου. Ο έφηβος, καλείται εδώ, να απαντήσεις σε ερωτήσεις που αφορούν τις καθημερινές διαδικτυακές του επιλογές. Πόσες ώρες τη βδομάδα είναι συνδεδεμένος κατά μέσο όρο στο διαδίκτυο και πόσες ώρες βγαίνει έξω για να διασκεδάσει; Πώς νιώθει όταν συνδέεται και πώς όταν αποσυνδέεται με το διαδίκτυο; Δίνονται απαντήσεις και για τις προτιμήσεις όσον αφορά τις διαδικτυακές επιλογές των έφηβων όσον αφορά την ψυχαγωγία τους, καθώς και τις εντυπώσεις τους σχετικά με την ποιότητα και εγκυρότητα των πληροφοριών που λαμβάνουν μέσω του διαδικτύου, ενώ δίνουν την απάντησή τους και για την άποψη ότι μπορεί να αποξενωθούν εξαιτίας της έντονης χρήσης του διαδικτύου. Αποκαλύπτουν ακόμα τι ποσοστό εξ αυτών χρησιμοποιούν το διαδίκτυο με τη συναίνεση των γονιών τους και τι ποσοστό αναγκάζεται να το αποκρύπτει, ενώ μας δίνουν και πληροφορίες που έχουν σχέση με τι είδους παιχνίδια προτιμάνε και πόσο συχνά επισκέπτονται ιστοσελίδες όπου μπορεί κανείς να στοιχηματίσει διαδικτυακά.

3ο ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΕΡΩΤΗΜΑ: ΠΟΙΕΣ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ, ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΕΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΣΤΟΝ ΕΦΗΒΟ ΧΡΗΣΤΗ;

Το τρίτο και τελευταίο μέρος του ερωτηματολογίου, ταυτίζεται και με την ποσοτική ανάλυση του τρίτου ερευνητικού ερωτήματος. Ζητούμε εδώ από τους έφηβους, να μας απαντήσουν πόση μεγάλη ισχύ έχουν για τον καθένα τα διάφορα ερεθίσματα που δέχονται μέσω του διαδικτύου, ώστε να μπορέσουμε να αναλύσουμε και τι επιπτώσεις έχουν σε αυτούς. Ρωτούνται αν έχουν νιώσει μειωμένοι και προσβεβλημένοι από πληροφορίες και αναρτήσεις που είδαν στο διαδίκτυο και τους αφορούσαν προσωπικά, ενώ επίσης απαντάνε κατά πόσο ένιωσαν οργισμένοι με διάφορα γεγονότα η δημοσιεύσεις. Επίσης, αποκαλύπτουν αν και κατά πόσο τους έχουν οδηγήσει διάφορα γεγονότα και δημοσιεύσεις που είδαν, σε προστριβές με δικούς τους ανθρώπους ή ακόμα

και σε βανδαλισμούς ξένης περιουσίας. Αποκαλύπτουν αν και κατά πόσο προτιμούν την επικοινωνία μέσω διαδικτύου από την απευθείας επαφή, και αν τους αρέσει να είναι μόνοι τους όταν είναι συνδεδεμένοι ή προτιμούν να είναι παρέα. Τεράστιο ενδιαφέρον παρουσιάζουν και οι απαντήσεις τους στο αν δέχονται ότι έχουν πρόβλημα εξάρτησης ή όχι, ώστε να επισκεφτούν κάποιον ειδικό καθώς επίσης και πόσο συχνά επισκέπτονται σελίδες διαδικτυακού στοιχηματισμού σε εβδομαδιαία βάση.

Στο τέλος, γνωρίζοντας όλα τα παραπάνω αποτελέσματα και έχοντας εξάγει κάποια συμπεράσματα, χρησιμοποιούμε το στατιστικό κριτήριο X^2, για να δούμε αν επιβεβαιώνονται ή απορρίπτονται 3 υποθέσεις, που διατυπώνονται παρακάτω και έχουν σχέση με τη συμπεριφορά των εφήβων καθώς και κάποιες επιλογές τους.

Με βάση όλα τα παραπάνω, μπορούμε πλέον να προχωρήσουμε στην ποσοτική μας ανάλυση, στο ερευνητικό μέρος της εργασίας, όπου φαίνονται ξεκάθαρα οι στατιστικοί πίνακες και τα διαγράμματα που αφορούν τα παραπάνω ερευνητικά ερωτήματα, και ακολούθως παρατίθεται και ο σχολιασμός τους.

3. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ – ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ SPSS

3.1. 1ο ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΕΡΩΤΗΜΑ

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ ΠΟΥ ΣΧΕΤΙΖΟΥΝ ΤΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΧΡΗΣΤΗ ΜΕ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Statistics

		GENDER	CLASS	AGE	REGION	PARENT STATUS	INTERNET STATUS
N	Valid	170	170	170	170	170	170
	Missing	0	0	0	0	0	0

GENDER

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Γυναίκα	85	50,0	50,0	50,0
	Άνδρας	85	50,0	50,0	100,0
	Total	170	100,0	100,0	

CLASS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Γυμνάσιο	50	29,4	29,4	29,4
	Λύκειο	120	70,6	70,6	100,0
	Total	170	100,0	100,0	

AGE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	12	8	4,7	4,7	4,7
	13	12	7,1	7,1	11,8
	14	22	12,9	12,9	24,7

	15	26	15,3	15,3	40,0
	16	34	20,0	20,0	60,0
	17	36	21,2	21,2	81,2
	18	32	18,8	18,8	100,0
	Total	170	100,0	100,0	

REGION

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Δυτ. Αττική	119	70,0	70,0	70,0
	Ανατ. Αττική	27	15,9	15,9	85,9
	Εκτός Αττικής	24	14,1	14,1	100,0
	Total	170	100,0	100,0	

PARENT STATUS

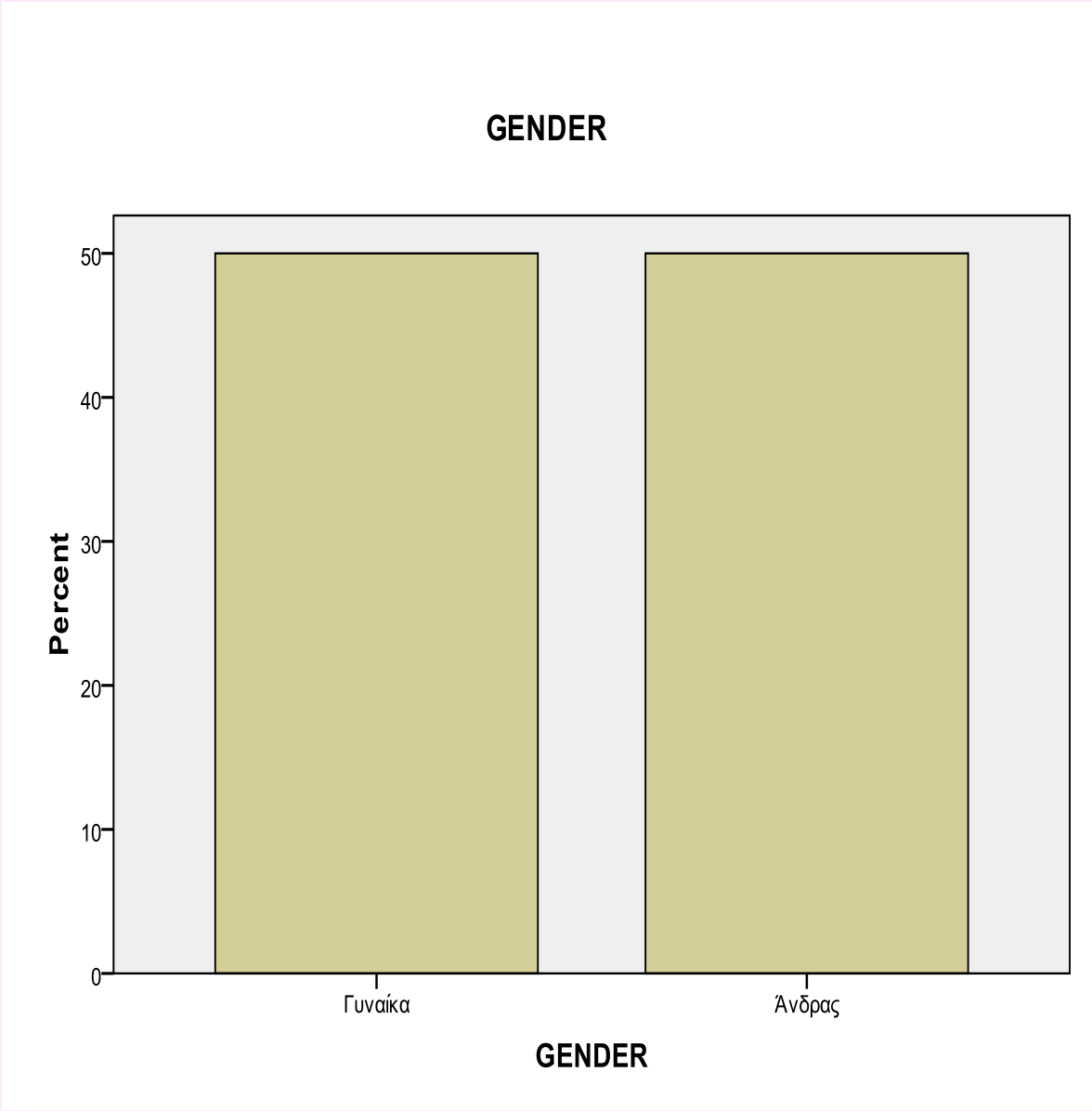
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Παντρεμένοι	125	73,5	73,5	73,5
	Διαζευγμένοι	45	26,5	26,5	100,0
	Total	170	100,0	100,0	

INTERNET STATUS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ADSL	159	93,5	93,5	93,5
	PSTN	11	6,5	6,5	100,0
	Total	170	100,0	100,0	

GENDER

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Γυναίκα	85	50,0	50,0	50,0
	Άνδρας	85	50,0	50,0	100,0
	Total	170	100,0	100,0	



Παρατηρούμε από αυτό το διάγραμμα ότι στην εποχή μας πλέον τα ποσοστά όσον αφορά το φύλο των χρηστών του διαδικτύου και συγκεκριμένα τουε έφηβους, έχουν διαφοροποιηθεί σημαντικά σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια. Τώρα πια, αγόρια και κορίτσια χρησιμοποιούν εξίσου το διαδίκτυο και ενημερώνονται, ψυχαγογούνται και γενικά κοινωνικοποιούνται κατά τον ίδιο τρόπο μέσω αυτού.

Αυτό είναι το πρακτικό αποτέλεσμα του γεγονότος ότι η ισότητα των 2 φύλλων είναι πλέον μια πραγματικότητα. Δεν ισχύει μόνο θεωρητικά όπως ίσχυε μέχρι και πριν 25 χρόνια. Στην εποχή μας, τα κορίτσια μεγαλώνουν με την ίδέα της σύγχρονης και χειραφετημένης γυναίκας που έχει ίσα δικαιώματα και υποχρεώσεις με τους άνδρες και επομένως από την περίοδο της εφηβείας, έχουν τις ίδιες αναζητήσεις, απορίες, ερεθίσματα και επιθυμίες με τα αγόρια, και το διαδίκτυο αποτελεί το πλέον προσβάσιμο μέσω για την

ικανοποίησή τους.

CLASS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Γυμνάσιο	50	29,4	29,4	29,4
	Λύκειο	120	70,6	70,6	100,0
	Total	170	100,0	100,0	

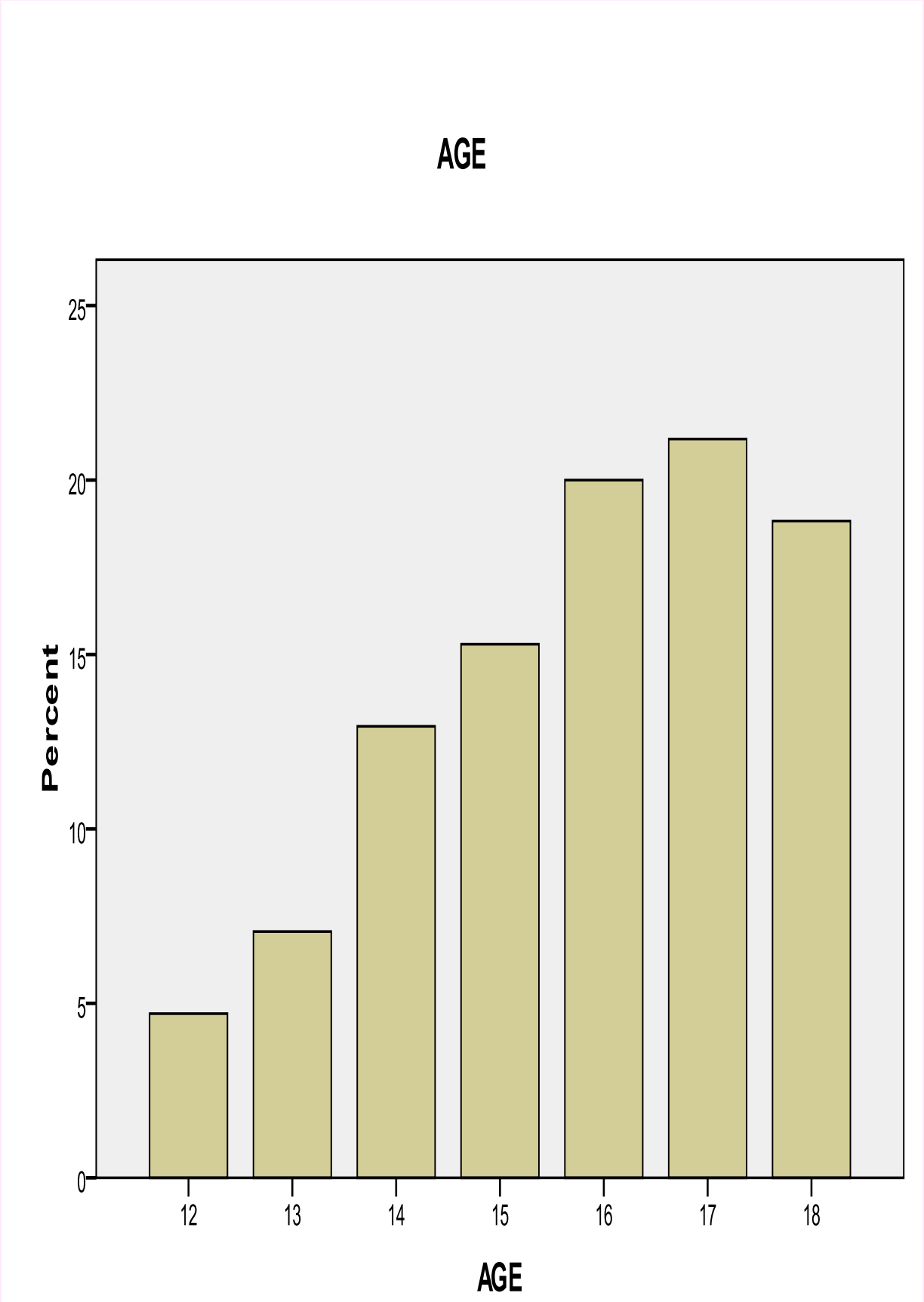
Στο παραπάνω διάγραμμα φαίνεται ξεκάθαρα ότι οι μαθητές Λυκείου, αποτελούν την πλειοψηφία των εφήβων χρηστών του διαδικτύου σε σχέση με αυτούς του Γυμνασίου. Αυτό είναι εν μέρει και λογικό, από την άποψη ότι οι μαθητές Λυκείου έιναι μεγαλύτεροι σε ηλικία σε σχέση με αυτούς του Γυμνασίου και ως εκ τούτου, έχουν περισσότερες εμπειρίες από τη ζωή, έχουν αρχίσει να απογαλακτίζονται από τους γονείς τους σε πολύ μεγαλύτερο βαθμό από ότι οι μαθητές του Γυμνασίου και προφανώς οι αναζητήσεις τους για κοινωνικότητα, επιμόρφωση, διασκέδαση και ψυχαγωγία είναι μεγαλύτερες.

Εκτός των άλλων, οι έφηβοι που είναι μαθητές Λυκείου, αντιμετωπίζουν λιγότερες διαφωνίες σε σχέση με τους γονείς τους ως προς την πρόσβαση στο διαδίκτυο, σε σύγκριση με αυτούς του Γυμνασίου. Είναι ένα συχνά παρατηρηταίο φαινόμενο, οι μαθητές του Γυμνασίου να αντιμετοπίζουν το διαδίκτυο σαν κάτι βλαβερό και επιζήμιο και επομένως να το αντιμετωπίζουν με φόβο και δυσπιστία εξαιτίας των αρνητικών ερεθισμάτων που λαμβάνουν από τους γονείς τους σε σχέση με αυτό.

AGE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	12	8	4,7	4,7	4,7
	13	12	7,1	7,1	11,8
	14	22	12,9	12,9	24,7
	15	26	15,3	15,3	40,0

	16	34	20,0	20,0	60,0
	17	36	21,2	21,2	81,2
	18	32	18,8	18,8	100,0
	Total	170	100,0	100,0	

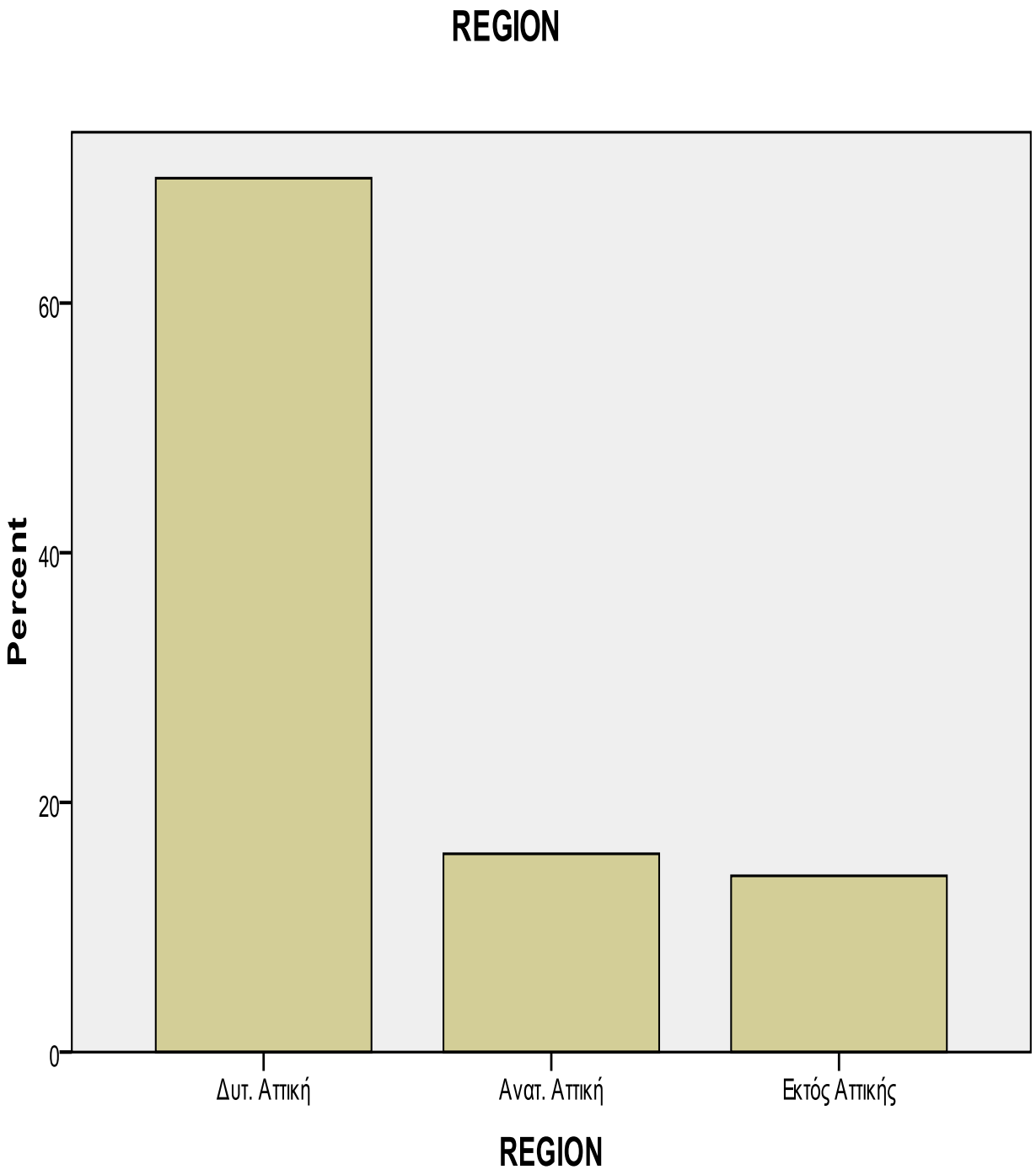

AGE
Percent
25
20
15
10
5
0
12
13
14
15
16
17
18
AGE

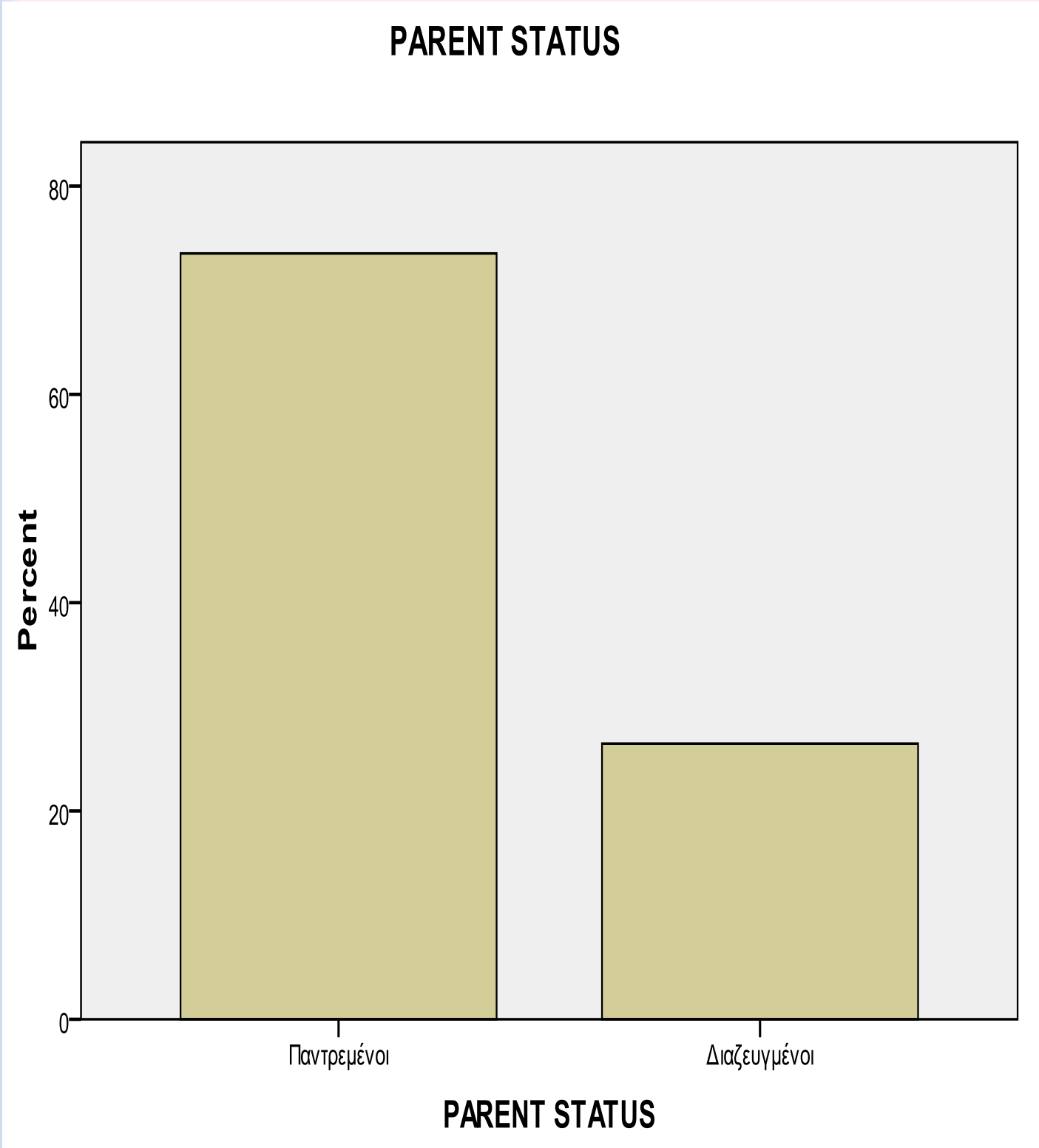
Στη σχέση της χρήσης του Διαδικτύου με την ηλικία των έφηβων χρηστών του παρατηρείται μια αναμενόμενη άνοδος όσο προχωράμε στις μεγαλύτερες ηλικίες. Αυτό από μία άποψη είναι λογικό. Οι έφηβοι, όσο μεγαλώνουν αποκτούν περισσότερες και πιο έντονες εμπειρίες για τη ζωή, και επομένως η ανάγκη τους για αναζήτηση παντώς είδους πληροφοριών, γνώσης αλλά και ψυχαγωγίας, είναι μεγαλύτερη κάθε έτος που περνάει.

Παράλληλα, η αυστηρότητα των γονέων στη χρήση του Διαδικτύου υποχωρεί, επειδή θεωρούν πως όσο περνάνε τα χρόνια, τα παιδιά είναι λογικό να έχουν σε μεγαλύτερο βαθμό τις παραπάνω ανάγκες και επιπλέον οι γονείς εμπιστεύονται σε μεγαλύτερο βαθμό τα παιδιά τους όσο μεγαλώνουν. Πιστεύουν στην ωρίμανση και την υπευθυνότητά τους και τα αφήνουν ευκολότερα να κάνουν τα ίδια τις επιλογές και τα ενδεχόμενα λάθη τους.

Στο εύλογο ερώτημα που τίθεται όσον αφορά την κορύφωση του διαγράμματος στην ηλικία των 17, και όχι σε αυτή των 18, η οποία μάλιστα καταλαμβάνει μόλις την τρίτη θέση, πίσω και από αυτή των 16, η απάντηση είναι απλή: Οι έφηβοι της ηλικίας των 18 είναι πλέον ενήλικες. Έχουν δικαίωμα ψήφου και έκδοσης διπλώματος οδήγησης καθώς και αυτό της μόνιμης ή προσωρινής εργασίας. Είναι λογικό επομένως, αρκετοί από αυτούς, να περιορίσουν τις αναζητήσεις τους μέσω του διαδικτύου και να τις μεταφέρουν στον έξω κόσμο, εκεί όπου πραγματικά η δράση και η οποιαδήποτε πληροφορία είναι ζωντανές και συμβαίνουν ακριβώς μπροστά τους.

Επιπλέον αρκετοί από τους 18άρηδες ασχολούνται με την εργασία τους για βιοποριστικούς λόγους (ανεργία, κρίση, έλλειψη εσόδων από συγγενικά πρόσωπα) και με τις σπουδές τους, που απαιτούν περισσότερο χρόνο μελέτης από ότι συνήθως περιμένουν οι ίδιοι οι έφηβοι της συγκεκριμένης ηλικίας.


REGION
Percent
60
40
20
0
Δυτ. Αττική
Ανατ. Αττική
Εκτός Αττικής
REGION


PARENT STATUS
80
60
40
20
0
Percent
Παντρεμένοι
Διαζευγμένοι
PARENT STATUS

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	170	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	170	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,807	,815	26

Στους 2 παραπάνω πίνακες φαίνεται η αξιοπιστία των στατιστικών δεδομένων μας. Όσο πιο κοντά στη μονάδα βρίσκονται τα αποτελέσματα των **Cronbach's Alpha** και **Cronbach's Alpha Based on Standardized Items** σημαίνει πως τα δεδομένα μας είναι στατιστικά αξιόπιστα και τα συμπεράσματα που θα εξαχθούν θα είναι ασφαλή χρήσιμα για τη διεξαγωγή της έρευνας μας.

GENDER * INTERNET STATUS

			INTERNET STATUS		
			ADSL	PSTN	Total
GENDER	Γυναίκα	Count	79	6	85
		% within GENDER	92,9%	7,1%	100,0%
		% of Total	46,5%	3,5%	50,0%
	Άνδρας	Count	80	5	85
		% within GENDER	94,1%	5,9%	100,0%
		% of Total	47,1%	2,9%	50,0%
Total		Count	159	11	170
		% within GENDER	93,5%	6,5%	100,0%
		% of Total	93,5%	6,5%	100,0%

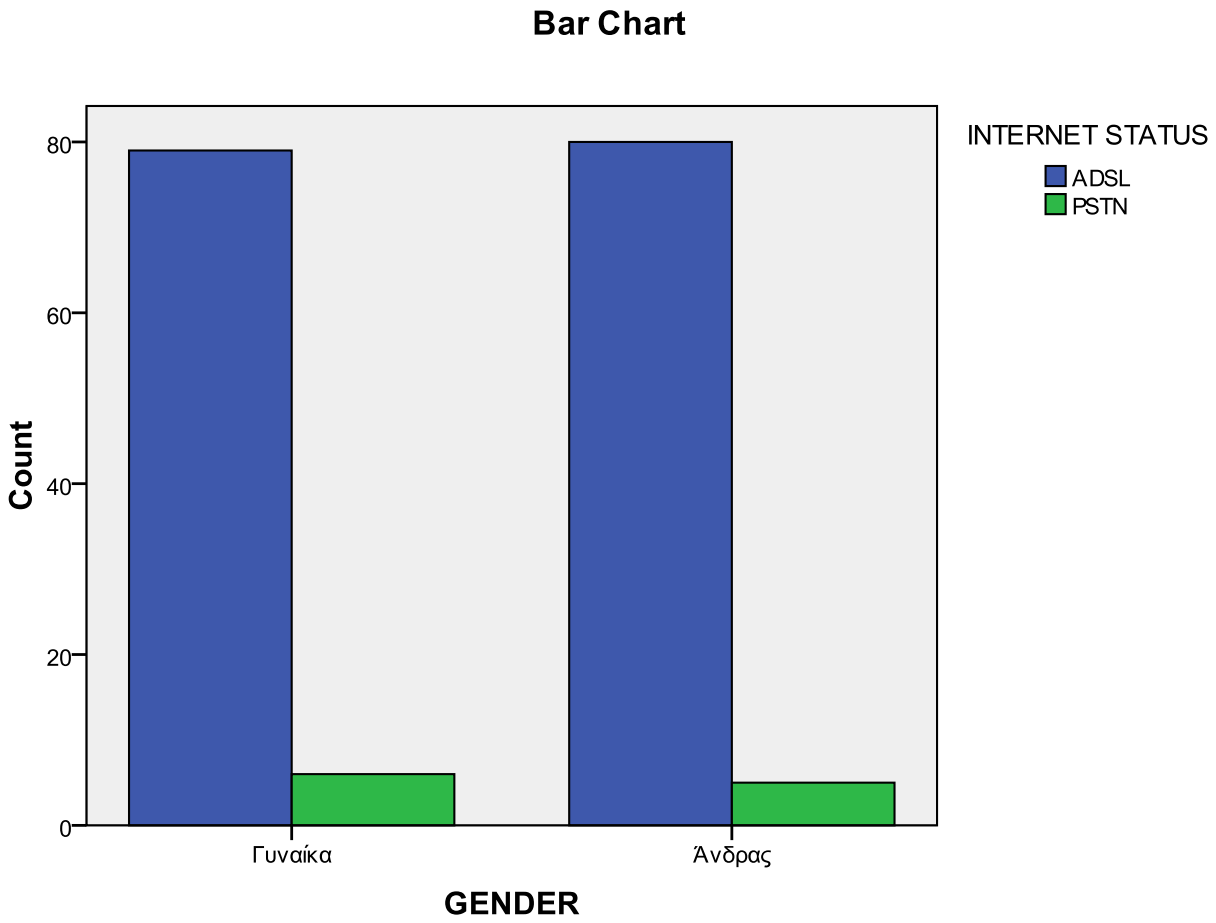
Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error[a]	Approx. T[b]	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	-,024	,076	-,310	,757[c]
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,024	,076	-,310	,757[c]
N of Valid Cases		170			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.



Στο παραπάνω σύνθετο διάγραμμα απεικονίζεται η σχέση του είδους σύνδεσης που επιλέγεται από τους χρήστες σε σχέση με το φύλο τους. Το συμπέρασμα που προκύπτει είναι πως το φύλο των χρηστών έχει ελάχιστη σχέση (ίσως και καθόλου) με το είδος σύνδεσης που επιλέγουν για το Διαδίκτυο. Οι διαφορές είναι μηδαμινές και επιβεβαιώνουν πως στις μέρες μας η σύνδεση ADSL είναι ο κανόνας, και όχι η εξαίρεση, όπως συνέβαινε πριν από 10 χρόνια περίπου.

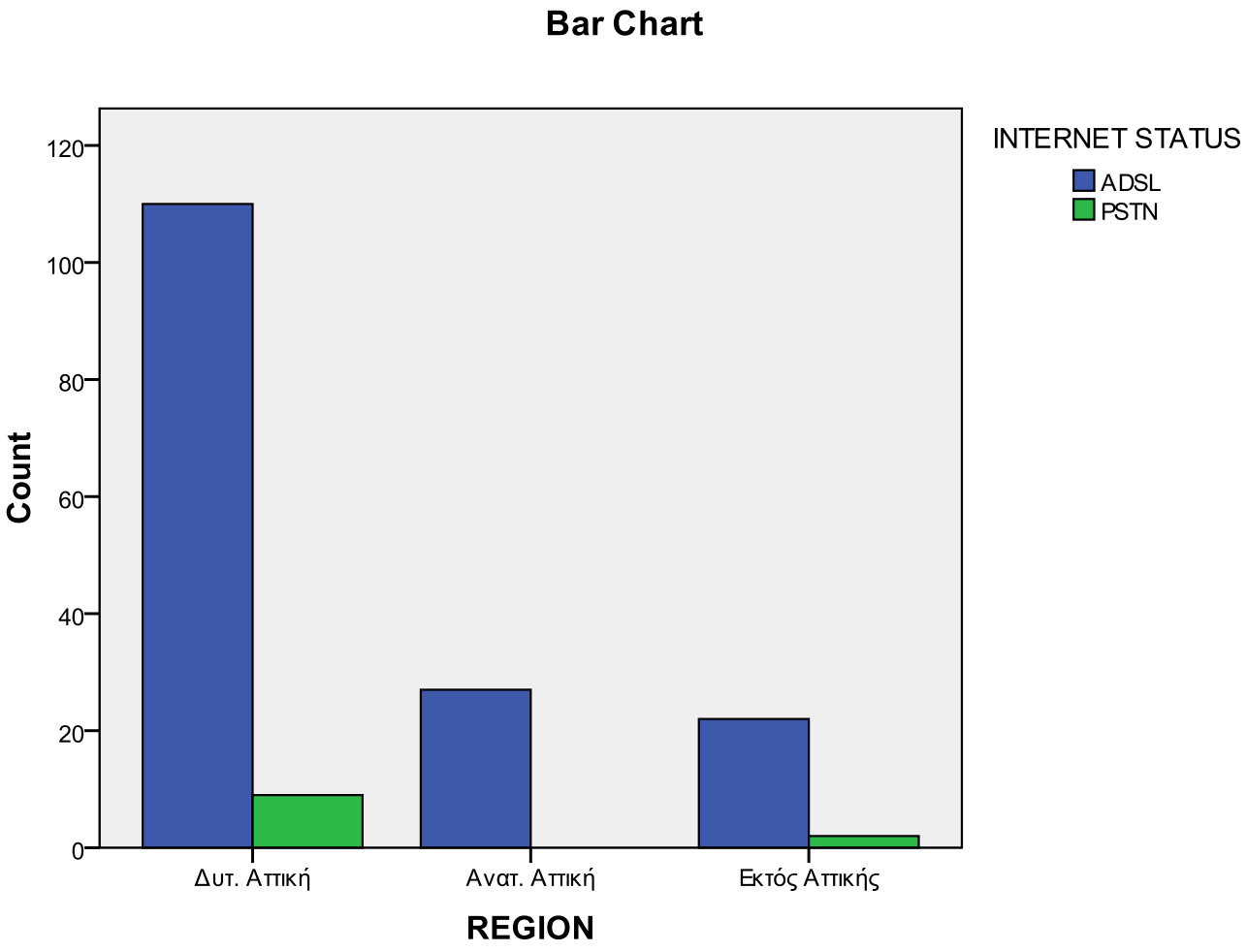
REGION * INTERNET STATUS

Crosstab

			INTERNET STATUS		
			ADSL	PSTN	Total
REGION	Δυτ. Αττική	Count	110	9	119
		% within REGION	92,4%	7,6%	100,0%
		% of Total	64,7%	5,3%	70,0%
	Ανατ. Αττική	Count	27	0	27
		% within REGION	100,0%	,0%	100,0%
		% of Total	15,9%	,0%	15,9%
	Εκτός Αττικής	Count	22	2	24
		% within REGION	91,7%	8,3%	100,0%
		% of Total	12,9%	1,2%	14,1%
	Total	Count	159	11	170
		% within REGION	93,5%	6,5%	100,0%
		% of Total	93,5%	6,5%	100,0%

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error[a]	Approx. T[b]	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	-,028	,081	-,364	,717[c]
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,050	,074	-,655	,513[c]
N of Valid Cases		170			



Σε αυτό το σύνθετο διάγραμμα, απεικονίζεται στατιστικά το είδος της διαδικτυακής σύνδεσης σε συνάρτηση με την περιοχή κατοικίας του χρήστη. Παρότι η διαφορά μεταξύ των 2 ειδών συνδέσεων είναι πάρα πολύ μεγάλη, μπορούν να εξαχθούν κάποια συμπεράσματα οικονομικής κυρίως φύσεως.

Παρά το γεγονός ότι οι χρήστες που μένουν στη δυτική Αττική και συμμετείχαν στην έρευνα, είναι πολύ περισσότεροι σε σχέση με αυτούς της ανατολικής Αττικής και αυτών εκτός Αττικής παρατηρούμε ότι κάποιοι από αυτούς χρησιμοποιούν ακόμα την παραδοσιακή σύνδεση που χρεώνεται με την ώρα και επιβαρύνει απευθείας το λογαριασμό του τηλεφώνου, γνωστή και ως PSTN.

Είναι μια σύνδεση που συνήθως επιλέγεται από χρήστες με μικρές οικονομικές δυνατότητες, όπου ο χρήστης συνδέεται στο Διαδύκτιο γνωρίζοντας από πριν το σκοπό της επίσκεψής του, και αποσυνδέεται αμέσως μόλις εκτελέσει την εργασία ή την αναζήτηση που επιθυμεί. Δεν είναι συμφέρον για τους χρήστες που έχουν αυτή τη σύνδεση να παραμένουν συνδεδεμένοι για μεγάλα χρονικά διαστήματα, επειδή ο λογαριασμός του τηλεφώνου θα επιβαρυνθεί ιδιαίτερα.

Το ίδιο ισχύει περίπου και για τους χρήστες που συμμετείχαν στην έρευνα και ζουν εκτός Αττικής. Ούτε ένας από τους χρήστες που ζουν στην ανατολική Αττική δε χρησιμοποιεί αυτόν τον τρόπο σύνδεσης. Μπορεί το δείγμα που έχουμε να είναι σχετικά μικρό, εντούτις μπορούμε να βγάλουμε με σχετική ασφάλεια το συμπέρασμα ότι οι χρήστες που ζουν στην ανατολική Αττική, βρίσκονται σε καλύτερη οικονομική κατάσταση από τους υπόλοιπους, κάτι που για να είμαστε ειλικρινείς, ήταν και το αναμενόμενο.

3.2 2ο ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΕΡΩΤΗΜΑ

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ ΠΟΥ ΣΧΕΤΙΖΟΥΝ ΤΗΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΖΩΗ ΤΟΥ ΧΡΗΣΤΗ ΜΕ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Α3) ΤΙ ΠΟΣΟΣΤΟ ΤΩΝ ΕΦΗΒΩΝ ΒΓΑΙΝΕΙ ΕΞΩ ΑΠΟ 3-4 ΩΡΕΣ ΤΗ ΒΔΟΜΑΔΑ, ΤΙ ΑΠΟ 5-7 ΚΑΙ ΤΙ ΠΟΣΟΣΤΟ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ; ΠΩΣ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΤΑ ΠΑΡΑΠΑΝΩ ΠΟΣΟΣΤΑ ΜΕ ΤΟ ΦΥΛΟ;

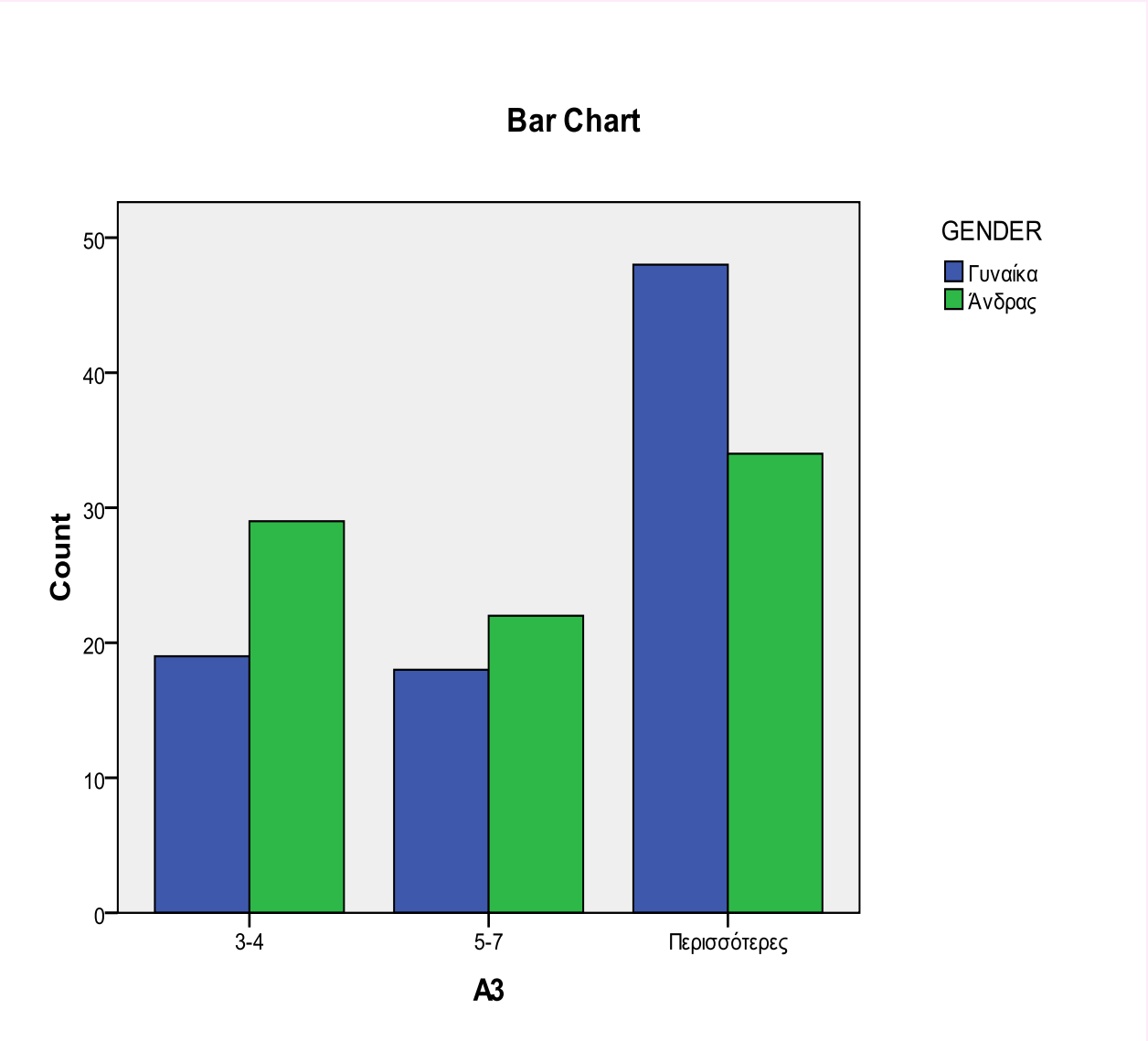
Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
A3 * GENDER	170	100,0%	0	,0%	170	100,0%

A3 * GENDER Crosstabulation

			GENDER		
			Γυναίκα	Άνδρας	Total
A3	3-4	Count	19	29	48
		% within A3	39,6%	60,4%	100,0%
	5-7	Count	18	22	40
		% within A3	45,0%	55,0%	100,0%
	Περισσότερες	Count	48	34	82
		% within A3	58,5%	41,5%	100,0%
	Total	Count	85	85	170
		% within A3	50,0%	50,0%	100,0%



Παρατηρούμε ότι οι περισσότεροι έφηβοι, έχουν διάθεση να βγουν έξω, να διασκεδάσουν, να γνωρίσουν και να αλληλεπιδράσουν με τους γύρω τους, παρόλο τους «πειρασμούς» που δέχονται μέσω του διαδικτύου για να μείνουν μέσα και να «κολλήσουν» μπροστά σε μια οθόνη κι ένα πληκτρολόγιο. Αυτό που εν μέρει δεν περιμέναμε, αν και θα έπρεπε, είναι πως όπως φαίνεται από το παραπάνω διάγραμμα, οι γυναίκες έχουν την πρωτοπορία τόσο στη συχνότητα των εξόδων τους από το σπίτι, όσο και στη χρονική διάρκειά τους. Το συμπέρασμά μας είναι το ίδιο με αυτό του διαγράμματος για το φύλο των χρηστών: Η γυναίκα πλέον είναι απολύτως ίση με τον άνδρα. Έχει τις ίδιες ανάγκες, τις ίδιες αναζητήσεις και χρησιμοποιεί σχεδόν τις ίδιες μεθόδους με τον άνδρα για τις ικανοποιήσει: Είσοδος στο διαδίκτυο όταν απαιτείται, και έξοδοι μακράς διάρκειας όταν το απαιτούν οι περιστάσεις.

(Α5 – Α6)ΤΙ ΝΙΩΘΟΥΝ ΟΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟΙ ΈΦΗΒΟΙ ΟΤΑΝ ΣΥΝΔΕΟΝΤΑΙ ΚΑΙ ΑΠΟΣΥΝΔΕΟΝΤΑΙ ΑΠΟ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ; ΤΙ ΝΙΩΘΟΥΝ ΟΙ ΛΙΓΟΤΕΡΟΙ;

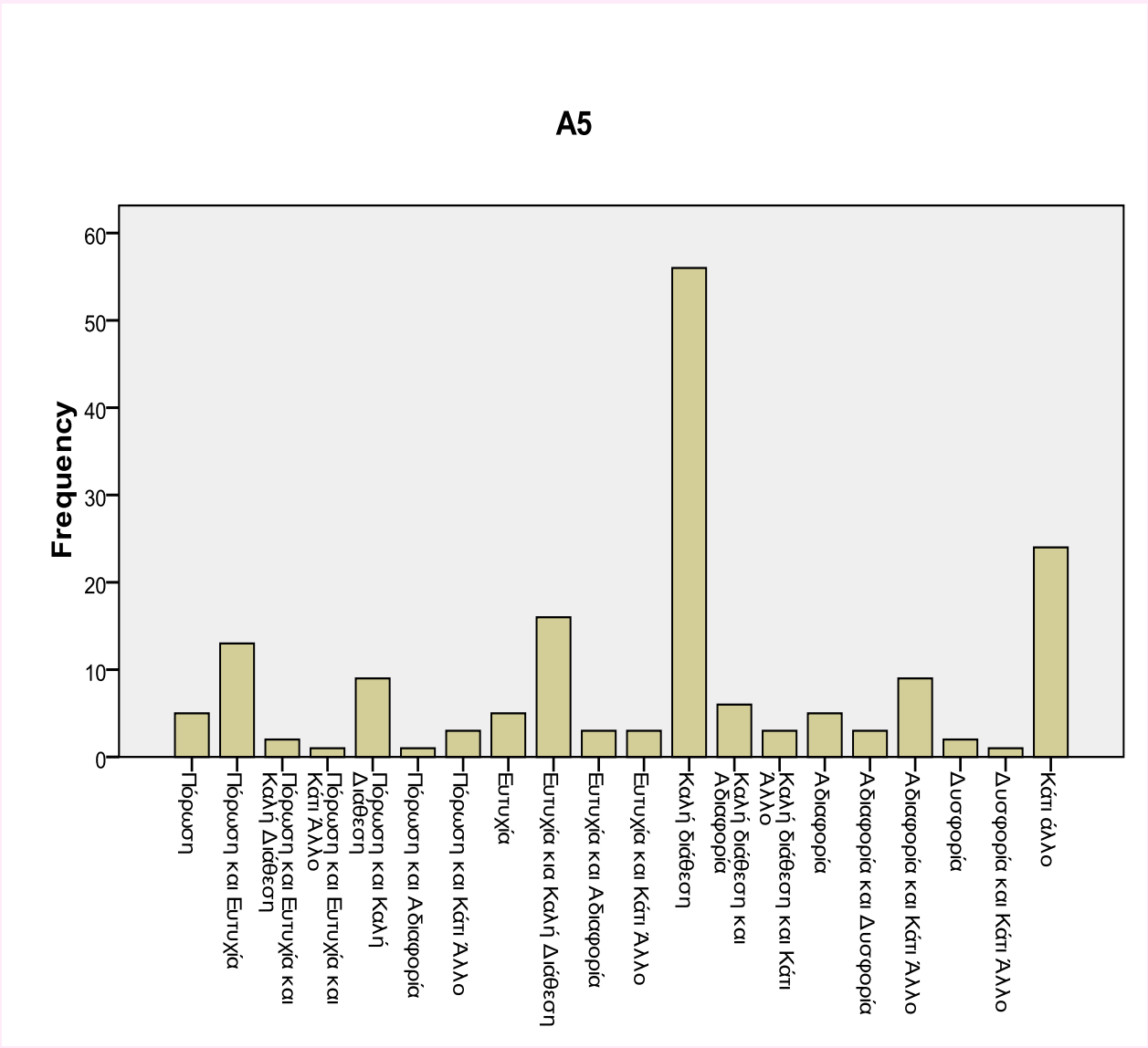
Statistics

A5

N	Valid	170
	Missing	0

A5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Πώρωση	5	2,9	2,9	2,9
	Πώρωση και Ευτυχία	13	7,6	7,6	10,6
	Πώρωση και Ευτυχία και Καλή Διάθεση	2	1,2	1,2	11,8
	Πώρωση και Ευτυχία και Κάτι Άλλο	1	,6	,6	12,4
	Πώρωση και Καλή Διάθεση	9	5,3	5,3	17,6
	Πώρωση και Αδιαφορία	1	,6	,6	18,2
	Πώρωση και Κάτι Άλλο	3	1,8	1,8	20,0
	Ευτυχία	5	2,9	2,9	22,9
	Ευτυχία και Καλή Διάθεση	16	9,4	9,4	32,4
	Ευτυχία και Αδιαφορία	3	1,8	1,8	34,1
	Ευτυχία και Κάτι Άλλο	3	1,8	1,8	35,9
	Καλή διάθεση	56	32,9	32,9	68,8
	Καλή διάθεση και Αδιαφορία	6	3,5	3,5	72,4
	Καλή διάθεση και Κάτι Άλλο	3	1,8	1,8	74,1
	Αδιαφορία	5	2,9	2,9	77,1
	Αδιαφορία και Δυσφορία	3	1,8	1,8	78,8
	Αδιαφορία και Κάτι Άλλο	9	5,3	5,3	84,1
	Δυσφορία	2	1,2	1,2	85,3
	Δυσφορία και Κάτι Άλλο	1	,6	,6	85,9
	Κάτι άλλο	24	14,1	14,1	100,0
	Total	170	100,0	100,0	



.

Frequencies

[DataSet1] E:\Στατιστικά δεδομένα\Spyropoulos_final.sav

Statistics

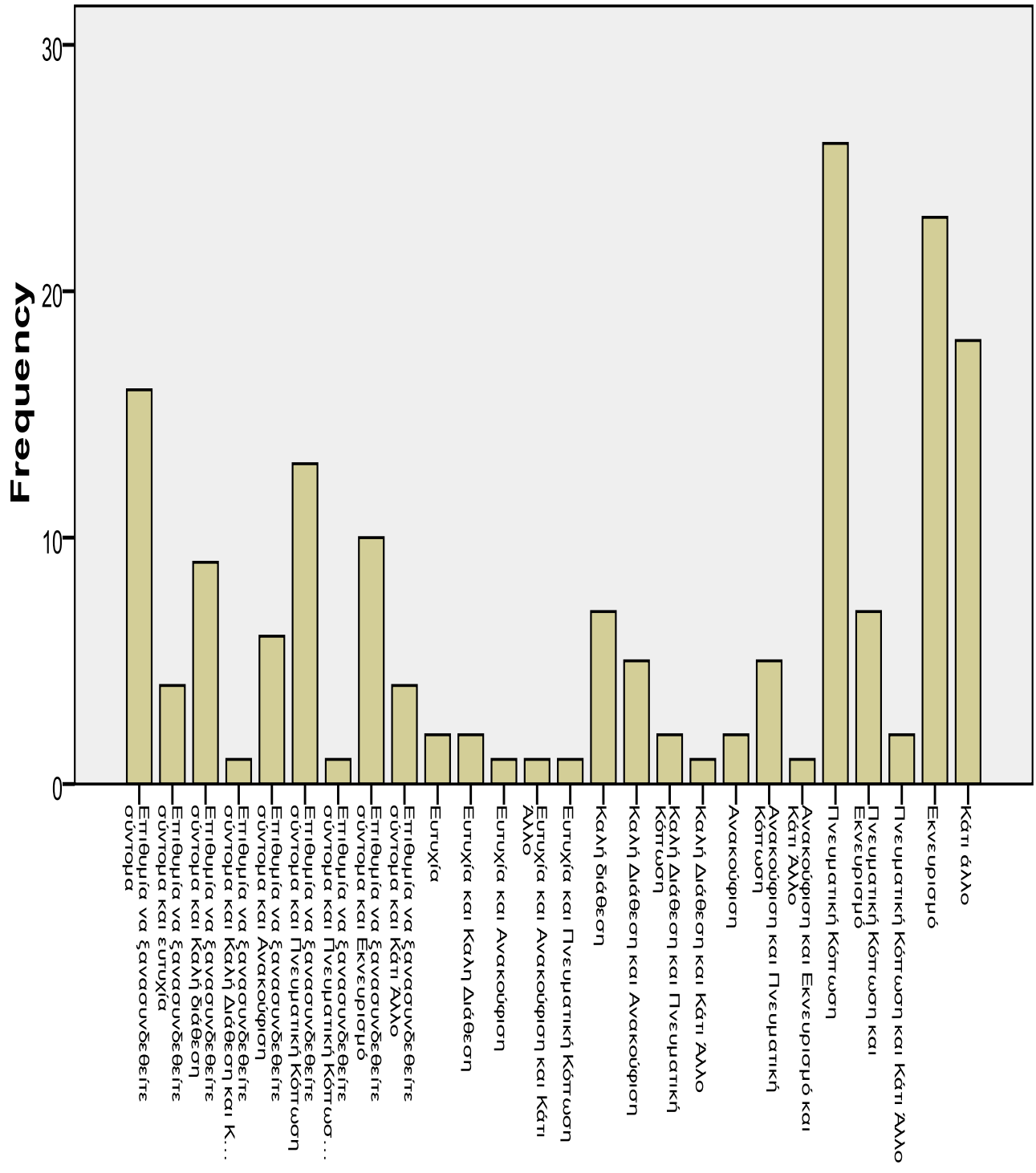
A6

N	Valid	170
	Missing	0

A6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Επιθυμία να ξανασυνδεθείτε σύντομα	16	9,4	9,4	9,4
	Επιθυμία να ξανασυνδεθείτε σύντομα και ευτυχία	4	2,4	2,4	11,8
	Επιθυμία να ξανασυνδεθείτε σύντομα και Καλή διάθεση	9	5,3	5,3	17,1
	Επιθυμία να ξανασυνδεθείτε σύντομα και Καλή Διάθεση και Κάτι Άλλο	1	,6	,6	17,6
	Επιθυμία να ξανασυνδεθείτε σύντομα και Ανακούφιση	6	3,5	3,5	21,2
	Επιθυμία να ξανασυνδεθείτε σύντομα και Πνευματική Κόπωση	13	7,6	7,6	28,8
	Επιθυμία να ξανασυνδεθείτε σύντομα και Πνευματική Κόπωση και Εκνευρισμό	1	,6	,6	29,4
	Επιθυμία να ξανασυνδεθείτε σύντομα και Εκνευρισμό	10	5,9	5,9	35,3
	Επιθυμία να ξανασυνδεθείτε σύντομα και Κάτι Άλλο	4	2,4	2,4	37,6
	Ευτυχία	2	1,2	1,2	38,8
	Ευτυχία και Καλή Διάθεση	2	1,2	1,2	40,0
	Ευτυχία και Ανακούφιση	1	,6	,6	40,6
	Ευτυχία και Ανακούφιση και Κάτι Άλλο	1	,6	,6	41,2
	Ευτυχία και Πνευματική Κόπωση	1	,6	,6	41,8
	Καλή διάθεση	7	4,1	4,1	45,9
	Καλή Διάθεση και Ανακούφιση	5	2,9	2,9	48,8
	Καλή Διάθεση και Πνευματική Κόπωση	2	1,2	1,2	50,0
	Καλή Διάθεση και Κάτι Άλλο	1	,6	,6	50,6
	Ανακούφιση	2	1,2	1,2	51,8

Ανακούφιση και Πνευματική Κόπωση	5	2,9	2,9	54,7
Ανακούφιση και Εκνευρισμό και Κάτι Άλλο	1	,6	,6	55,3
Πνευματική Κόπωση	26	15,3	15,3	70,6
Πνευματική Κόπωση και Εκνευρισμό	7	4,1	4,1	74,7
Πνευματική Κόπωση και Κάτι Άλλο	2	1,2	1,2	75,9
Εκνευρισμό	23	13,5	13,5	89,4
Κάτι άλλο	18	10,6	10,6	100,0
Total	170	100,0	100,0	


A6
Frequency
0
10
20
30
Επιθυμία να ξανασυνδεθείτε σύντομα
Επιθυμία να ξανασυνδεθείτε σύντομα και ευτυχία
Επιθυμία να ξανασυνδεθείτε σύντομα και Καλή διάθεση
Επιθυμία να ξανασυνδεθείτε σύντομα και Καλή Διάθεση και Κ...
Επιθυμία να ξανασυνδεθείτε σύντομα και Ανακούφιση
Επιθυμία να ξανασυνδεθείτε σύντομα και Πνευματική Κόπωση
Επιθυμία να ξανασυνδεθείτε σύντομα και Πνευματική Κόπωσ...
Επιθυμία να ξανασυνδεθείτε σύντομα και Εκνευρισμό
Επιθυμία να ξανασυνδεθείτε σύντομα και Κάτι Άλλο
Ευτυχία
Ευτυχία και Καλη Διάθεση
Ευτυχία και Ανακούφιση
Ευτυχία και Ανακούφιση και Κάτι Άλλο
Ευτυχία και Πνευματική Κόπωση
Καλή διάθεση
Καλή Διάθεση και Ανακούφιση
Καλή Διάθεση και Πνευματική Κόπωση
Καλή Διάθεση και Κάτι Άλλο
Ανακούφιση
Ανακούφιση και Εκνευρισμό και Κάτι Άλλο
Ανακούφιση και Πνευματική Κόπωση
Πνευματική Κόπωση
Πνευματική Κόπωση και Εκνευρισμό
Πνευματική Κόπωση και Κάτι Άλλο
Εκνευρισμό
Κάτι άλλο

Οι περισσότεροι έφηβοι όταν συνδέονται στο διαδίκτυο διακατέχονται από μια γενικότερη ευεξία όπως παρατηρούμε στο διάγραμμα Α5. Η πλειοψηφία νιώθει καλή διάθεση καθώς επίσης και ευτυχία και πώρωση και κάτι άλλο που δεν βρισκόταν στις επιλογές που τους δόθηκαν. Αυτοί που νιώθουν αδιαφορία και δυσφορία, αποτελούν μια πολύ μικρή μειοψηφία. Γενικότερα οι έφηβοι νιώθουνε πολύ καλά τη στιγμή που συνδέονται με το διαδίκτυο και είναι αισιόδοξοι για αυτά που πρόκειται να συναντήσουν, να πράξουν οι ίδιοι, αλλά και να τους συμβούν. Όταν αποσυνδέονται από το διαδίκτυο, οι περισσότεροι νιώθουνε πνευματική κόπωση, επιθυμία να ξανασυνδεθούνε σύντομα, καθώς και εκνευρισμό, και κάτι άλλο που δεν βρισκόταν στις επιλογές που τους δόθηκαν. Συμπεραίνουμε ότι οι έφηβοι, όσο χρόνο είναι συνδεδεμένοι στο διαδίκτυο, ζουν έντονα τα γεγονότα, τις εικόνες και τους ήχους με τους οποίους έρχονται σε επαφή. Κάθε σύνδεση για αυτούς είναι μια δυνατή εμπειρία, για αυτό και επιθυμούν να ξανασυνδεθούν σύντομα, ακόμα κι αν αυτό τους προκαλεί πνευματική κόπωση κι εκνευρισμό.

Α8)ΤΙ ΕΙΔΟΥΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ ΕΠΙΛΕΓΟΥΝ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΟΙ ΕΦΗΒΟΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ ΤΟΥΣ;

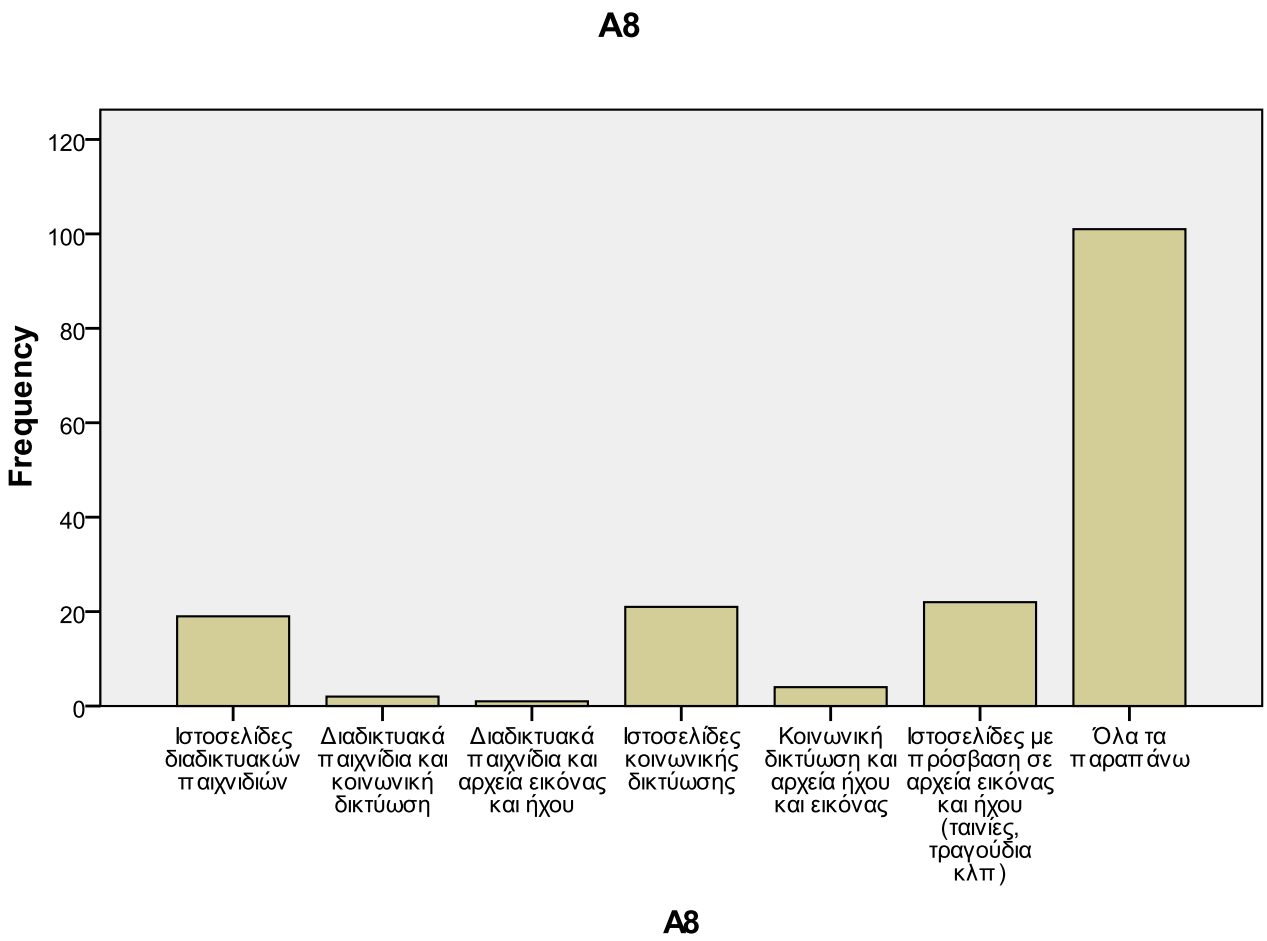
A8

N	Valid	170
	Missing	0

A8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ιστοσελίδες διαδικτυακών παιχνιδιών	19	11,2	11,2	11,2
	Διαδικτυακά παιχνίδια και κοινωνική δικτύωση	2	1,2	1,2	12,4
	Διαδικτυακά παιχνίδια και αρχεία εικόνας και ήχου	1	,6	,6	12,9
	Ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης	21	12,4	12,4	25,3
	Κοινωνική δικτύωση και αρχεία ήχου και εικόνας	4	2,4	2,4	27,6

Ιστοσελίδες με πρόσβαση σε αρχεία εικόνας και ήχου (ταινίες, τραγούδια κλπ)	22	12,9	12,9	40,6
Όλα τα παραπάνω	101	59,4	59,4	100,0
Total	170	100,0	100,0	



Το παραπάνω διάγραμμα είναι ξεκάθαρο. Οι περισσότεροι έφηβοι, έχουν μεγάλη ποικιλία στις επιλογές τους όταν πρόκειται για την ψυχαγωγία τους και τις ιστοσελίδες που σχετίζονται με αυτήν. Η απάντησή τους είναι απλή: Επισκέπτονται ιστοσελίδες από όλες τις επιλογές που τους δόθηκαν. Η συντριπτική πλειοψηφία, δεν έχει μια συγκεκριμένη επιλογή για την ψυχαγωγία της, αλλά ψυχαγωγείται περνώντας το χρόνο του σε όλα τα είδη ιστοσελίδων που τους δόθηκαν να επιλέξουν. Φυσικά υπάρχουν και εξαιρέσεις που οι επιλογές τους και οι προτιμήσεις τους είναι περιορισμένες, αλλά αποτελούν μειοψηφία.

(Α9-Α10) ΤΙ ΠΟΣΟΣΤΟ ΤΩΝ ΕΦΗΒΩΝ ΓΝΩΡΙΖΟΥΝ ΟΙ ΓΟΝΕΙΣ ΤΟΥΣ ΟΤΙ ΕΠΙΣΚΕΠΤΟΝΤΑΙ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΚΑΙ ΤΙ ΟΧΙ; ΣΕ ΑΥΤΟΥΣ ΠΟΥ ΓΝΩΡΙΖΟΥΝ ΤΙ ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΥΜΦΩΝΟΥΝ ΟΙ ΓΟΝΕΙΣ ΜΕ ΑΥΤΟ ΚΑΙ ΤΙ ΟΧΙ;

```
FREQUENCIES VARIABLES=A9 A10   /BARCHART FREQ   /ORDER=ANALYSIS.
```

Frequencies

[DataSet1] E:\Στατιστικά δεδομένα\Spyropoulos_final.sav

Statistics

		A9	A10
N	Valid	169	151
	Missing	1	19

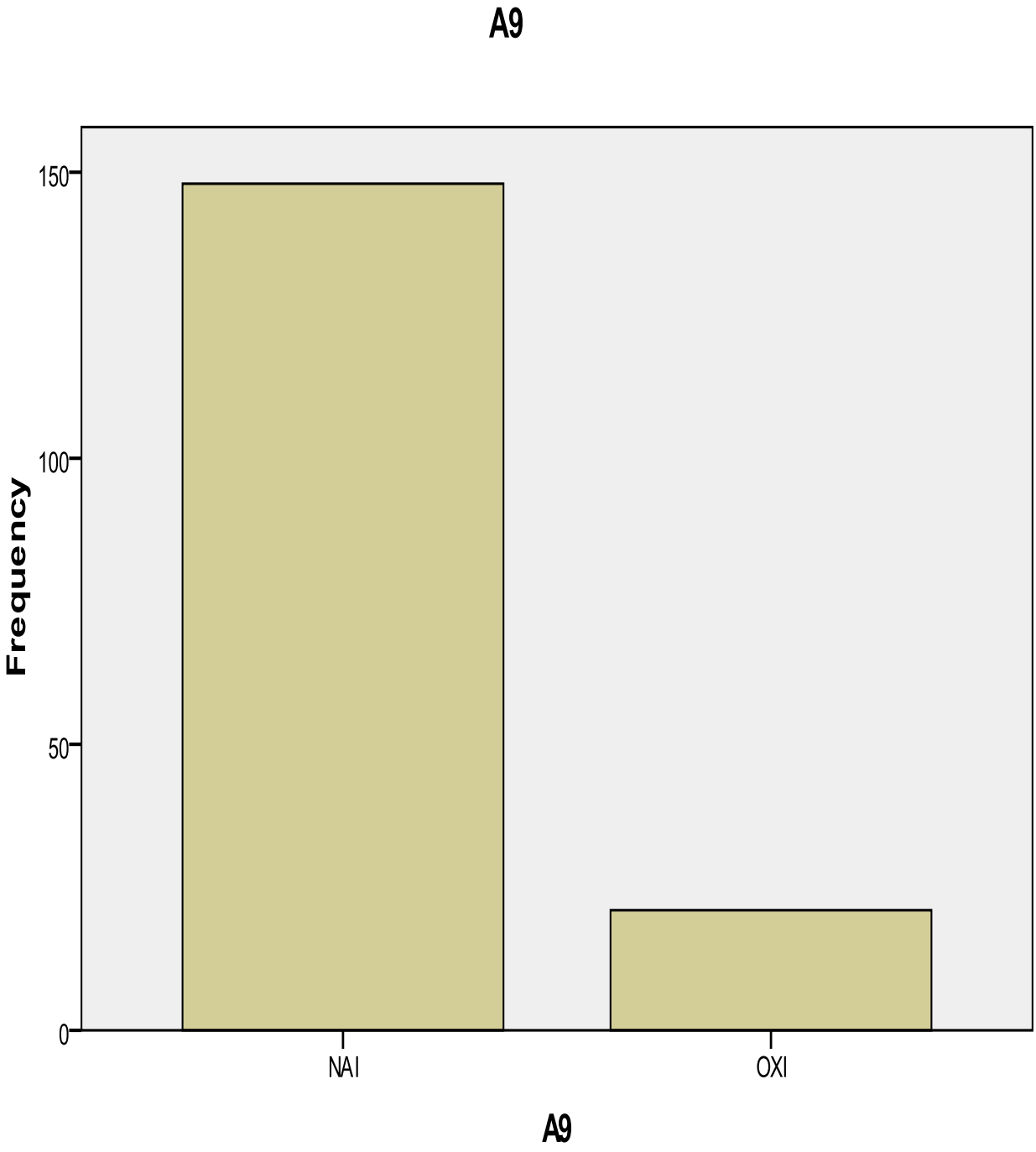
Frequency Table

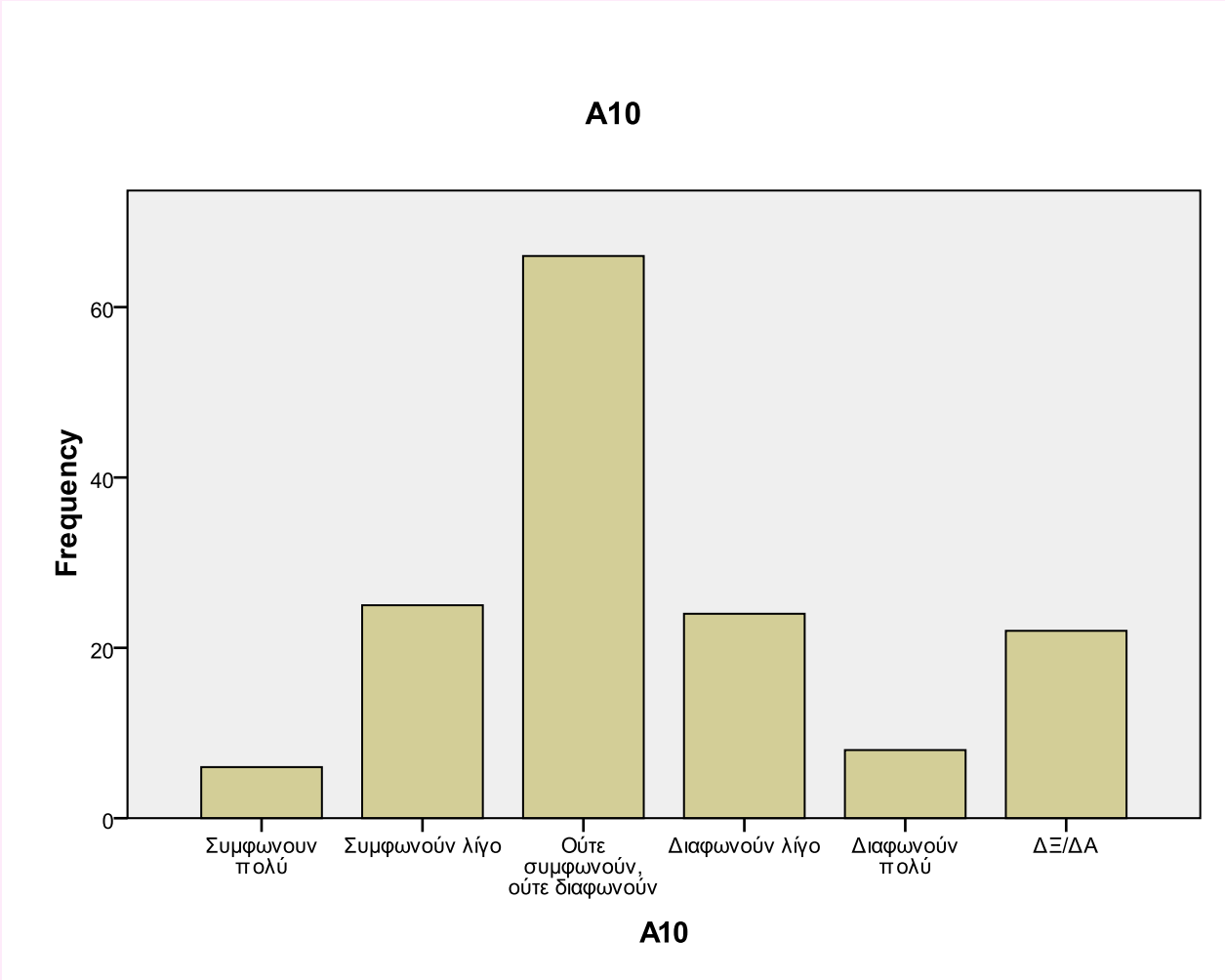
A9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NAI	148	87,1	87,6	87,6
	OXI	21	12,4	12,4	100,0
	Total	169	99,4	100,0	
Missing	System	1	,6		
Total		170	100,0		

A10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Συμφωνούν πολύ	6	3,5	4,0	4,0
	Συμφωνούν λίγο	25	14,7	16,6	20,5
	Ούτε συμφωνούν, ούτε διαφωνούν	66	38,8	43,7	64,2
	Διαφωνούν λίγο	24	14,1	15,9	80,1
	Διαφωνούν πολύ	8	4,7	5,3	85,4
	ΔΞ/ΔΑ	22	12,9	14,6	100,0
	Total	151	88,8	100,0	
Missing	System	19	11,2		
Total		170	100,0		


A9
150
100
50
0
Frequency
NAI
OXI
A9



Οι περισσότεροι έφηβοι δε διστάζουν από ότι βλέπουμε να αποκαλύψουν στους γονείς τους ότι επισκέπτονται ιστοσελίδες του διαδικτύου. Περίπου 9 στους 10 έφηβους έχουν αποκαλύψει το συγκεκριμένο γεγονός στους γονείς τους, ενώ μόλις περίπου 1 στους 10 το κρύβει. Αυτό μπορεί να συμβαίνει για διάφορους λόγους όπως ας πούμε να είναι μαθητές σχετικά μικρής ηλικίας και θέλουν να αποφύγουν τις προστριβές, ή ακόμα οι γονείς κάποιον μαθητών να έχουν σχηματίσει κακή άποψη για το διαδίκτυο και την επιρροή που ασκεί στα παιδιά τους κι έτσι οι μαθητές αποκρύπτουν το γεγονός ότι επισκέπτονται το διαδίκτυο. Όσον αφορά αυτούς που οι γονείς τους γνωρίζουν για τις επισκέψεις τους σε ιστοσελίδες του διαδικτύου, μπορούμε να πούμε με σχετική σιγουριά ότι οι γονείς κρατούν στατιστικά μια ουδέτεροι στάση κατά κύριο λόγο. Οι περισσότεροι ούτε συμφωνούν, αλλά ούτε και διαφωνούν με το γεγονός ότι τα παιδιά τους είναι χρήστες του διαδικτύου. Επιπλέον παρατηρείται μια αξιοπρόσεκτη συμμετρία και ισορροπία ανάμεσα σε αυτούς που διαφωνούν και συμφωνούν λίγο, αλλά και σε αυτούς που διαφωνούν και συμφωνούν πολύ. Επομένως, υπάρχει μια ισορροπία ως προς τις απόψεις των γονέων που γνωρίζουν ότι τα παιδιά τους επισκέπτονται ιστοσελίδες του διαδικτύου. Οι γονείς επιλέγουν να κρατήσουν μια ουδέτερη στάση από ότι φαίνεται.

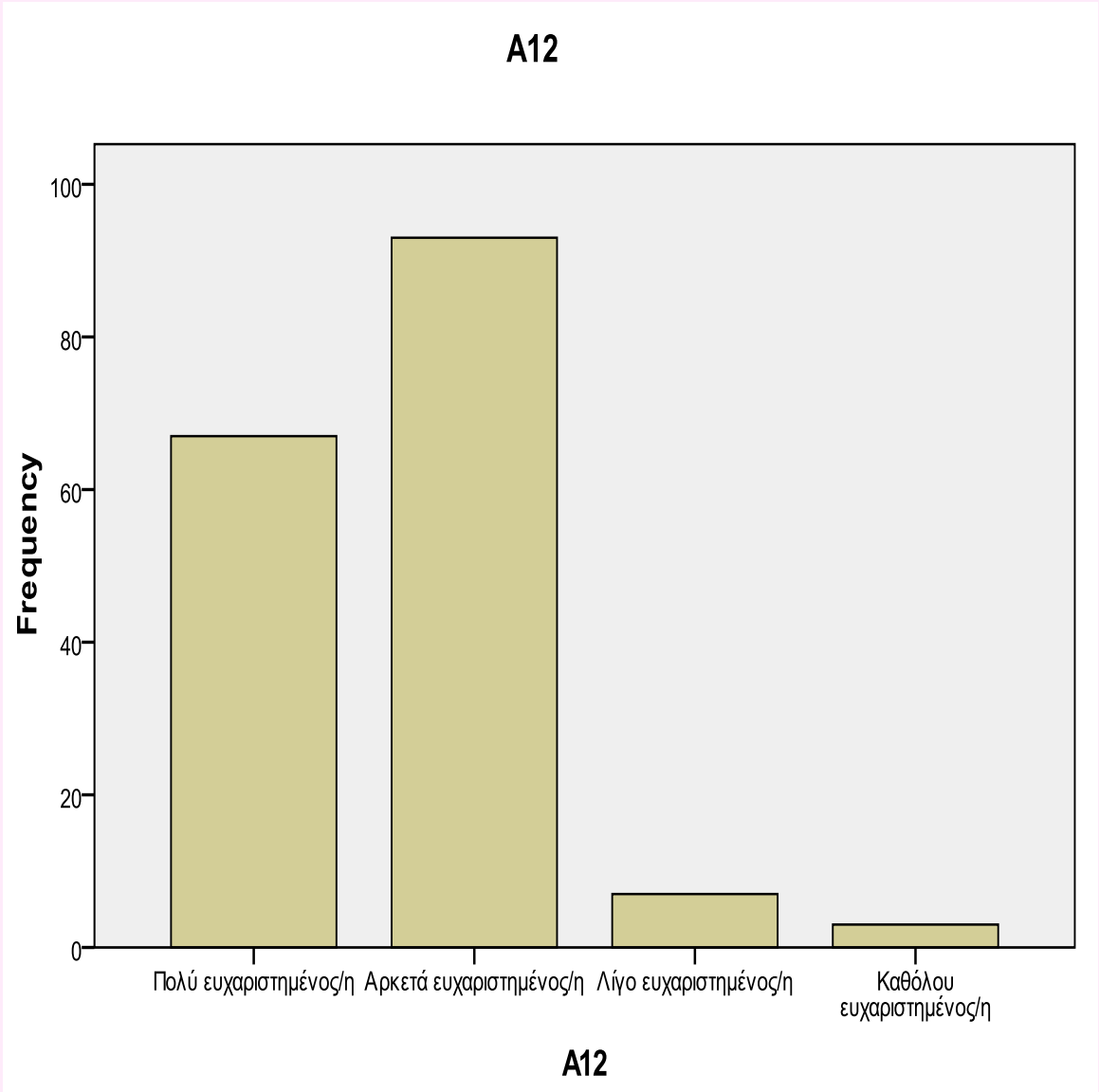
ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΕΦΗΒΟΙ ΕΥΧΑΡΙΣΤΗΜΕΝΟΙ ΜΕ ΤΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ Η ΠΙΣΤΕΥΟΥΝ ΟΤΙ ΤΕΛΙΚΑ ΕΙΝΑΙ ΚΑΤΙ ΕΠΙΖΗΜΙΟ;

Statistics

		A12	A13	A14
N	Valid	170	170	170
	Missing	0	0	0

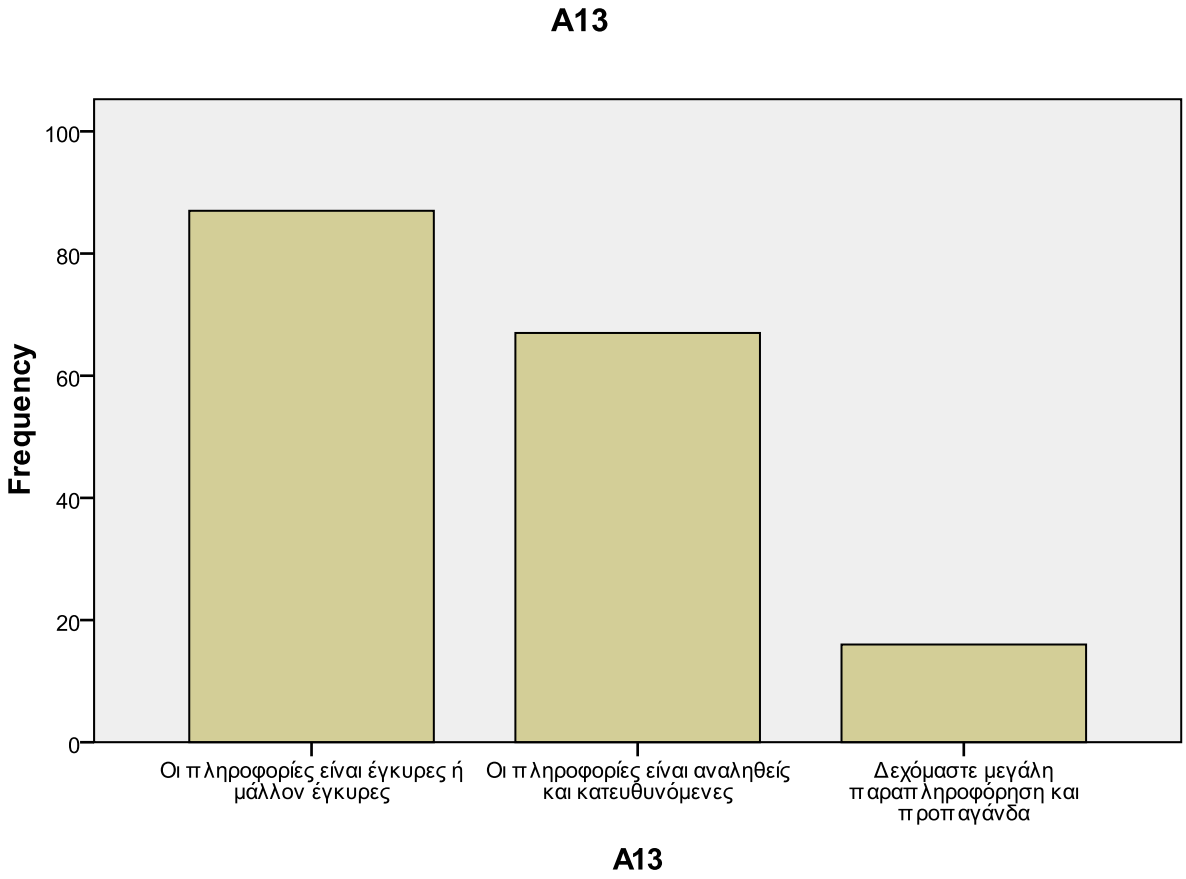
Α12) ΕΙΣΤΕ ΕΥΧΑΡΙΣΤΗΜΕΝΟΣ ΜΕ ΤΟ ΕΙΔΟΣ ΚΑΙ ΤΟΝ ΟΓΚΟ ΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΠΟΥ ΔΙΟΧΕΤΕΥΟΝΤΑΙ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Πολύ ευχαριστημένος/η	67	39,4	39,4	39,4
	Αρκετά ευχαριστημένος/η	93	54,7	54,7	94,1
	Λίγο ευχαριστημένος/η	7	4,1	4,1	98,2
	Καθόλου ευχαριστημένος/η	3	1,8	1,8	100,0
	Total	170	100,0	100,0	



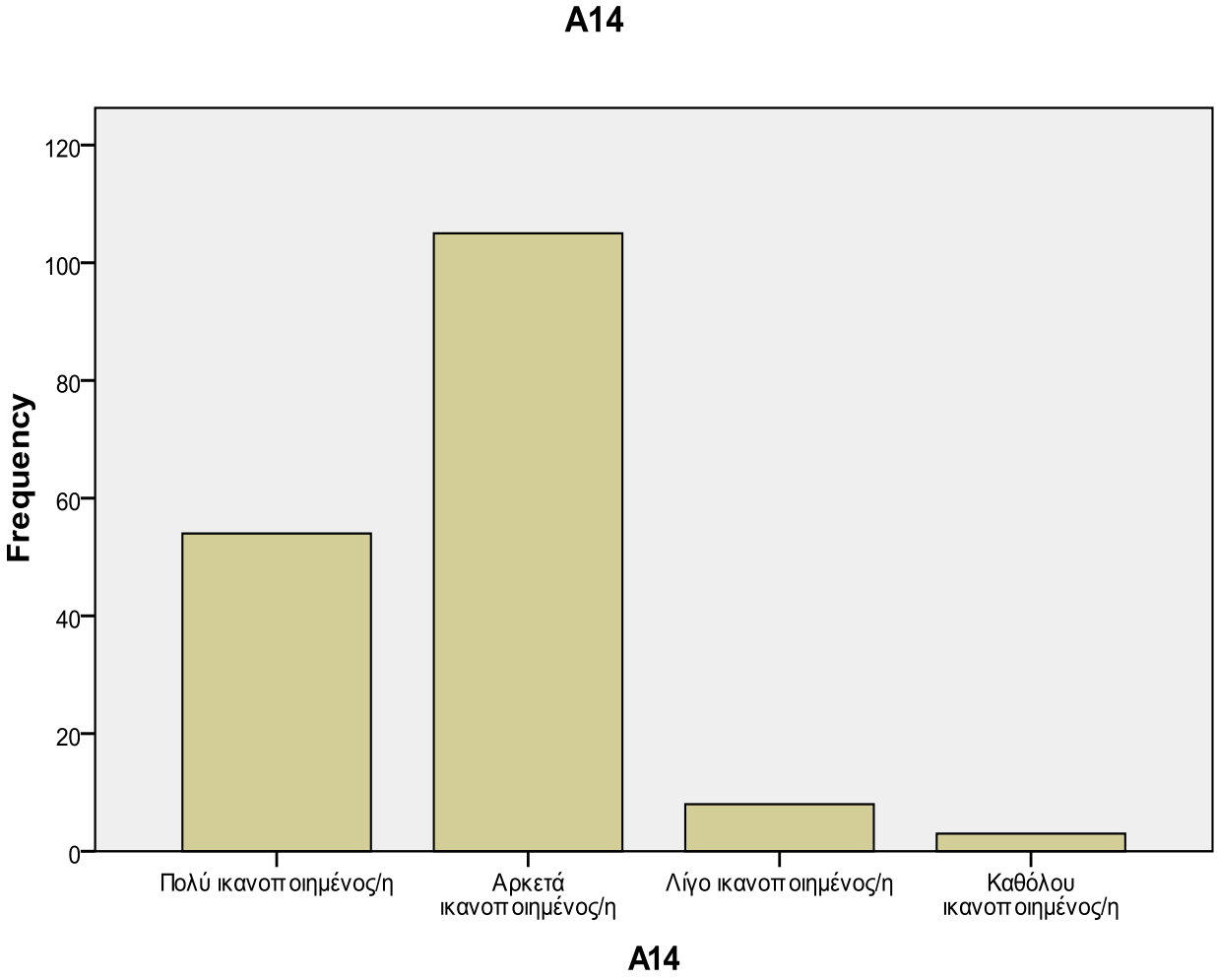
A13) ΠΙΣΤΕΥΕΤΕ ΣΤΗΝ ΕΓΚΥΡΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΠΟΥ ΛΑΜΒΑΝΕΤΕ ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Οι πληροφορίες είναι έγκυρες ή μάλλον έγκυρες	87	51,2	51,2	51,2
	Οι πληροφορίες είναι αναληθείς και κατευθυνόμενες	67	39,4	39,4	90,6
	Δεχόμαστε μεγάλη παραπληροφόρηση και προπαγάνδα	16	9,4	9,4	100,0
	Total	170	100,0	100,0	



Α14) Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΣΑΣ ΑΦΗΝΕΙ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟ/Η;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Πολύ ικανοποιημένος/η	54	31,8	31,8	31,8
	Αρκετά ικανοποιημένος/η	105	61,8	61,8	93,5
	Λίγο ικανοποιημένος/η	8	4,7	4,7	98,2
	Καθόλου ικανοποιημένος/η	3	1,8	1,8	100,0
	Total	170	100,0	100,0	



Από τα 3 παραπάνω διαγράμματα μπορούμε να κατανοήσουμε ότι οι περισσότεροι έφηβοι είναι σαφώς ικανοποιημένοι με το είδος και των όγκο των πληροφοριών που διοχετεύονται στο διαδίκτυο, καθώς επίσης και με τις δυνατότητες επικοινωνίας που παρέχονται μέσω του διαδικτύου. Τα ποσοστά που αφορούν το είδος και τον όγκο των πληροφοριών καθώς επίσης και τις δυνατότητες επικοινωνίας δε χωρούν αμφισβήτησης και είναι απολύτως ξεκάθαρα. Το 94,1% είναι ευχαριστημένος με το είδος και τον όγκο των πληροφοριών, ενώ όσον αφορά την επικοινωνία το 93,5%δηλώνει ικανοποιημένο από τις δυνατότητες που παρέχονται.

Στο θέμα της εγκυρότητας ή μη των πληροφοριών που δημοσιεύονται στο διαδίκτυο οι απόψεις διίστανται: Το 51,2% πιστεύει πως οι πληροφορίες που λαμβάνει είναι έγκυρες, ενώ το 49,8% διαφωνεί. Μάλιστα το 9,4% πιστεύει πως όχι απλώς οι πληροφορίες δεν είναι έγκυρες, αλλά δεχόμαστε και μεγάλες δόσεις προπαγάνδας μέσω του διαδικτύου.

Γενικεύοντας, μπορούμε να υποστηρίξουμε, ότι οι έφηβοι είναι αρκετά ευχαριστημένοι

με τις υπηρεσίες που τους παρέχονται μέσω του διαδικτύου, αλλά στο πίσω μέρος του μυαλού τους, κρατούν και μια επιφύλαξη, μια αμφιβολία ότι δεν είναι όλα τόσο «αγγελικά πλασμένα» όσο παρουσιάζονται κάποιες φορές.

Α17) ΣΕ ΠΟΙΑ ΗΛΙΚΙΑ ΕΠΗΡΕΑΖΕΤΑΙ Η ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΩΝ ΕΦΗΒΩΝ ΑΠΟ ΠΛΗΡΟΡΟΦΟΡΙΕΣ ΠΟΥ ΛΑΜΒΑΝΟΥΝ ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ;

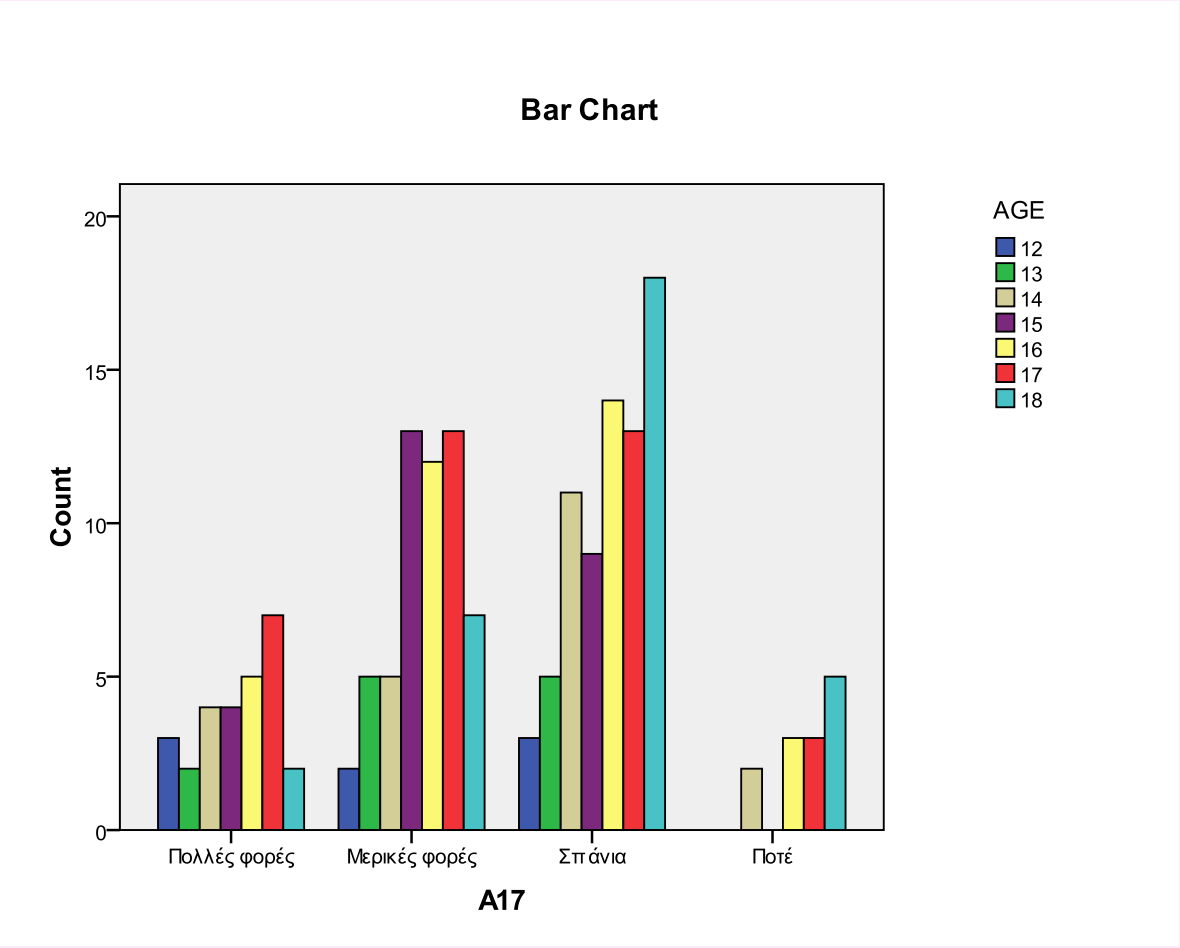
```
CROSSTABS   /TABLES=A17 BY AGE   /FORMAT=AVALUE TABLES
/CELLS=COUNT ROW   /COUNT ROUND CELL   /BARCHART.
```

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
A17 * AGE	170	100,0%	0	,0%	170	100,0%

A17 * AGE Crosstabulation

			AGE							Total
			12	13	14	15	16	17	18	
A17	Πολλές φορές	Count	3	2	4	4	5	7	2	27
		% within A17	11,1%	7,4%	14,8%	14,8%	18,5%	25,9%	7,4%	100,0%
	Μερικές φορές	Count	2	5	5	13	12	13	7	57
		% within A17	3,5%	8,8%	8,8%	22,8%	21,1%	22,8%	12,3%	100,0%
	Σπάνια	Count	3	5	11	9	14	13	18	73
		% within A17	4,1%	6,8%	15,1%	12,3%	19,2%	17,8%	24,7%	100,0%
	Ποτέ	Count	0	0	2	0	3	3	5	13
		% within A17	,0%	,0%	15,4%	,0%	23,1%	23,1%	38,5%	100,0%
Total		Count	8	12	22	26	34	36	32	170
		% within A17	4,7%	7,1%	12,9%	15,3%	20,0%	21,2%	18,8%	100,0%



Για να απαντήσουμε σε αυτό το ερώτημα, δημιουργήσαμε ένα σύνθετο διάγραμμα που απεικονίζει συνδυαστικά τις απαντήσεις για το πόσο συχνά επηρεάζονται οι έφηβοι από αυτά που βλέπουν στο διαδίκτυο και ποιες είναι οι ηλικίες που επηρεάζονται περισσότερο στην κάθε κατηγορία. Παρατηρούμε ότι οι ηλικίες που είναι το πάνω και το κάτω όριο της έρευνάς μας, δηλαδή 12 και 18, είναι αυτές που επηρεάζονται και λιγότερο από τις υπόλοιπες. Αντίθετα οι ενδιάμεσες ηλικίες, και συγκεκριμένα από 14 έως και 17, επηρεάζονται περισσότερο. Το παραπάνω στατιστικό αποτέλεσμα μπορεί να ερμηνευθεί ως εξής:

Η ηλικία των 12 είναι το μεταίχμιο μεταξύ της παιδικής ηλικίας και της εφηβείας. Οι περισσότεροι μαθητές, είναι περισσότερο παιδιά, παρά έφηβοι σε αυτή την ηλικία, οπότε δεν επηρεάζονται από κάτι που βλέπουν ή ακούν γιατί απλούστατα δεν μπορούν να το κατανοήσουν αρκετά, οπότε και το προσπερνούν και το ξεχνούν γρήγορα. Στην ηλικία των 18, συμβαίνει το ακριβώς αντίθετο. Οι έφηβοι πλέον έχουν αρκετές εμπειρίες από τη ζωή, αρκετοί από αυτούς έχουν τελειώσει το Λύκειο, και βρίσκονται στη διαδικασία ενηλικίωσής τους. Έχουν σχηματίσει άποψη για αρκετά πράγματα, έχουν διαμορφώσει έναν χαρακτήρα με κάποιες σταθερές και επομένως επηρεάζονται λιγότερο. Μπορούν να φιλτράρουν αρκετά από αυτά που βλέπουν και ακούν, μπορούν να καταλάβουν τι μπορεί

να είναι επιζήμιο για αυτούς και τι ωφέλιμο.

Οι ενδιάμεσες ηλικίες, διακατέχονται από έναν ενθουσιασμό και παρορμητισμό. Συνήθως σε αυτές τις ηλικίες οι περισσότεροι έφηβοι κάνουν αυτό που ονομάζουμε, την επανάστασή τους απέναντι στους γονείς τους, που τους θεωρούν 2 «δυνάστες» που τους ελέγχουν στα πάντα, κι έτσι είναι λογικό να υιοθετούν κατά μεγάλο ποσοστό τις πληροφορίες που δέχονται μέσω του διαδικτύου, κι αυτές τελικά να επηρεάζουν τη συμπεριφορά τους περισσότερο από τις ηλικίες που αναφέραμε παραπάνω.

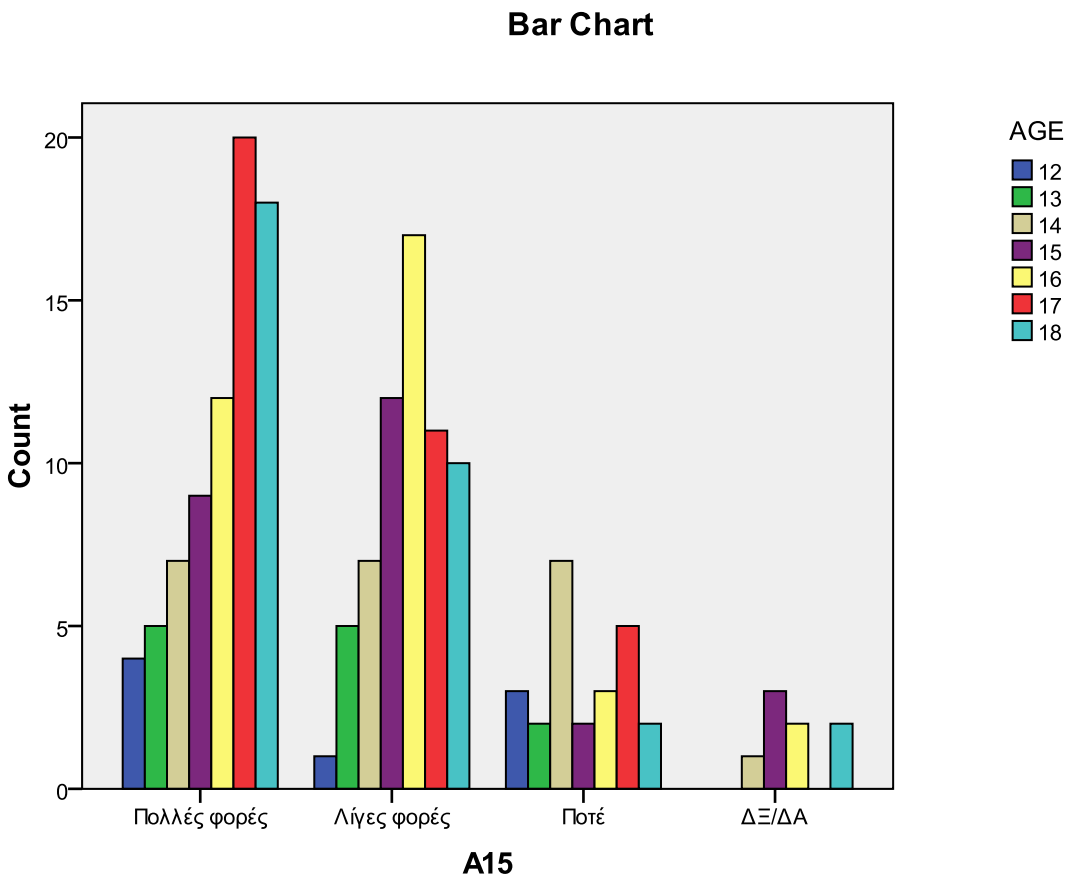
Α15) ΠΟΙΑ Η ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΤΗΤΑ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ ΚΑΤΑΛΛΗΛΩΝ ΜΟΝΟ ΓΙΑ ΕΝΗΛΙΚΕΣ ΚΑΙ ΤΙ ΣΧΕΣΗ ΕΧΕΙ ΜΕ ΤΗΝ ΗΛΙΚΙΑ ΤΩΝ ΕΦΗΒΩΝ;

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
A15 * AGE	170	100,0%	0	,0%	170	100,0%

A15 * AGE Crosstabulation

			AGE							
			12	13	14	15	16	17	18	Total
A15	Πολλές φορές	Count	4	5	7	9	12	20	18	75
		% within A15	5,3%	6,7%	9,3%	12,0%	16,0%	26,7%	24,0%	100,0%
	Λίγες φορές	Count	1	5	7	12	17	11	10	63
		% within A15	1,6%	7,9%	11,1%	19,0%	27,0%	17,5%	15,9%	100,0%
	Ποτέ	Count	3	2	7	2	3	5	2	24
		% within A15	12,5%	8,3%	29,2%	8,3%	12,5%	20,8%	8,3%	100,0%
	ΔΞ/ΔΑ	Count	0	0	1	3	2	0	2	8
		% within A15	,0%	,0%	12,5%	37,5%	25,0%	,0%	25,0%	100,0%
	Total	Count	8	12	22	26	34	36	32	170
		% within A15	4,7%	7,1%	12,9%	15,3%	20,0%	21,2%	18,8%	100,0%



Όπως μπορούμε πολύ εύκολα να παρατηρήσουμε, οι ιστοσελίδες με περιεχόμενο κατάλληλο μόνο για ενήλικες, έχουν μεγάλη επισκεψιμότητα από τους έφηβους χρήστες του διαδικτύου. Το 81% περίπου των εφήβων που συμμετείχαν στην έρευνα, έχουν επισκεφθεί έστω και λίγες φορές τέτοιου είδους ιστοσελίδες, ενώ το 44% περίπου, τις έχει επισκεφθεί πολλές φορές.

Επομένως τα ποσοστά μας επιτρέπουν να μιλήσουμε για ένα παγιωμένο φαινόμενο, να διαπαιδαγωγούνται σεξουαλικά οι έφηβοι μέσω του διαδικτύου, κάτι που μπορεί να έχει πολύ δυσάρεστες συνέπειες στο σχηματισμό της αντίληψής τους περί του έρωτα, και τις συμπεριφοράς τους ως προς το αντίθετο φύλο. Αν εξετάσουμε το θέμα ως προς τις ηλικίες με τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα, θα διαπιστώσουμε ότι από την ηλικία των 15 και πάνω, σημειώνεται μια αυξανόμενη επιθυμία για να επισκεφθούν οι έφηβοι τέτοιες σελίδες, κάτι που εν μέρει κρίνεται και ως λογικό, αν σκεφτούμε ότι σε αυτές τις ηλικίες, 15 έως 18, οι ερωτικές ορμές και οι ορμόνες που τις καθορίζουν φτάνουν σε πολύ υψηλά επίπεδα.

Να τονιστεί επίσης, πως το συγκεκριμένο διάγραμμα με τα ποσοστά που το

συνοδεύουν, δεν αφορά μόνο τα αγόρια, όπως οι περισσότεροι θα περίμεναν. Αφορά και τα 2 φύλα, επομένως πλέον μιλάμε για μεγάλο ποσοστό επισκεψιμότητας των κοριτσιών, όχι μόνο των αγοριών όπως πιθανότατα θα συνέβαινε πριν 10-15 χρόνια.

Α18) ΤΙ ΕΙΔΟΥΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΑ ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ ΠΡΟΤΙΜΟΥΝ ΟΙ ΕΦΗΒΟΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ ΤΟΥΣ ΚΑΙ ΤΙ ΣΧΕΣΗ ΕΧΕΙ ΜΕ ΤΗΝ ΤΑΞΗ ΤΟΥΣ;

Crosstabs

[DataSet1] E:\Στατιστικά δεδομένα\Spyropoulos_final.sav

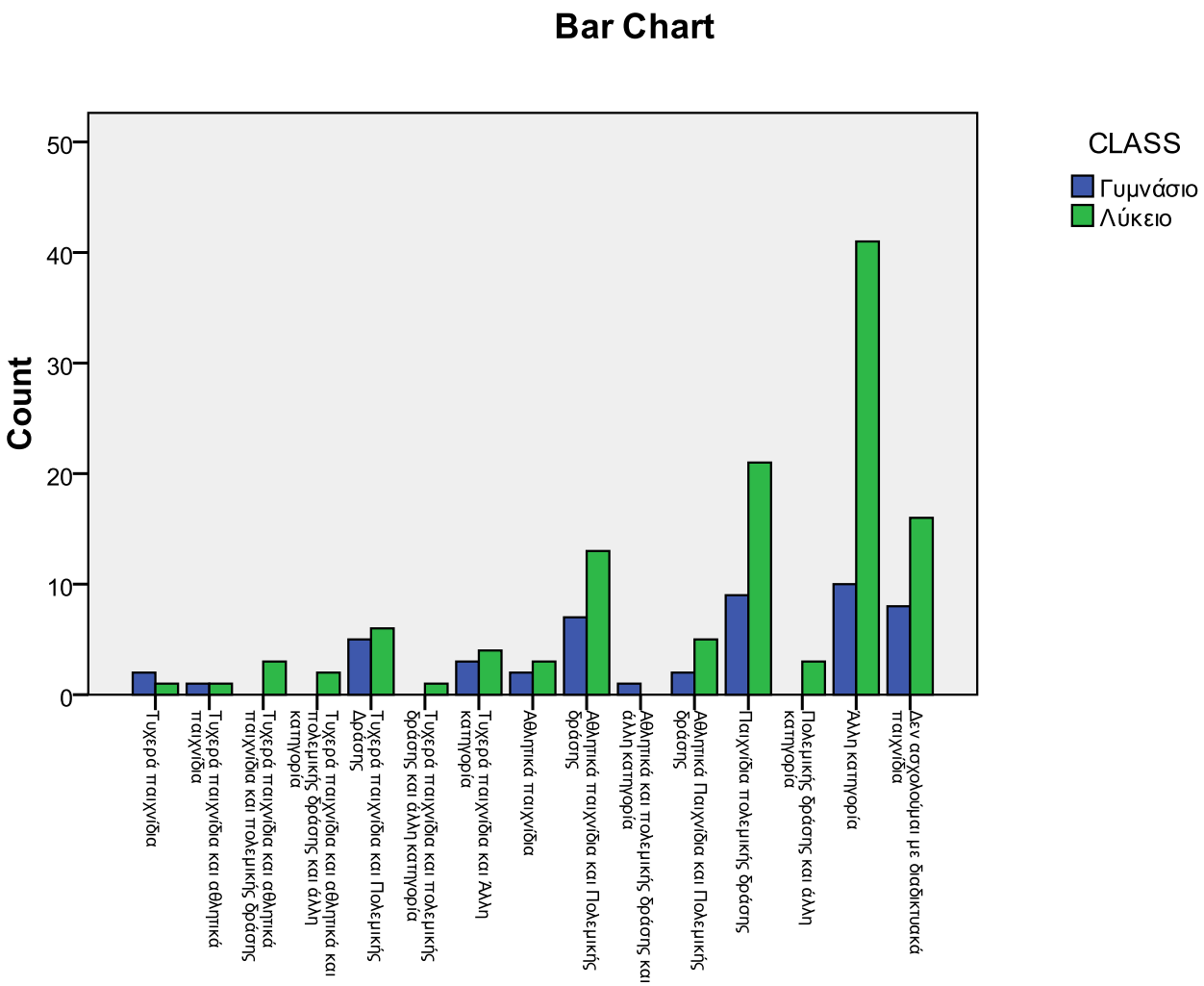
Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
A18 * CLASS	170	100,0%	0	,0%	170	100,0%

A18 * CLASS Crosstabulation

			CLASS		
			Γυμνάσιο	Λύκειο	Total
A18	Τυχερά παιχνίδια	Count	2	1	3
		% within A18	66,7%	33,3%	100,0%
	Τυχερά παιχνίδια και αθλητικά παιχνίδια	Count	1	1	2
		% within A18	50,0%	50,0%	100,0%
	Τυχερά παιχνίδια και αθλητικά παιχνίδια και πολεμικής δράσης	Count	0	3	3
		% within A18	,0%	100,0%	100,0%
	Τυχερά παιχνίδια και αθλητικά και πολεμικής δράσης και άλλη κατηγορία	Count	0	2	2
		% within A18	,0%	100,0%	100,0%
	Τυχερά παιχνίδια και Πολεμικής Δράσης	Count	5	6	11
		% within A18	45,5%	54,5%	100,0%
	Τυχερά παιχνίδια και πολεμικής δράσης και άλλη κατηγορία	Count	0	1	1
		% within A18	,0%	100,0%	100,0%

	Τυχερά παιχνίδια και Άλλη κατηγορία	Count	3	4	7
		% within A18	42,9%	57,1%	100,0%
	Αθλητικά παιχνίδια	Count	2	3	5
		% within A18	40,0%	60,0%	100,0%
	Αθλητικά παιχνίδια και Πολεμικής δράσης	Count	7	13	20
		% within A18	35,0%	65,0%	100,0%
	Αθλητικά και πολεμικής δράσης και άλλη κατηγορία	Count	1	0	1
		% within A18	100,0%	,0%	100,0%
	Αθλητικά Παιχνίδια και Πολεμικής δράσης	Count	2	5	7
		% within A18	28,6%	71,4%	100,0%
	Παιχνίδια πολεμικής δράσης	Count	9	21	30
		% within A18	30,0%	70,0%	100,0%
	Πολεμικής δράσης και άλλη κατηγορία	Count	0	3	3
		% within A18	,0%	100,0%	100,0%
	Άλλη κατηγορία	Count	10	41	51
		% within A18	19,6%	80,4%	100,0%
	Δεν ασχολούμαι με διαδικτυακά παιχνίδια	Count	8	16	24
		% within A18	33,3%	66,7%	100,0%
Total		Count	50	120	170
		% within A18	29,4%	70,6%	100,0%



Παρατηρώντας το διάγραμμα θα καταλάβουμε ότι υπάρχουν 3 κατηγορίες παιχνιδιών που ξεχωρίζουν, που οι έφηβοι τις προτιμούν σε σχέση με άλλες. Πρόκειται για τυχερά παιχνίδια, παιχνίδια πολεμικής δράσης, και αθλητικά παιχνίδια. Επιπλέον, υπάρχουν και άλλες κατηγορίες παιχνιδιών που οι έφηβοι, και κυρίως του Λυκείου, δείχνουν να τις προτιμούν αλλά δεν αναφέρονται στις επιλογές μας.

Για την κατηγορία των τυχερών παιχνιδιών, μπορούμε να πούμε ότι είναι προτίμηση σχεδόν ίδιου αριθμού εφήβων από Γυμνάσιο και Λύκειο, με μια μικρή διαφορά υπέρ αυτών του Λυκείου. Το εύκολο κέρδος, χωρίς κούραση, παρά μόνο με ελάχιστα «κλικ», φαίνεται ότι ενθουσιάζει τους έφηβους από μικρή ακόμα ηλικία. Ειδικά σε περιόδους κρίσης, όπως αυτή που ζούμε σήμερα, επιλογές όπως αυτή του τζόγου και γενικότερα των τυχερών παιχνιδιών βρίσκουν πολύ περισσότερους οπαδούς από ότι θα ήταν το φυσιολογικό.

Για τις άλλες 2 κατηγορίες μπορούμε να πούμε ότι στατιστικά επιλέγονται περισσότερο από μαθητές του Λυκείου, και αυτό είναι αναμενόμενο από μία άποψη. Οι μαθητές του

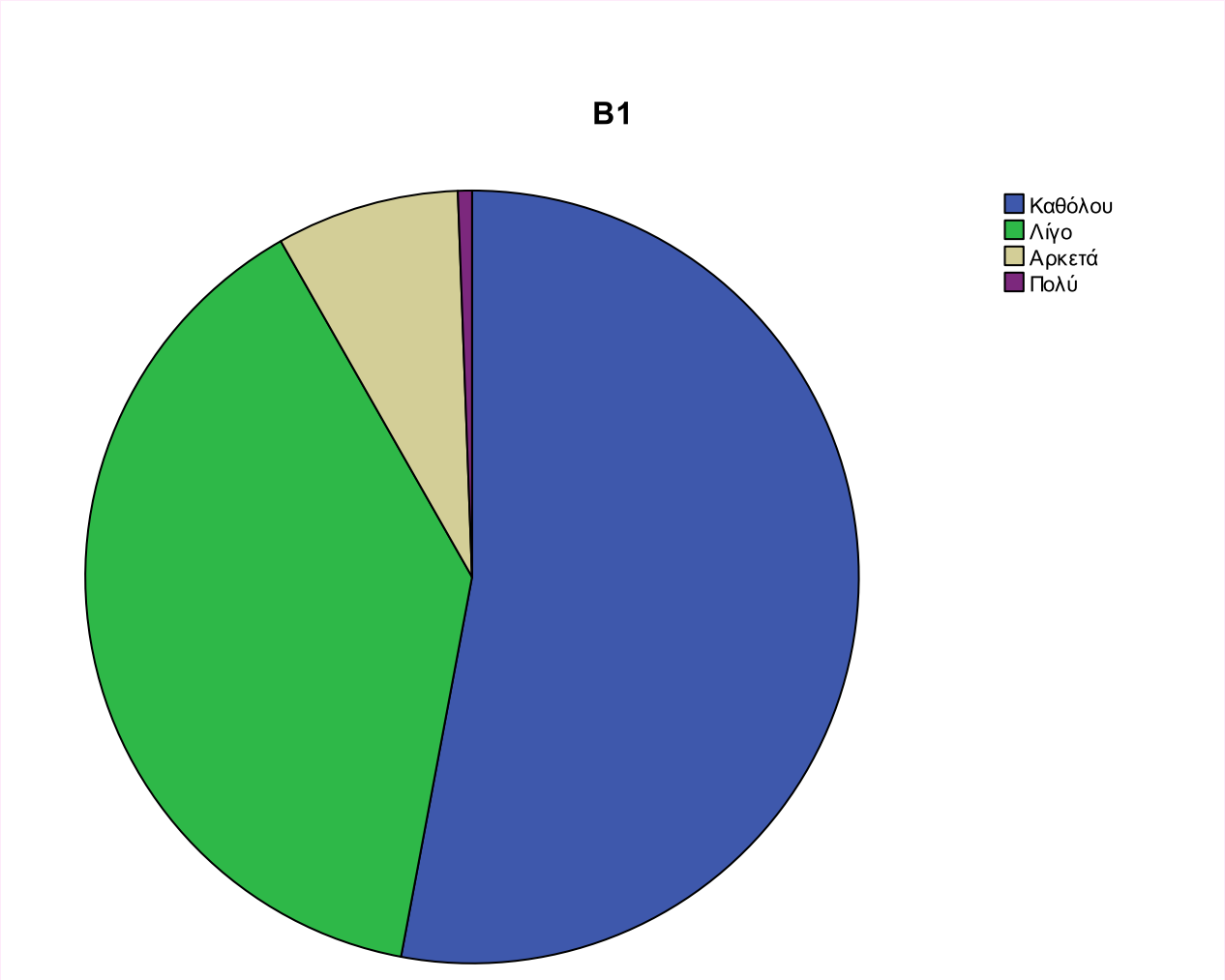
Λυκείου, όντας μεγαλύτεροι από αυτούς του γυμνασίου, έχουν μεγαλύτερη ένταση και ενεργητικότητα στη ζωή τους, και αυτό ακριβώς αντικατοπτρίζεται και ποσοστιαία στο παραπάνω διάγραμμα.

3.3 3ο Ερευνητικό Ερώτημα

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ ΠΟΥ ΔΕΙΧΝΟΥΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΑΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΧΡΗΣΤΗ ΜΕ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Β1) ΣΥΝΑΝΤΗΣΑΤΕ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΠΟΥ ΜΕΙΩΝΑΝ Η ΣΑΣ ΠΡΟΣΕΒΑΛΛΑΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	90	52,9	52,9	52,9
	Λίγο	66	38,8	38,8	91,8
	Αρκετά	13	7,6	7,6	99,4
	Πολύ	1	,6	,6	100,0
	Total	170	100,0	100,0	



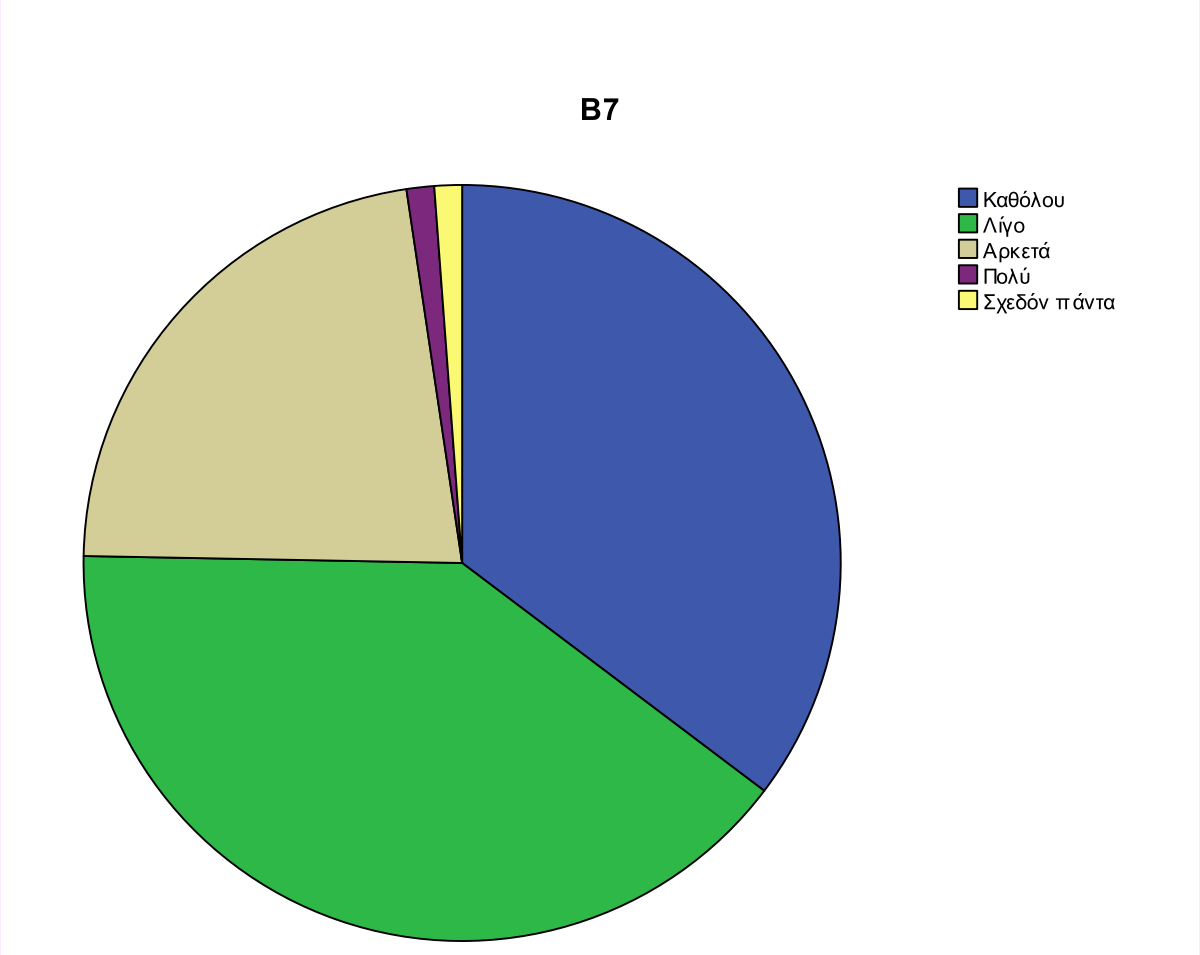
Παρά την αρχική ικανοποίηση που νιώθουμε από το μεγάλο ποσοστό του «ΚΑΘΟΛΟΥ», πρέπει να προβληματιστούμε έντονα από το ποσοστιαίο άθροισμα των απαντήσεων «ΑΡΚΕΤΑ», «ΠΟΛΥ» και «ΣΧΕΔΟΝ ΠΑΝΤΑ», το οποίο είναι 8,4%. Πρακτικά δηλαδή περίπου 1 στους 10 έφηβους έχει δει αρκετές φορές αναρτημένες στο διαδίκτυο προσωπικές πληροφορίες που τον προσέβαλαν και τον μείωσαν σαν προσωπικότητα.

Επίσης, να τονιστεί ότι το ποσοστό 38,8% της απάντησης «ΛΙΓΟ» δεν είναι τόσο αθώο όσο φαίνεται. Πρακτικά σημαίνει πως περίπου 2 στους 5 έφηβους έχουν δει έστω και πολύ λίγες φορές αναρτημένες μειωτικές για τον εαυτό τους πληροφορίες. Αν τα 2 αναφερόμενα ποσοστά προστεθούν, τότε φθάνουμε σε ένα σχεδόν σοκαριστικό συμπέρασμα: 1 στους 2 έφηβους έχει νιώσει τουλάχιστον 1 φορά μειωμένος και προσβεβλημένος από αναρτημένες εικόνες ή πληροφορίες που αφορούσαν αυτόν προσωπικά, και δεν έθιγαν απλά κάποιες γενικότερες πεποιθήσεις του, π.χ. πολιτικές ή θρησκευτικές.

Πρόκειται για μια πολύ άσχημη συνέπεια της διείσδυσης του διαδικτύου στην προσωπική ζωή των χρηστών του, που λαμβάνει χώρα κυρίως τα τελευταία 5-6 χρόνια.

Β7)ΈΧΕΤΕ ΔΙΑΠΛΗΚΤΙΣΤΕΙ ΕΝΤΟΝΑ ΜΕ ΣΥΝΑΝΘΡΩΠΟΥΣΑΣ ΕΞΑΙΤΙΑΣ ΚΑΠΟΙΩΝ ΠΡΑΞΕΩΝ, ΧΕΙΡΙΣΜΩΝ Η ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΩΝ ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΑΣ Η ΠΡΟΣ ΑΛΛΟΥΣ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΣΑΝ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ Η ΚΑΠΟΙΟ ΘΕΜΑ ΣΧΕΤΙΚΟ ΜΕ ΑΥΤΟ;

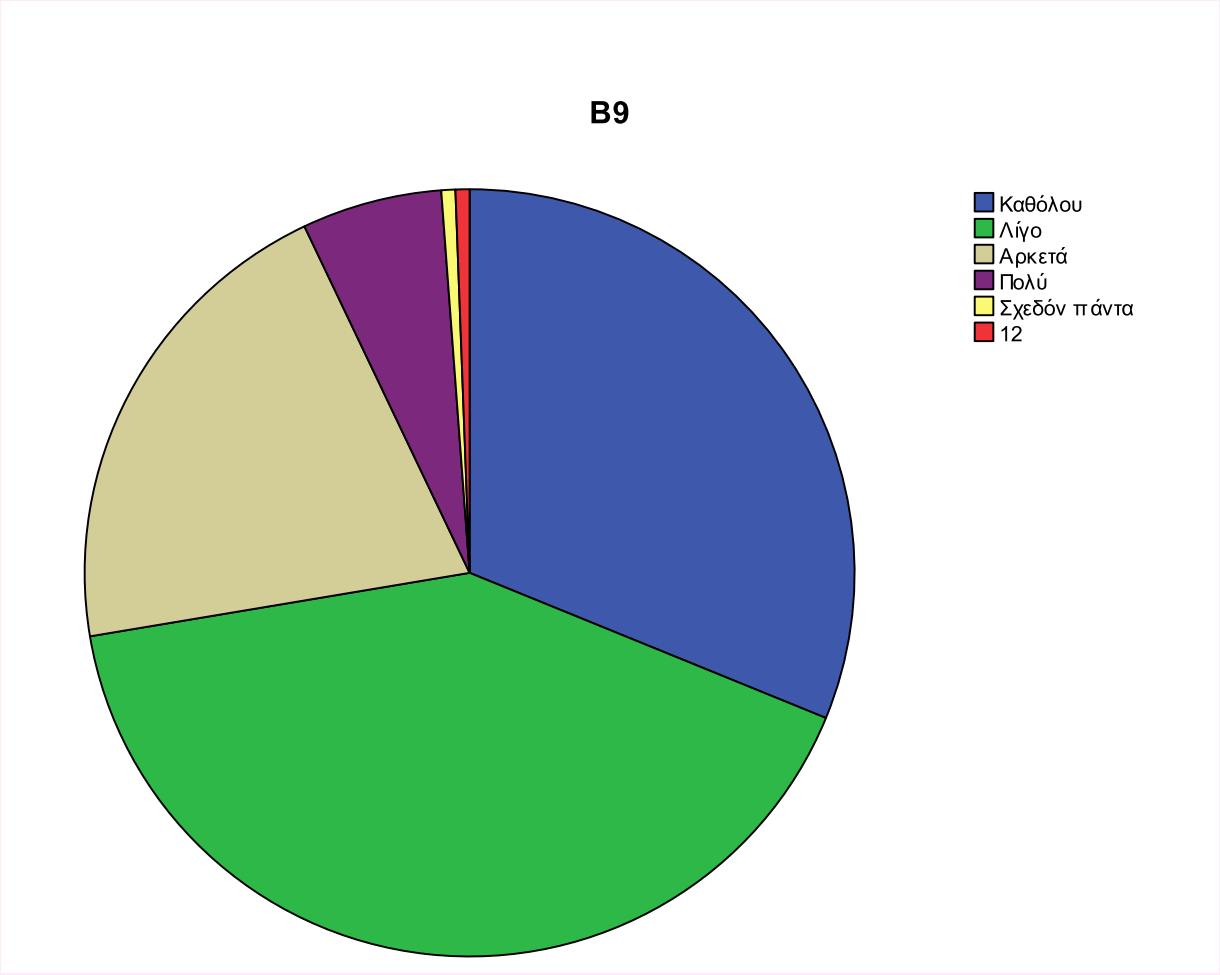
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	60	35,3	35,3	35,3
	Λίγο	68	40,0	40,0	75,3
	Αρκετά	38	22,4	22,4	97,6
	Πολύ	2	1,2	1,2	98,8
	Σχεδόν πάντα	2	1,2	1,2	100,0
	Total	170	100,0	100,0	



Δυστυχώς εδώ, δε χρειάζεται μια βαθυστόχαστη ερμηνεία των ποσοστών. Η πίτα είναι ξεκάθαρη και μας αποκαλύπτει σχεδόν ωμά, ότι 2 στους 3 έφηβους είχαν έστω και ελάχιστες φορές στη ζωή τους, έντονους διαπληκτισμούς με συνανθρώπους τους για θέματα που σχετίζονται με το διαδίκτυο. Αν προσπαθήσουμε να εμβαθύνουμε, θα απογοητευθούμε περισσότερο, διαπιστώνοντας ότι περίπου το 25% των εφήβων, έχει κάνει τους παραπάνω διαπληκτισμούς σχεδόν μια καθημερινότητα. Το συμπέρασμά μας από το παραπάνω διάγραμμα, είναι διττό. Οι αναρτήσεις στο διαδίκτυο έχουν αρχίσει και γίνονται επικίνδυνες για την προσωπική ζωή των εφήβων και επιπλέον οι έφηβοι με τη σειρά τους δεν έχουν ακόμα την ωριμότητα να φιλτράρουν αυτά που βλέπουν και αφορούν αυτούς ή κάποιους γνωστούς τους. Είναι παρορμητικοί και αντιδρούν επιπόλαια και σπασμωδικά.

Β9) ΈΧΕΤΕ ΠΡΟΣΠΑΘΗΣΕΙ ΝΑ ΜΙΜΗΘΕΙΤΕ ΠΡΑΞΕΙΣ Η ΓΕΓΟΝΟΤΑ ΠΟΥ ΕΙΔΑΤΕ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	53	31,2	31,2	31,2
	Λίγο	70	41,2	41,2	72,4
	Αρκετά	35	20,6	20,6	92,9
	Πολύ	10	5,9	5,9	98,8
	Σχεδόν πάντα	1	,6	,6	99,4
	12	1	,6	,6	100,0
	Total	170	100,0	100,0	



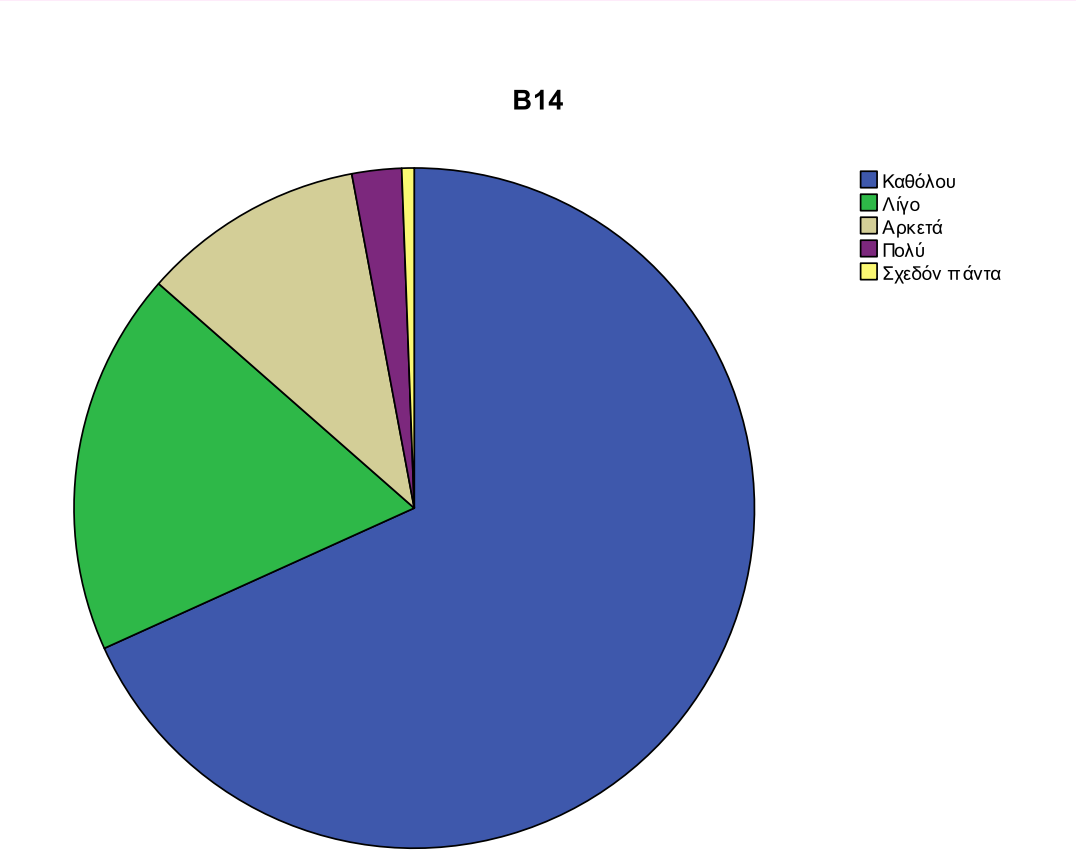
Και αυτό το διάγραμμα είναι εύκολο στην ερμηνεία του, μιας και η απάντηση «ΚΑΘΟΛΟΥ» είναι η μειοψηφία στη συγκεκριμένη ερώτηση. Πρακτικά σχεδόν 3 στους 4 έφηβους έχουν μιμηθεί ,έστω και λίγες φορές, πράξεις και γεγονότα που είδαν στο διαδίκτυο, ενώ 1 στους 4 έφηβους θα μπορούσαμε να ισχυριστούμε ότι έχουν κάνει αυτές τις μιμήσεις τρόπο ζωής.

Ακόμα κι αν δεχτούμε ότι πολλές από τις αναρτήσεις στο διαδίκτυο έχουν διασκεδαστικό και χιουμοριστικό περιεχόμενο και χαρακτήρα, είναι ιδιαίτερα ανησυχητικό το γεγονός ότι οι περισσότεροι έφηβοι αναπαράγουν απλώς ότι βλέπουν χωρίς να σκέφτονται τις συνέπειες. Ακόμα και από την πλευρά της διασκέδασης να το εξετάσουμε, θα καταλήξουμε στο συμπέρασμα ότι οι έφηβοι δεν έχουν φαντασία και ιδέες να διασκεδάσουν με κάτι που σκέφτηκαν μόνοι τους. Δεν σπαταλούν χρόνο και φαιά ουσία για να πετύχουν τους στόχους τους, αλλά αναπαράγουν και μιμούνται σχεδόν αυτούσιες πράξεις και ιδέες που παρακολούθησαν στο διαδίκτυο. Από αυτή την άποψη, δεν πρέπει να μας κάνει καθόλου εντύπωση το γεγονός ότι αυξάνονται σταθερά, έστω και σε μικρό ποσοστό τα κρούσματα εφηβικής βίας και συμμετοχής σε εγκληματικές δραστηριότητες από έφηβους.

Αρκετές από τις αναρτήσεις στο διαδίκτυο περιέχουν σχεδόν ωμές σκηνές βίας, χωρίς να υπάρχει κανένα φίλτρο προστασίας που να σχετίζεται με την ηλικία του επισκέπτη που παρακολουθεί τη συγκεκριμένη ανάρτηση. Ακόμα και κάποιος καλοπροαίρετος, θα μπορούσε με ασφάλεια να ισχυριστεί, ότι το διαδίκτυο, ακόμα και ακούσια, βοηθά στην νοητική και σωματική εξαγρίωση των εφήβων, που σχεδόν αδυνατούν να κατανοήσουν τι θα μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν προς όφελός τους και τι όχι.

Β14) ΣΑΣ ΕΧΟΥΝ ΟΔΗΓΗΣΕΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ Η ΓΕΓΟΝΟΤΑ ΠΟΥ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΣΕ ΑΚΡΑΙΕΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΕΣ;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	116	68,2	68,2	68,2
	Λίγο	31	18,2	18,2	86,5
	Αρκετά	18	10,6	10,6	97,1
	Πολύ	4	2,4	2,4	99,4
	Σχεδόν πάντα	1	,6	,6	100,0
	Total	170	100,0	100,0	



Εδώ τα αποτελέσματα είναι λιγότερο ανησυχτικά. Η απάντηση «ΚΑΘΟΛΟΥ» είναι η συντριπτική πλειοψηφία και δείχνει ότι οι περισσότεροι έφηβοι έχουν μια συναίσθηση του τι κάνουν, και του τι επιτρέπεται να κάνουν και τι θα έπρεπε να μην κάνουν. Μπορεί προηγουμένως να είδαμε σαφή σημάδια επιπολαιότητας εκ μέρους των εφήβων, αλλά εδώ φαίνεται ότι οι ακραίες συμπεριφορές όπως βανδαλισμοί, κλοπές, βιαιοπραγίες κλπ αφορύν μόνο την μειοψηφεία των ερωτηθέντων.

Εντούτις, αν κοιτάξουμε προσεκτικά το διάγγραμα θα διαπιστώσουμε ότι δεν προσφέρεται για πανηγυρισμούς. Το 31,8% των ερωτηθέντων έχει προβεί σε ακραίες συμπεριφορές έστω και ελάχιστες φορές λόγω της ύπαρξης πληροροφοριών η γεγονότων που είδαν στο διαδίκτυο. Μπορεί το διάγραμμα να μην είναι ανησυχτικό και αποθαρρυντικό όπως τα προηγούμενα, μας δείχνει όμως ότι τα πράγματα σίγουρα δεν είναι «ρόδινα».

Το συμπέρασμα που μπορούμε να εξάγουμε από τα παραπάνω διαγράμματα είναι πως ένα διόλου ευκαταφρόνητο ποσοστό των εφήβων, επηρεάζονται σημαντικά από τις πληροφορίες που λαμβάνουν μέσω του διαδικτύου. Και στον τρόπο σκέψης τους, αλλά και στη συμπεριφορά και τις μετέπειτα πράξεις τους. Αν θέλουμε να μιλήσουμε με αριθμούς, θα διαπιστώσουμε ότι κατά μέσω όρο το 50% των εφήβων του δείγματος επηρεάζεται σε

σημαντικό βαθμό από τις πληροφορίες (κείμενο, εικόνα, ήχος) με τις οποίες θα έρθει σε επαφή.

Μπορούμε λοιπόν να υποστηρίξουμε ότι οι έφηβοι δεν είναι ακόμα ικανοί να αξιολογήσουν σωστά τις πληροφορίες που κατά κόρον τους δίνονται και αντιδρούν επιπόλαια και σπασμωδικά.

Frequencies

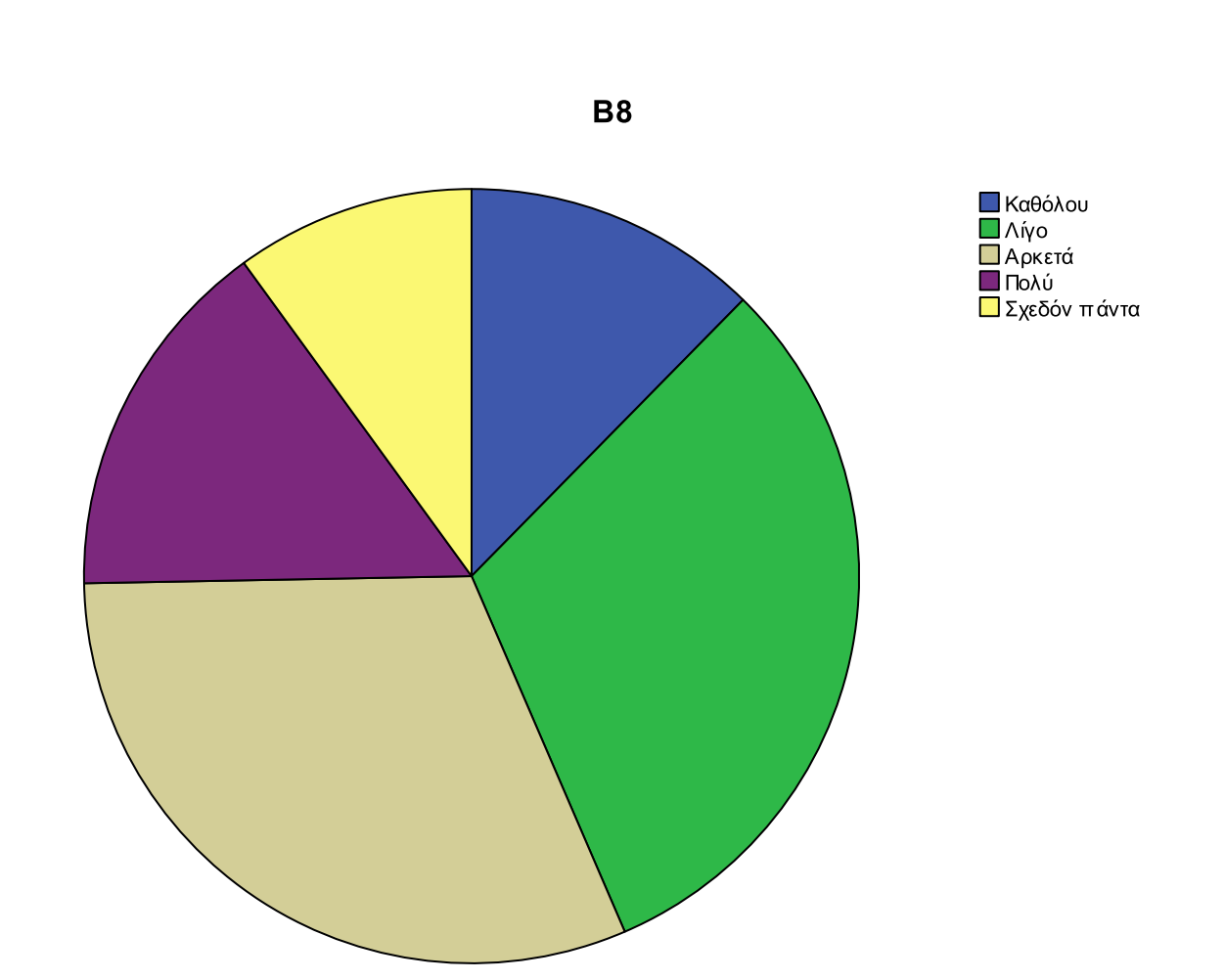
[DataSet1] C:\Users\Spiros\Desktop\Spyropoulos_final.sav

Statistics

		B8	B24
N	Valid	170	170
	Missing	0	0

B8) ΑΦΙΕΡΩΝΕΤΕ ΧΡΟΝΟ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΓΙΑ ΝΑ ΒΟΗΘΗΘΕΙΤΕ ΣΤΗ ΜΕΛΕΤΗ ΣΑΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ ΣΧΟΛΕΙΟ, ΤΑ ΦΡΟΝΤΙΣΤΗΡΙΑ ΚΛΠ;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	21	12,4	12,4	12,4
	Λίγο	53	31,2	31,2	43,5
	Αρκετά	53	31,2	31,2	74,7
	Πολύ	26	15,3	15,3	90,0
	Σχεδόν πάντα	17	10,0	10,0	100,0
	Total	170	100,0	100,0	

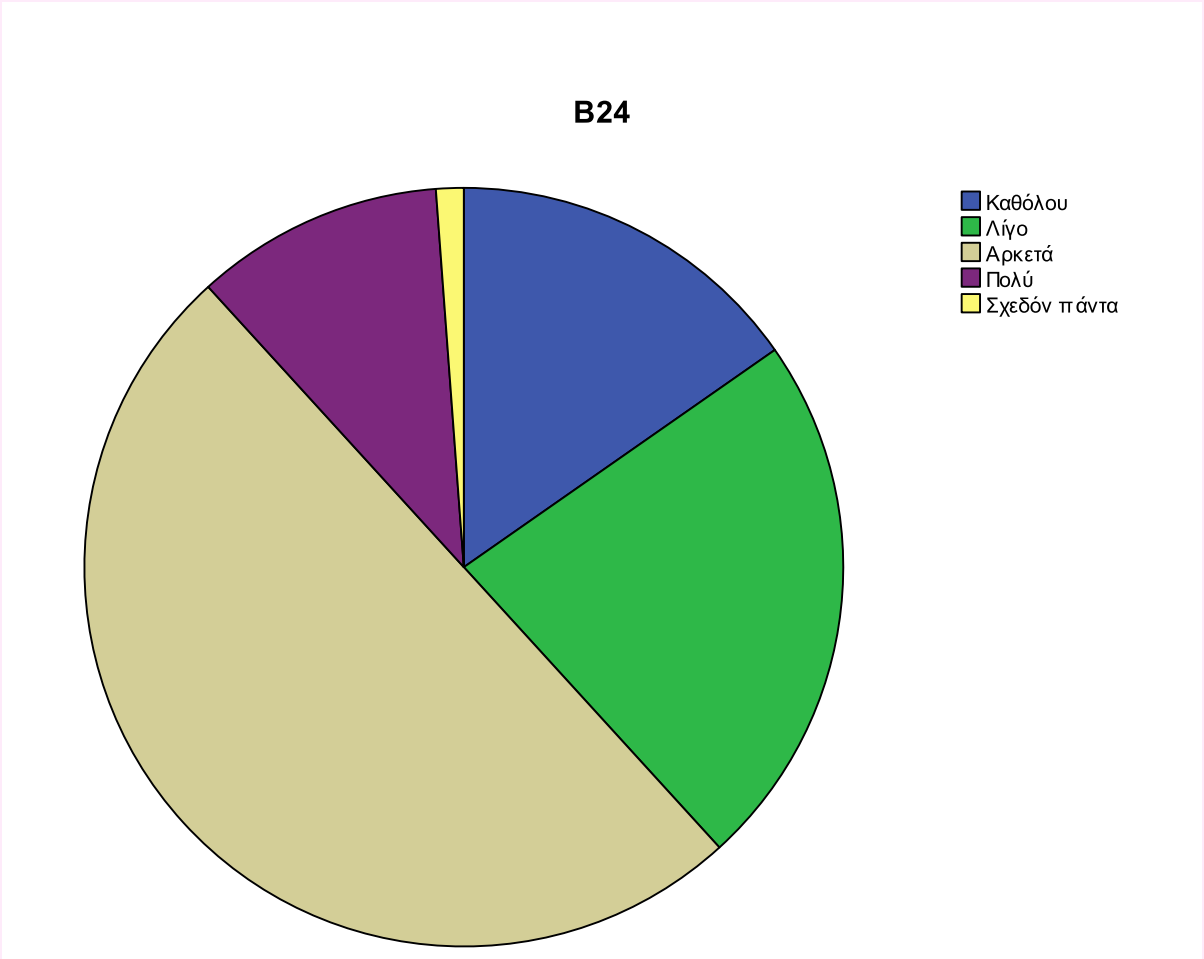


Εδώ θα μπορούσαμε να υποστηρίξουμε ότι τα αποτελέσματα είναι αρκετά ενθαρρυντικά! Η πλειοψηφία των εφήβων που συμμετείχαν, αφιερώνει χρόνο στο διαδίκτυο για να βοηθηθεί στη μελέτη της για το σχολείο και το φροντιστήριο, γνωρίζοντας προφανώς ότι μπορεί να βρει σχεδόν οποιαδήποτε πληροφορία επιθυμεί, μέσα σε ελάχιστο χρόνο και χωρίς να κουραστεί καθόλου.

Η απάντηση «ΚΑΘΟΛΟΥ» σε αυτή την περίπτωση είναι μια μικρή μειοψηφία. Μόλις 1 στους 9 έφηβους δεν ασχολείται καθόλου με το διάβασμά του όσο χρόνο βρίσκεται στο διαδίκτυο. Αντίθετα μπορούμε με ικανοποίηση να εξάγουμε το συμπέρασμα ότι 1 στους 2 έφηβους αφιερώνει μεγάλο μέρος του χρόνου σύνδεσής του με το διαδίκτυο στην εύρεση πληροφοριών που θα τον βοηθήσουν στο διάβασμα και τη μελέτη του, ενώ 3 στους 4 αφιερώνουν έστω και ένα μικρό μέρος του χρόνου παραμονής τους.

Β24) ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΦΟΡΕΣ ΠΟΥ ΠΑΡΑΜΕΛΕΙΤΕ ΤΗ ΜΕΛΕΤΗ ΣΑΣ ΓΙΑ ΝΑ ΑΣΧΟΛΗΘΕΙΤΕ ΜΕ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
alid	Καθόλου	26	15,3	15,3	15,3
	Λίγο	39	22,9	22,9	38,2
	Αρκετά	85	50,0	50,0	88,2
	Πολύ	18	10,6	10,6	98,8
	Σχεδόν πάντα	2	1,2	1,2	100,0
	Total	170	100,0	100,0	



Εδώ τα αποτελέσματα είναι αντίθετα από τα αποτελέσματα του προηγούμενου διαγράμματος. Σύμφωνα με την παραπάνω πίτα, μπορούμε να συμπεράνουμε ότι 2 στους 3 έφηβους παραμελλούν συστηματικά τη μελέτη τους για να ασχοληθούν με οτιδήποτε άλλο έχει σχέση με το διαδίκτυο, ενώ 3 στους 4 το έχουν κάνει έστω και λίγες φορές. Το διαδίκτυο δεν χρησιμεύει μόνο για την επιμόρφωση των εφήβων, αλλά , όπως παρατηρούμε, μπορεί να είναι και τροχοπέδη για αυτήν, γιατί τους αποσπά χρόνο και διάθεση.

Μπορούμε εδώ να συμπεράνουμε ότι το ΙΔΙΟ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ, μπορεί να χρησιμοποιηθεί από ΤΟΥΣ ΙΔΙΟΥΣ ΕΦΗΒΟΥΣ, με 2 εντελώς αντίθετους τρόπους όσον αφορά τη μελέτη τους. Τα αποτελέσματα δείχνουν μια εσωτερική σύγκρουση των εφήβων στο θέμα αυτό.

Οι ίδιοι έφηβοι που το χρησιμοποιούν για να διαβάσουν και να εμπλουτίσουν τη μελέτη τους, το χρησιμοποιούν συχνά για να σταματήσουν να μελετούν και να ασχοληθούν με κάτι άλλο. Τα στατιστικά αποτελέσματα μας οδηγούν ακριβώς στο παραπάνω συμπέρασμα. 3 στους 4 χρησιμοποιούν, έστω και για λίγο χρόνο το διαδίκτυο για να μελετήσουν και να βοηθηθούν για το σχολείο και το φροντιστήριο, και το ίδιο ποσοστό χρησιμοποιεί το διαδίκτυο για να αποφύγει τη μελέτη, ασχολούμενο με οτιδήποτε άλλο θα μπορούσε μέσα στο διαδίκτυο.

Μπορούμε να πούμε πως οι συμπεριφορές και οι αποφάσεις των εφήβων στο θέμα διαδίκτυο και εκπαίδευση δεν είναι σταθερές και μάλλον αλλάζουν από μέρα σε μέρα, αν όχι από στιγμή σε στιγμή, ανάλογα με τη διάθεσή τους.

Frequencies

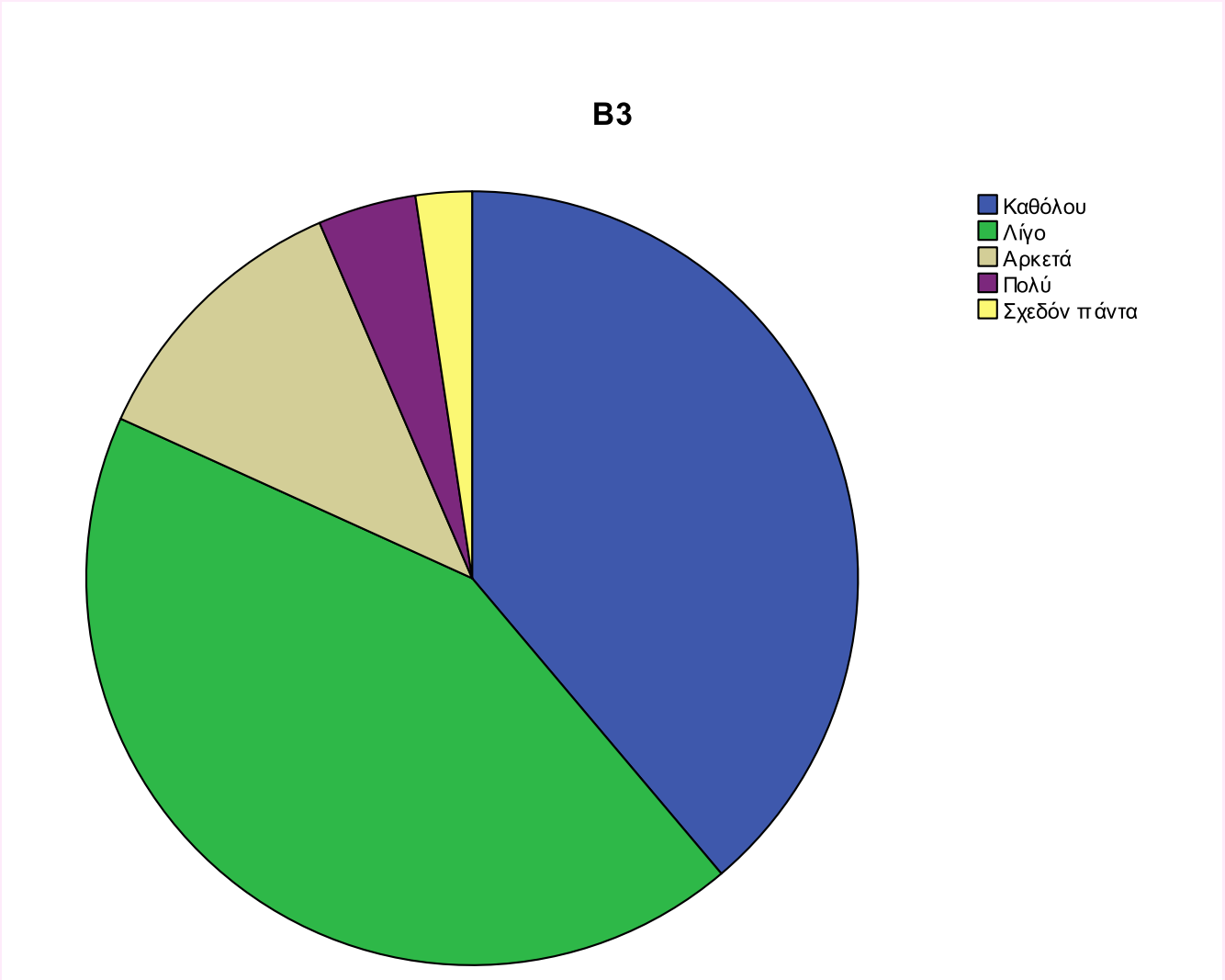
[DataSet1] C:\Users\Spiros\Desktop\Spyropoulos_final.sav

Statistics

		B3	B19
N	Valid	170	170
	Missing	0	0

Β3) ΣΥΖΗΤΑΤΕ ΜΕ ΤΟΥΣ ΓΟΝΕΙΣ ΣΑΣ ΤΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΠΟΥ ΣΥΝΑΝΤΑΤΕ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	66	38,8	38,8	38,8
	Λίγο	73	42,9	42,9	81,8
	Αρκετά	20	11,8	11,8	93,5
	Πολύ	7	4,1	4,1	97,6
	Σχεδόν πάντα	4	2,4	2,4	100,0
	Total	170	100,0	100,0	



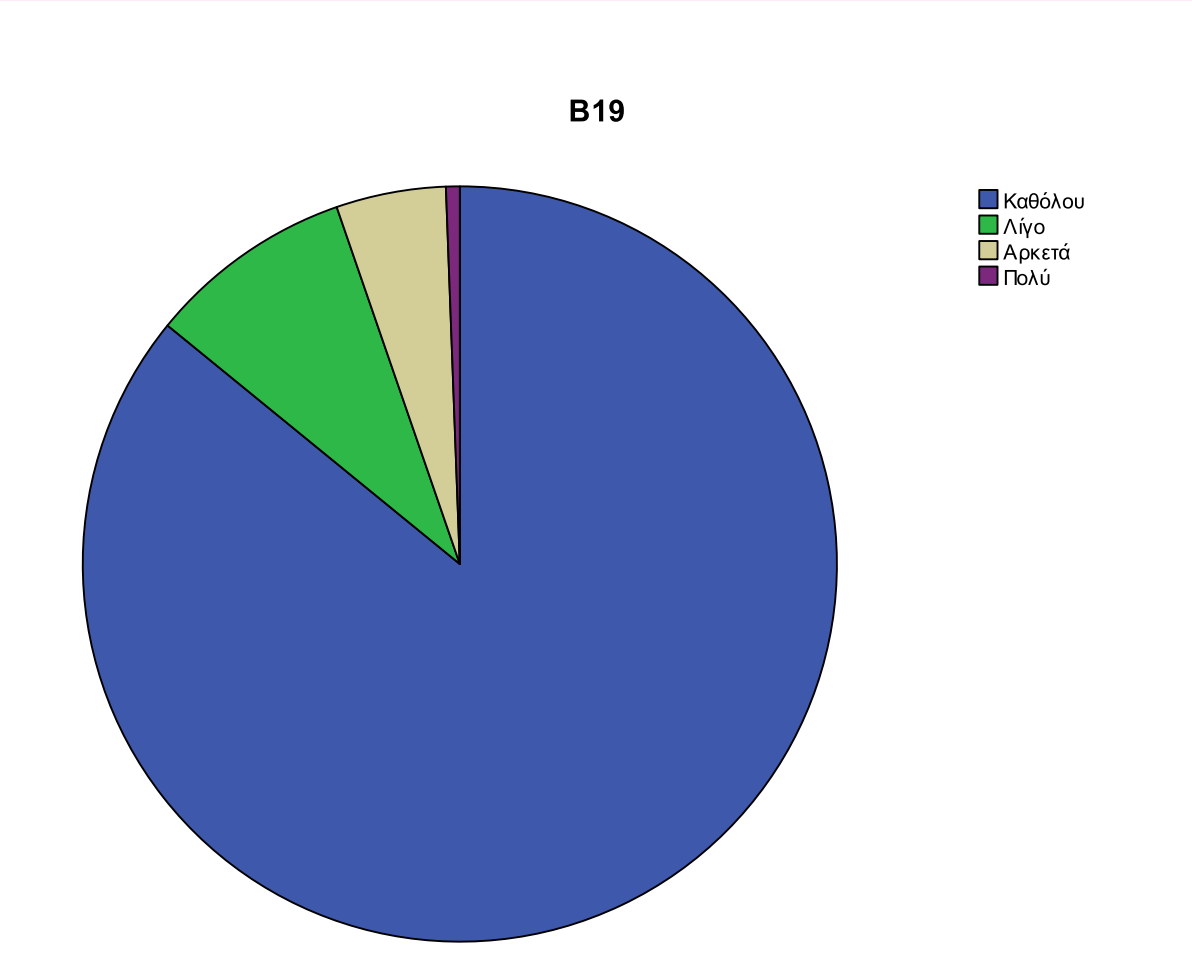
Οι περισσότεροι έφηβοι κρατούν κρυφό από τους γονείς τους το περιεχόμενο των πληροφοριών που λαμβάνουν και επεξεργάζονται μέσω του διαδικτύου. Το θεωρούν σαν προσωπικό δεδομένο και δεν αισθάνονται άνετα να το μοιραστούν με τους γονείς τους. Το 38,8% δεν συζητάει καθόλου με τους γονείς του για το τι συνάντησε στο διαδίκτυο, ενώ το 42,9% συζητά λίγο.

Αν αθροίσουμε τα ποσοστά των ερωτηθέντων που δήλωσαν ότι συζητούν με τους γονείς τους για τις πληροφορίες που συνάντησαν, θα διαπιστώσουμε ότι σχεδόν μόλις 1 στους 5 έφηβους συζητά έστω και αρκετά τα διαδικτυακά του θέματα με τους γονείς του. Οι υπόλοιποι τα συζητούν από λίγο έως και καθόλου.

Επομένως, οι έφηβοι διστάζουν να κάνουν αποκαλύψεις και συζητήσεις με τους γονείς τους, φοβούμενοι ίσως την άρνηση και τον εκνευρισμό που θα αντιμετωπίσουν.

Β19) ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣΤΕ ΚΑΠΟΙΟΝ ΕΙΔΙΚΟ ΓΙΑ ΕΠΙΛΥΣΗ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ (ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΩΝ, ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ, ΝΟΜΙΚΩΝ) ΠΟΥ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	146	85,9	85,9	85,9
	Λίγο	15	8,8	8,8	94,7
	Αρκετά	8	4,7	4,7	99,4
	Πολύ	1	,6	,6	100,0
	Total	170	100,0	100,0	



Το παραπάνω διάγραμμα είναι ξεκάθαρο. Η συντριπτική πλειοψηφία των εφήβων δεν επισκέπτεται κανέναν ειδικό για επίλυση προβλημάτων που μπορεί να έχουν και σχετίζονται με το διαδίκτυο. Αυτό μπορεί να συμβαίνει είτε γιατί δε γνωρίζουν ότι έχουν προβλήματα τέτοιας φύσης, είτε γιατί το γνωρίζουν ή έστω το υποψιάζονται, αλλά ταυτόχρονα το αρνούνται[10]. Μόλις το 14,1% έχει απευθυνθεί έστω και μία φορά σε κάποιον ειδικό για τέτοια προβλήματα.

Από τα 2 παραπάνω διαγράμματα παρατηρούμε ότι οι έφηβοι χρήστες του διαδικτύου, ακολουθούν το δρόμο της απομόνωσης για τις πληροφορίες που λαμβάνουν και επεξεργάζονται, καθώς και για τα όποια προβλήματα μπορεί να αντιμετωπίσουν ή να δημιουργηθούν στους ίδιους. Προτιμούν να αντιμετωπίσουν αυτές τις καταστάσεις μόνοι τους, και αφήνουν έξω από αυτές, ανθρώπους που νοιάζονται για αυτούς, όπως οι γονείς τους, ή ανθρώπους ειδικούς που θα μπορούσαν να προσφέρουν εξειδικευμένη βοήθεια. Επίσης παρατηρείται μια ενδεχόμενη μορφή άρνησης του προβλήματος καθώς και μια μορφή ενδοοικογενειακής αποξένωσης και απομόνωσης.

[10] http://www.eurocharity.gr/article.php?article_id=1343

Frequencies

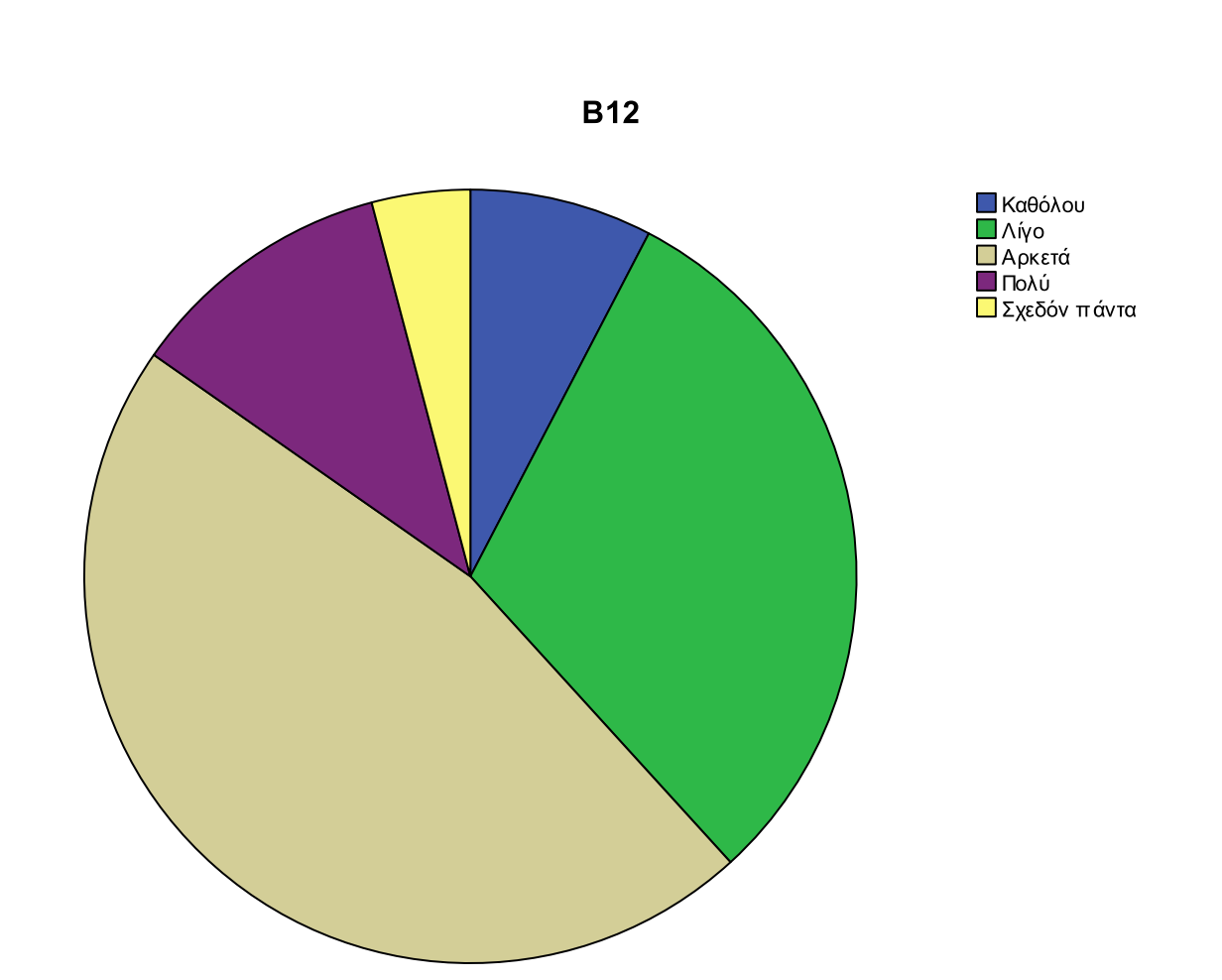
[DataSet1] C:\Users\Spiros\Desktop\Spyropoulos_final.sav

Statistics

		B12	B15
N	Valid	170	170
	Missing	0	0

Β12) ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΕ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΣΑΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΤΡΕΧΟΝΤΑΙ ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΓΕΓΟΝΟΤΑ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ;

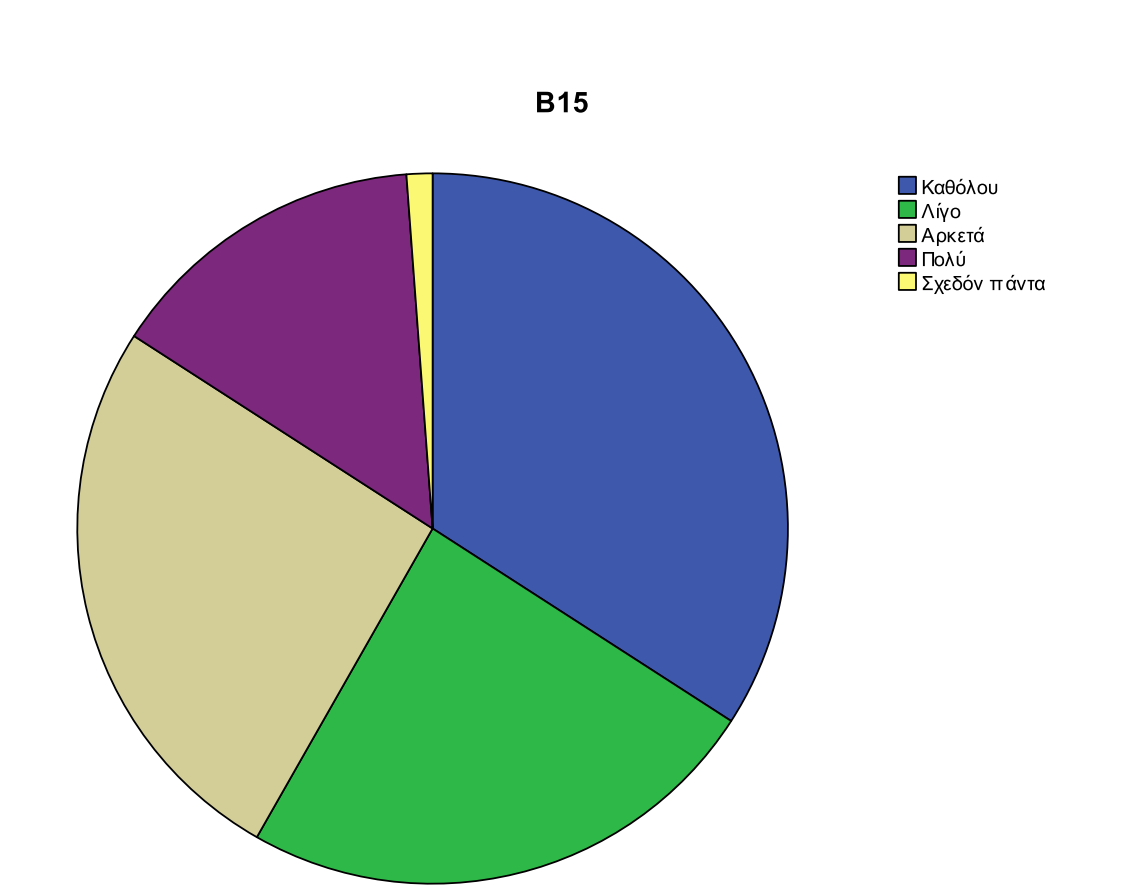
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	13	7,6	7,6	7,6
	Λίγο	52	30,6	30,6	38,2
	Αρκετά	79	46,5	46,5	84,7
	Πολύ	19	11,2	11,2	95,9
	Σχεδόν πάντα	7	4,1	4,1	100,0
	Total	170	100,0	100,0	



Ιδιαιτέρως ενθαρρυντικά είναι τα εξαγόμενα συμπεράσματα από το παραπάνω διάγραμμα. Σχεδόν 2 στους 3 έφηβους έχουν εισάγει στην καθημερινότητά τους την ενημέρωσή τους μέσω του διαδικτύου για τα τρέχοντα ζητήματα και συμβάντα της κοινωνίας. Αν συμπεριλάβουμε και το ποσοστό της απάντησης «ΛΙΓΟ» στα συμπεράσματά μας, βλέπουμε ότι πάνω από 9 στους 10 έφηβους χρησιμοποιούν, έστω και όχι όλοι σε καθημερινή βάση, το διαδίκτυο για την ενημέρωσή τους για τα θέματα που απασχολούν την κοινωνία μας και όλο τον κόσμο. Οι έφηβοι επομένως, δεν μένουν ανενεργοί και άβουλοι, αλλά ενημερώνονται και γνωρίζουν τι τους περιμένει «εκεί έξω».

Β15) ΚΑΤΑΘΕΤΕΤΕ ΤΗΝ ΑΠΟΨΗ ΣΑΣ ΣΕ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ ΟΠΟΥ ΕΚΦΕΡΟΝΤΑΙ ΑΠΟΨΕΙΣ ΚΑΙ ΓΙΝΟΝΤΑΙ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΔΙΑΦΟΡΑ ΘΕΜΑΤΑ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΗΝ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟΤΗΤΑ;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	58	34,1	34,1	34,1
	Λίγο	41	24,1	24,1	58,2
	Αρκετά	44	25,9	25,9	84,1
	Πολύ	25	14,7	14,7	98,8
	Σχεδόν πάντα	2	1,2	1,2	100,0
	Total	170	100,0	100,0	



Παρά τις φήμες που θέλουν τους έφηβους να ενδιαφέρονται μόνο για τη διασκέδαση και άλλα προσωπικά τους θέματα, το παραπάνω διάγραμμα μας δείχνει ότι οι έφηβοι κατά ένα μεγάλο ποσοστό, ανταλλάσουν απόψεις και προβληματισμούς σε ιστοσελίδες που είναι εξειδικευμένες για αυτόν τον σκοπό. Τα γνωστά σε όλους μας πια BLOGS. Με αυτόν τον τρόπο οι έφηβοι αλληλεπιδρούν κοινωνικά, έστω και από απόσταση, και συζητούν για θέματα που απασχολούν τους ίδιους ή συνανθρώπους τους ή και την κοινωνία γενικότερα. 2 στους 3 έφηβους έχουν επισκεφθεί έστω και περιστασιακά τέτοιου είδους ιστοσελίδες, ενώ το 40,8% το κάνει σε σχεδόν καθημερινή βάση.

Παρά τα στερεότυπα περί πνευματικής και κοινωνικής αδράνειας και ωχαδερφισμού των εφήβων, τα 2 παραπάνω διαγράμματα μας διαψεύδουν πανηγυρικά. Οι περισσότεροι έφηβοι ενημερώνονται σε σχεδόν καθημερινή βάση για τα κοινωνικά θέματα που μας απασχολούν, μέσω του διαδικτύου, ενώ επισκέπτονται και ιστοσελίδες όπου μπορούν να καταθέσουν την άποψή τους, διαβάσουν και άλλες απόψεις και να προβληματιστούν κοινωνικά. Στην εποχή της τεχνολογίας και της παγκοσμιοποίησης, το διαδίκτυο είναι ίσως το σημαντικότερο μέσο κοινωνικών ζυμώσεων.

Frequencies

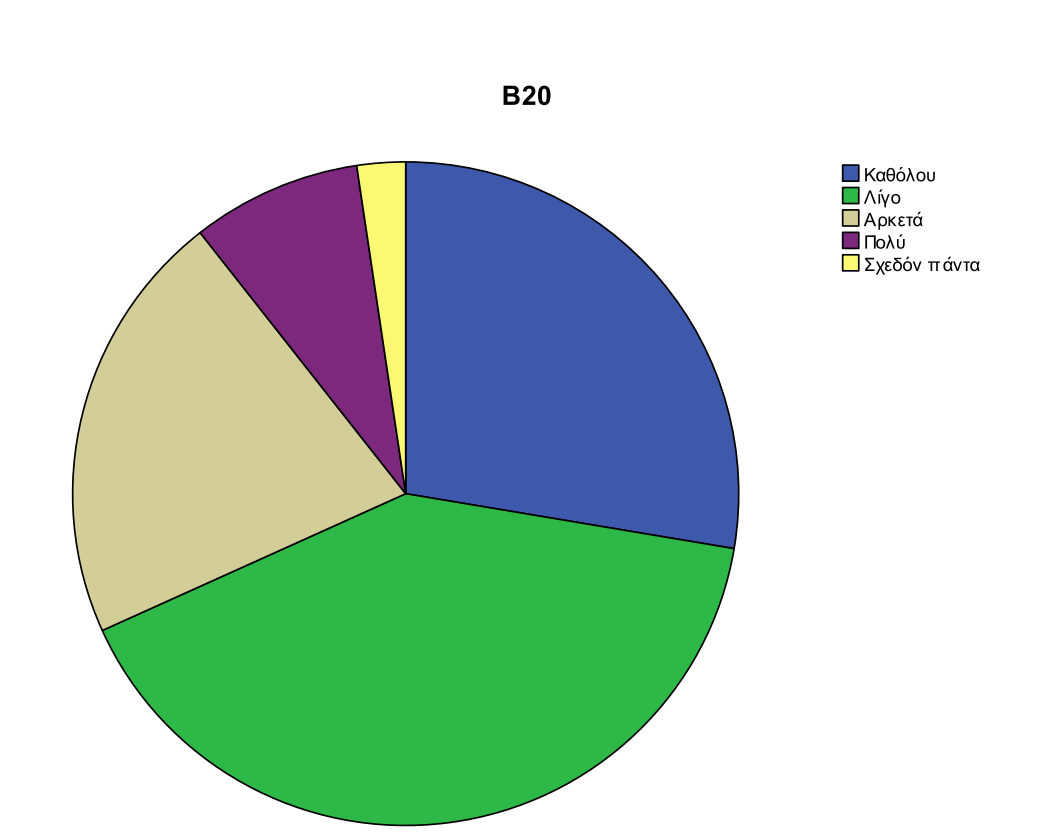
[DataSet1] C:\Users\Spiros\Desktop\Spyropoulos_final.sav

Statistics

		B20	B26	B18
N	Valid	170	170	170
	Missing	0	0	0

Β20) ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΦΟΡΕΣ ΠΟΥ ΕΧΕΤΕ ΝΙΩΣΕΙ ΟΤΙ ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΕΙΤΕ ΚΑΛΥΤΕΡΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΣΥΝΑΝΘΡΩΠΟΥΣ ΣΑΣ ΑΠΟ ΟΤΙ ΜΕ ΤΗΝ ΔΙΑΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ;

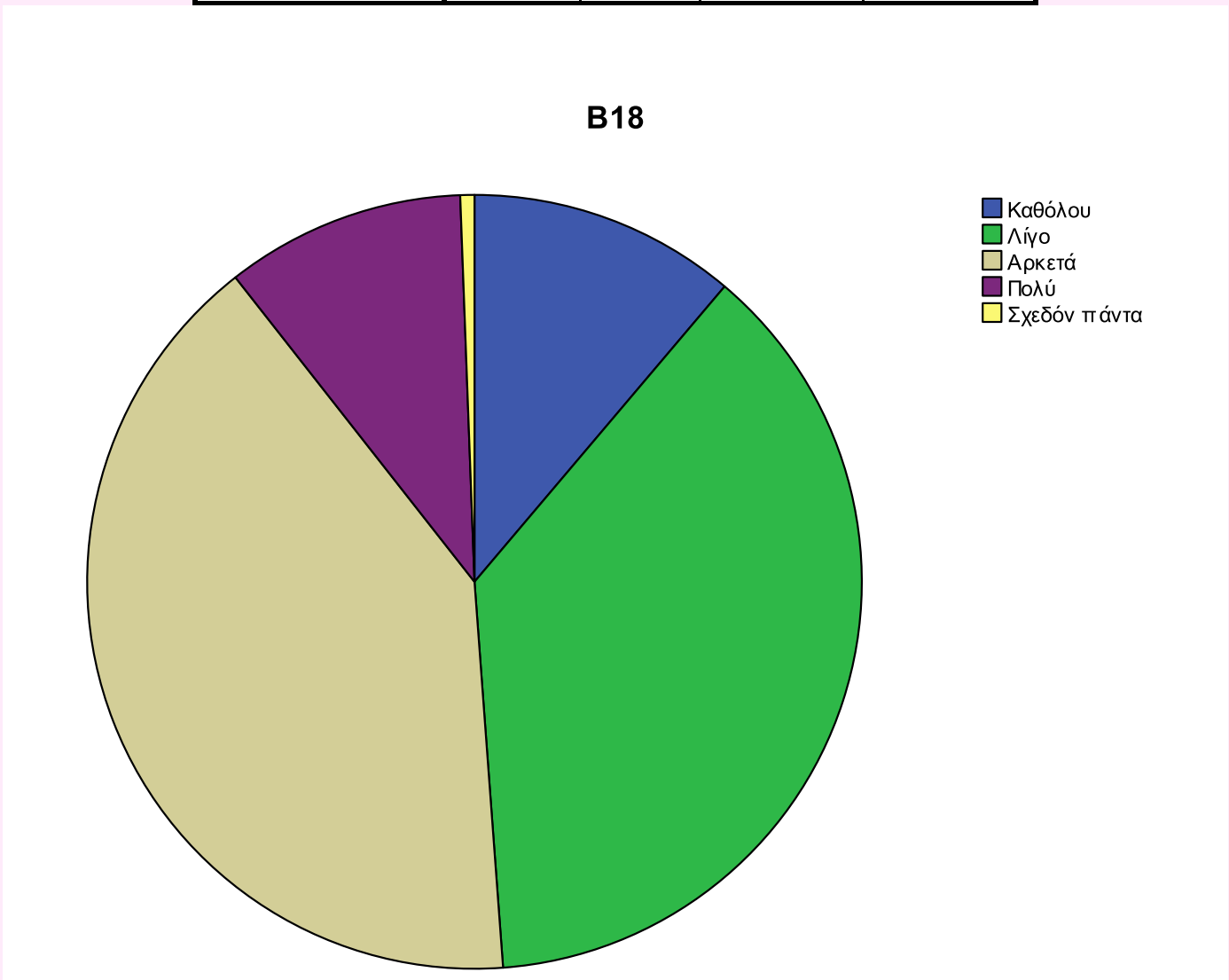
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	47	27,6	27,6	27,6
	Λίγο	69	40,6	40,6	68,2
	Αρκετά	36	21,2	21,2	89,4
	Πολύ	14	8,2	8,2	97,6
	Σχεδόν πάντα	4	2,4	2,4	100,0
	Total	170	100,0	100,0	



Εξετάζοντας το παραπάνω διάγραμμα πίτας, θα διαπιστώσουμε ότι 1 στους 3 έφηβους προτιμά περισσότερο την επαφή με συνανθρώπους του μέσω του διαδικτύου, παρά με την απευθείας διαπροσωπική επαφή, πιστεύοντας πως έτσι επικοινωνεί καλύτερα. Ειδικότερα, για το 10,6% του δείγματός μας, η παραπάνω ερώτηση αποτελεί μια παγιωμένη άποψη και υπάρχουν πολλές φορές που έχουν νιώσει έτσι, όπως απαντούν και οι ίδιοι. Το ποσοστό της απάντησης «ΚΑΘΟΛΟΥ» είναι ανησυχητικά μικρό, ενώ και το ποσοστό της απάντησης «ΛΙΓΟ» δε μας αφήνει ιδιαίτερα ικανοποιημένους. Αν αθροιστεί με τα ποσοστά που συμφωνούν με την παραπάνω άποψη τότε φτάνουμε στο συμπέρασμα ότι 3 στους 4 έφηβους έχουν σκεφτεί, άλλοι πολύ και άλλοι λιγότερο, ότι επικοινωνούν καλύτερα με τους συνανθρώπους τους μέσω του διαδικτύου από ότι αν βρισκόντουσαν μαζί στον ίδιο χώρο και συνομιλούσαν. Ένα μεγάλο ποσοστό των εφήβων, προτιμάει πλέον την οθόνη και το μικρόφωνο για την επικοινωνία του με τον έξω κόσμο, από το να μπει στη διαδικασία να βγει έξω, να δει με τα μάτια του, να δράσει, αλλά και να αλληλεπιδράσει με τους γύρω του. Πρέπει να προβληματιστούμε όλοι μας για την έλλειψη ερεισμάτων και ερεθισμάτων σε ένα σεβαστό ποσοστό των εφήβων ώστε να επιθυμούν να λειτουργήσουν σαν ένα ομαλό κοινωνικό σύνολο.

Β18) ΕΙΣΤΕ ΠΑΡΕΑ ΜΕ ΦΙΛΟΥΣ Η ΓΝΩΣΤΟΥΣ ΟΤΑΝ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣΤΕ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	19	11,2	11,2	11,2
	Λίγο	64	37,6	37,6	48,8
	Αρκετά	69	40,6	40,6	89,4
	Πολύ	17	10,0	10,0	99,4
	Σχεδόν πάντα	1	,6	,6	100,0
	Total	170	100,0	100,0	



Εντύπωση προκαλούν τα αποτελέσματα που μπορούμε να εξάγουμε από το παραπάνω διάγραμμα. 1 στους 2 έφηβους επισκέπτεται το διαδίκτυο παρέα με φίλους ή γνωστούς σε σχεδόν καθημερινή βάση, ενώ περίπου 9 στους 10 το έχουν κάνει έστω και λίγες φορές. Η επιθυμία για επίσκεψη στους χώρους και εκμετάλλευση των υπηρεσιών και θεαμάτων που προσφέρει το διαδίκτυο, είναι από μόνη της ένας τεράστιο μέσο κοινωνικοποίησης και παράγοντας κοινωνικότητας.

Μπορεί αρκετοί έφηβοι να προτιμούν τη μοναξιά και την ασφάλεια της οθόνης για την επικοινωνία τους, η προτίμησή τους όμως είναι ξεκάθαρη και σαφής όταν επισκέπτονται το διαδίκτυο: Προτιμούν να είναι παρέα με φίλους και γνωστούς όταν γίνεται αυτό, ειδικά όταν η επίσκεψή τους, έχει τον ίδιο σκοπό, όπως για παράδειγμα ηλεκτρονικά διαδικτυακά παιχνίδια, προβολή ταινιών στο διαδίκτυο κλπ.

Το ακόμα εντυπωσιακότερο, είναι πως το δείγμα των ερωτηθέντων είναι όλοι χρήστες του διαδικτύου, δηλαδή προτιμούν να είναι με παρέα σε κάποιο κοινό χώρο εστίασης και παροχής διαδικτυακών υπηρεσιών (internet cafe), όταν επισκέπτονται το διαδίκτυο.

Είμαστε αντιμέτωποι με ένα αντιφατικό αποτέλεσμα στην έρευνά μας. Από τη μία αρκετοί από τους έφηβους χρήστες του διαδικτύου προτιμούν την επικοινωνία μέσω των παρεχόμενων υπηρεσιών του, από τη διαπροσωπική επαφή με τους συνανθρώπους τους, από την άλλη προτιμούν, ή μάλλον για να το θέσουμε καλύτερα, απολαμβάνουν να είναι παρέα με φίλους και γνωστούς σε κοινούς χώρους όταν επισκέπτονται το διαδίκτυο. Βλέπουμε εδώ τις αντίθετες όψεις του ίδιου νομίσματος. Από τη μία μπορούμε να πούμε ότι το διαδίκτυο οδηγεί σταδιακά τη νέα γενιά στην αποξένωση, από την άλλη η κοινή επιθυμία για επίσκεψη στο διαδίκτυο, είναι από μόνη της ικανή να φέρει πιο κοντά του χρήστες του, αφού σύμφωνα με τους ίδιους, απολαμβάνουν περισσότερο το διαδίκτυο, όταν βρίσκονται μαζί σε κοινούς χώρους.

ΤΙ ΠΟΣΟΣΤΟ ΤΩΝ ΕΦΗΒΩΝ ΈΧΟΥΝ ΣΚΕΦΤΕΙ ΣΟΒΑΡΑ ΝΑ ΣΤΑΜΑΤΗΣΟΥΝ ΝΑ ΑΣΧΟΛΟΥΝΤΑΙ ΜΕ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΚΑΙ ΠΟΙΑ Η ΣΧΕΣΗ ΤΗΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ ΤΟΥΣ ΜΕ ΤΗΝ ΤΑΞΗ ΠΟΥ ΕΙΝΑΙ ΜΑΘΗΤΕΣ (ΓΥΜΝΑΣΙΟ – ΛΥΚΕΙΟ);

[DataSet1] C:\Users\Spiros\Desktop\Spyropoulos_final.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
CLASS * B23	170	100,0%	0	,0%	170	100,0%

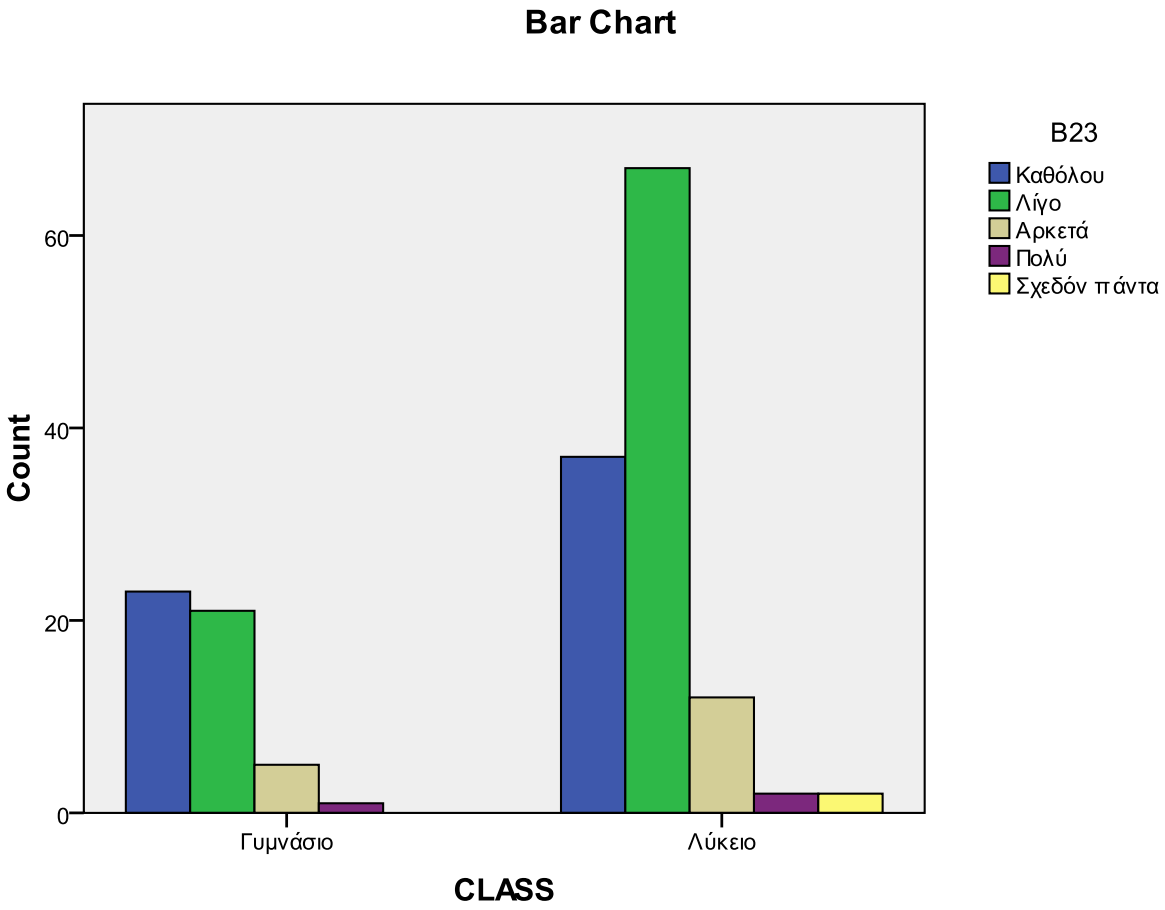
CLASS * B23 Crosstabulation

			B23					
			Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Σχεδόν πάντα	Total
CLASS	Γυμνάσιο	Count	23	21	5	1	0	50
		% within CLASS	46,0%	42,0%	10,0%	2,0%	,0%	100,0%
		% of Total	13,5%	12,4%	2,9%	,6%	,0%	29,4%
	Λύκειο	Count	37	67	12	2	2	120
		% within CLASS	30,8%	55,8%	10,0%	1,7%	1,7%	100,0%
		% of Total	21,8%	39,4%	7,1%	1,2%	1,2%	70,6%
Total		Count	60	88	17	3	2	170
		% within CLASS	35,3%	51,8%	10,0%	1,8%	1,2%	100,0%
		% of Total	35,3%	51,8%	10,0%	1,8%	1,2%	100,0%

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error[a]	Approx. T[b]	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	,115	,073	1,502	,135[c]
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	,124	,078	1,624	,106[c]
N of Valid Cases		170			

a. Not assuming the null hypothesis.



Παρότι από το σύνολο των ερωτηθέντων οι μαθητές λυκείου ήταν περισσότεροι, εντούτοις μπορούμε να καταλάβουμε ότι οι μαθητές του Λυκείου σκέφτονται περισσότερο να σταματήσουν να ασχολούνται με το διαδίκτυο, από ότι αυτοί του Γυμνασίου. Συγκεκριμένα το 69,2% των μαθητών του Λυκείου έχουν σκεφτεί έστω και λίγες φορές ότι θα ήταν καλύτερο για αυτούς να σταματήσουν ή έστω να περιορίσουν την ενασχόλησή τους με το διαδίκτυο. Εμβαθύνοντας περισσότερο θα παρατηρήσουμε ότι το 13,4% έχουν κάνει πιο έντονη αυτή τη σκέψη. Αντίθετα για τους μαθητές του Γυμνασίου μόλις το 54% έχουν σκεφτεί συνολικά να σταματήσουν να ασχολούνται με το διαδίκτυο, ενώ το συνολικό ποσοστό αυτών που το σκέφτονται συχνότερα είναι 12%, λίγο μικρότερο δηλαδή από το αντίστοιχο των μαθητών του Λυκείου. Τα παραπάνω ποσοστά είναι λογικά αν σκεφτεί κανείς ότι οι μαθητές του Λυκείου, έχουν περισσότερες εμπειρίες από τη ζωή, ενδιαφέρονται περισσότερο να βγουν έξω με φίλους και γνωστούς, ενώ υπάρχουν και άλλοι παράγοντες που μπορεί να παίξουν ρόλο, όπως είναι η άθληση, η επιθυμία να γνωρίσουν το άλλο φύλο, κάποια ευκαιριακή εργασία που μπορεί να αποφέρει κάποιο όφελος κ.α. Έτσι μπορούμε να πούμε ότι τα παραπάνω ποσοστά δικαιολογούνται και κατά κάποιον τρόπο ήταν αναμενόμενα.

3.4 ΈΛΕΓΧΟΣ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ ΜΕ ΤΗ ΒΟΗΘΕΙΑ ΤΟΥ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΟΥ ΚΡΙΤΗΡΙΟΥ X^2

3.4.1 Λίγα λόγια το στατιστικό κριτήριο X^2

Το στατιστικό κριτήριο X^2, είναι το κατάλληλο κριτήριο για την περίπτωση που τα δεδομένα μας, είναι κατηγορικά, όπως συμβαίνει και στην περίπτωσή μας. Το χ^2 μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να ερμηνεύσει τη συχνότητα κατηγοριών που προέρχονται μόνο από ένα δείγμα(δείκτης προσαρμογής ή καταλληλότητας – chi square as a goodness of fit test), ή από δυο ή περισσότερα δείγματα (χ^2 για ανεξαρτησία – chi square as a test of independence)

Τα δεδομένα πρέπει να έχουν τη μορφή συχνοτήτων. Το τεστ ουσιαστικά εξετάζει τη σχέση μεταξύ των κατηγοριών στις στήλες και τις γραμμές ενός πίνακα. Εξετάζει αν υπάρχει διαφορά μεταξύ των δεδομένων που έχουν συλλεχθεί (πραγματικές συχνότητες – observed frequencies) και αυτών που θα περιμέναμε να εμφανιστούν αν ίσχυε η μηδενική μας υπόθεση (αναμενόμενες συχνότητες – expected frequencies). Αυτό στην πράξη σημαίνει ότι, αν οι πραγματικές συχνότητες είναι τυχαίες, θα πρέπει να πλησιάζουν αρκετά τις αναμενόμενες συχνότητες. Το χ^2 αντανακλά το μέγεθος των διαφορών μεταξύ των πραγματικών και των αναμενόμενων συχνοτήτων. Όσο μεγαλύτερη είναι η εν λόγω διαφορά, τόσο πιθανότερο είναι να προκύψει στατιστικώς σημαντικό αποτέλεσμα. Το χ^2 υπολογίζεται με βάση τον ακόλουθο τύπο:

$\chi^2 = \Sigma(\Pi - A)^2/A$, όπου:

Π= η πραγματική συχνότητα κάθε κατηγορίας, και

Α= η αναμενόμενη συχνότητα κάθε κατηγορίας.

Το στατιστικό κριτήριο χ^2 είναι πιθανότατα η δοκιμασία που χρησιμοποιείται συχνότερα για τον έλεγχο των υποθέσεων των ερευνών που πραγματοποιούνται από τους κοινωνικούς επιστήμονες. Σε ένα βαθμό, το χ^2 είναι πολύ δημοφιλές λόγω της σχετικής ευκολίας με την οποία ικανοποιούνται οι προϋποθέσεις για τη χρήση του. Πρόκειται για ένα μη παραμετρικό κριτήριο που δεν απαιτεί καμία υπόθεση για την ακριβή μορφή της κατανομής του πληθυσμού[11].

[11] Το κριτήριο X^2 http://www.toposbooks.gr/behavioralstats/samplechapter.pdf

3.4.2 ΜΗΔΕΝΙΚΕΣ ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΠΙΒΕΒΑΙΩΣΗ Η ΑΠΟΡΡΙΨΗ ΤΟΥΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟ ΚΡΙΤΗΡΙΟ X^2

<u>ΥΠΟΘΕΣΗ 1) ΆΡΝΗΣΗ Η ΟΧΙ ΤΟΥ ΕΘΙΣΜΟΥ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΤΑΞΗ (ΓΥΜΝΑΣΙΟ Η ΛΥΚΕΙΟ).</u> **(**ΥΠΟΘΕΤΟΥΜΕ ΟΤΙ ΟΣΟΙ ΕΙΝΑΙ ΜΑΘΗΤΕΣ ΛΥΚΕΙΟΥ, ΕΙΝΑΙ ΠΙΟ ΚΑΤΑΣΤΑΛΑΓΜΕΝΟΙ).

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
B19 * CLASS	170	100,0%	0	,0%	170	100,0%

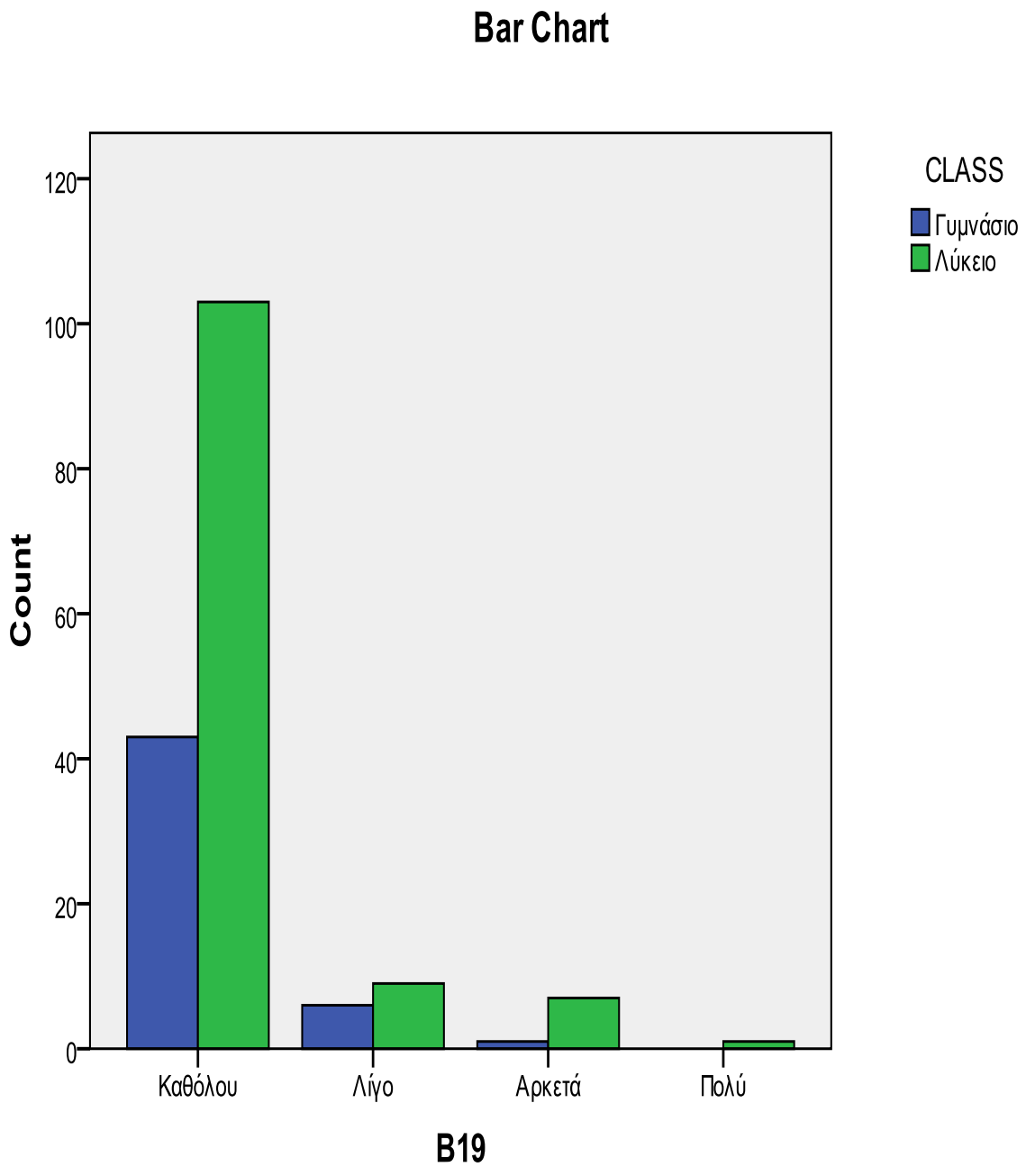
B19 * CLASS Crosstabulation

			CLASS		
			Γυμνάσιο	Λύκειο	Total
B19	Καθόλου	Count	43	103	146
		% within B19	29,5%	70,5%	100,0%
	Λίγο	Count	6	9	15
		% within B19	40,0%	60,0%	100,0%
	Αρκετά	Count	1	7	8
		% within B19	12,5%	87,5%	100,0%
	Πολύ	Count	0	1	1
		% within B19	,0%	100,0%	100,0%
Total		Count	50	120	170
		% within B19	29,4%	70,6%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,329[a]	3	,507
Likelihood Ratio	2,757	3	,431
Linear-by-Linear Association	,389	1	,533
N of Valid Cases	170		

a. 4 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,29.



Το στατιστικό κριτήριο X^2, μας οδηγεί καταρχάς στο συμπέρασμα ότι η τάξη (Γυμνάσιο ή Λύκειο) των ερωτηθέντων, σχετίζεται άμεσα με το αν επισκέπτονται κάποιον ειδικό σε προβλήματα που σχετίζονται με το διαδίκτυο και επομένως μας επιτρέπει να προχωρήσουμε την έρευνα μας, για να δούμε αν η υπόθεσή μας επαληθεύεται ή όχι.

Με μια γρήγορη ματιά παρατηρούμε ότι υπάρχει τεράστιο ποσοστό άρνησης του εθισμού στο διαδίκτυο. Το 86% των εφήβων, αρνείται να επισκεφθεί κάποιον ειδικό σε προβλήματα εθισμού του διαδικτύου και διάφορα άλλα προβλήματα που σχετίζονται με αυτό, επομένως οι ίδιοι οι έφηβοι, δεν παραδέχονται επισήμως πως έχουν κάποιο τέτοιου

έιδους πρόβλημα. Το αρνούνται πεισματικά[12], με ελάχιστες εξαιρέσεις, όπως φαίνεται ξεκάθαρα και από το παραπάνω σύνθετο διάγραμμα.

Να αναφέρουμε εδώ, ότι το πρώτο στάδιο του εθισμού στο διαδίκτυο είναι, σύμφωνα με τους ειδικούς επιστήμονες, η άρνηση του ίδιου το γεγονότος, ότι δηλαδή κάποιος είναι όντως εθισμένος. Οι μαθητές του Λυκείου, θεωρούν επομένως τους εαυτούς του πολύ πιο κατασταλαγμένους από τους αντίστοιχους του Γυμνασίου, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι όντως ισχύει. Αρνούνται οποιοδήποτε πρόβλημα που μπορεί να έχουν και σχετίζεται με το διαδίκτυο, και προφανώς αρνούνται να επισκεφθούν και κάποιον ειδικό σε προβήματα τέτοιας φύσης. Αντίθετα οι μαθητές του Γυμνασίου, μπορεί και αυτοί να αρνούνται ότι έχουν πρόβλημα εθισμού, ή οποιοδήποτε άλλο, αλλά φαίνονται πολύ πιο διαλακτικοί στη στάση τους αυτή. Η υπόθεση μας επομένως επαληθεύεται και στα 2 μέρη της.

ΥΠΟΘΕΣΗ 2) ΤΑ ΠΑΙΔΙΑ ΤΩΝ ΧΩΡΙΣΜΕΝΩΝ ΓΟΝΕΩΝ, ΘΑ ΕΠΙΣΚΕΠΤΟΝΤΑΙ ΣΥΧΝΟΤΕΡΑ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΑΥΤΑ ΤΩΝ ΠΑΝΤΡΕΜΕΝΩΝ ΓΟΝΕΩΝ.

.

Crosstabs

[DataSet1] E:\Στατιστικά δεδομένα\Spyropoulos_final.sav

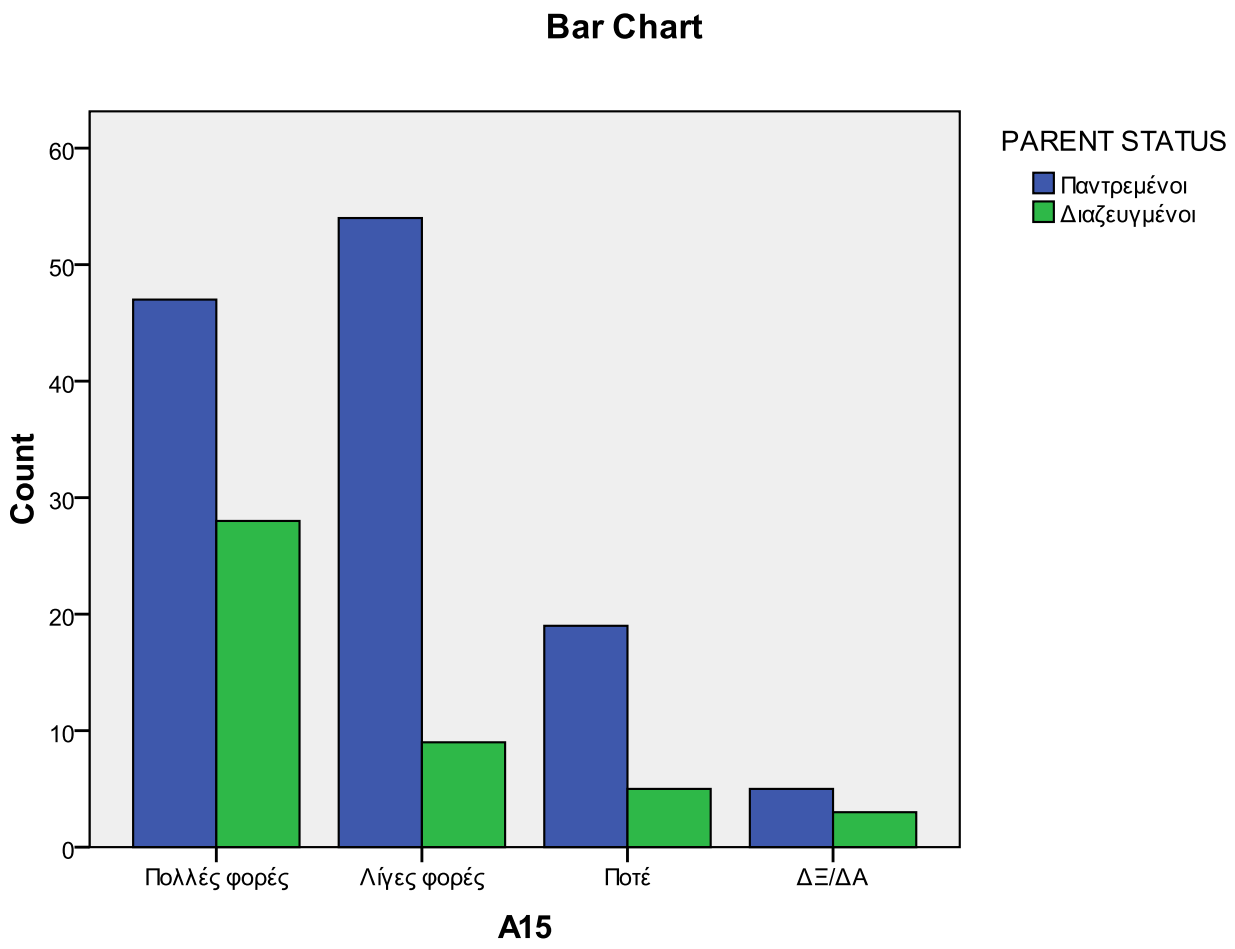
Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
A15 * PARENT STATUS	170	100,0%	0	,0%	170	100,0%

[12] http://www.eurocharity.gr/article.php?article_id=1343

A15 * PARENT STATUS Crosstabulation

			PARENT STATUS		
			Παντρεμένοι	Διαζευγμένοι	Total
A15	Πολλές φορές	Count	47	28	75
		% within A15	62,7%	37,3%	100,0%
	Λίγες φορές	Count	54	9	63
		% within A15	85,7%	14,3%	100,0%
	Ποτέ	Count	19	5	24
		% within A15	79,2%	20,8%	100,0%
	ΔΞ/ΔΑ	Count	5	3	8
		% within A15	62,5%	37,5%	100,0%
	Total	Count	125	45	170
		% within A15	73,5%	26,5%	100,0%



Το στατιστικό κριτήριο X^2, απέρριψε στη συγκεκριμένη υπόθεση. Μας οδηγεί στο συμπερασμα ότι η επισκεψιμότητα σε σελίδες που είναι κατάλληλες μόνο για ενήλικους, και η οικογενειακή κατάσταση δεν έχουν καμία σχέση μεταξύ τους. Υποθέσαμε ότι τα παιδιά των χωρισμένων, θα επισκέπτονται συχνότερα τέτοιου είδους ιστοσελίδες, επειδή η απουσία του ενός εκ των 2 γονέων, περιορίζει τη σωστή σεξουαλική διαπεδαγώγηση των εφήβων και από τους 2 γονείς. Συνήθως, ο γονέας που ζει με το παιδί, θεωρεί το σεξ ως ένα από τα πιο δυνατά ταμπού και αναφέρεται ελάχιστα σε αυτό.

Έτσι οι έφηβοι θα στραφούν στη σεξουαλική διαπεδαγώγηση μέσω αρχείων εικόνας και ήχου σε μια προσπάθειά τους να εγκληματιστούν περισσότερο. Διαψευτήκαμε όμως. Εξετάζοντας ποσοστιαία την επισκεψιμότητα των εφήβων σε τέτοιες ιστοσελίδες (προφανώς δεν έχει νόημα να την εξετάσουμε ποσοτικά – αριθμητικά γιατί τα παιδιά που οι γονείς τους είναι παντρεμένοι, είναι σαφώς περισσότερα) θα παρατηρήσουμε ότι το ποσοστό της, είναι υπερδιπλάσιο σχεδόν για τα παιδιά των παντρεμένων από ότι για αυτά

των χωρισμένων. Η επιθυμία και η περιέργια να γνωριστούν έστω και οπτικά με το σεξ, είναι πολύ μεγάλη όπως φαίνεται, και για τους εφήβους δεν έχει σημασία η οικογενειακή κατάσταση.

ΥΠΟΘΕΣΗ 3) ΟΙ ΕΦΗΒΟΙ ΤΩΝ ΔΥΤΙΚΩΝ ΣΥΝΟΙΚΙΩΝ ΘΑ ΕΠΙΛΕΓΟΥΝ ΣΥΧΝΟΤΕΡΑ ΤΟ ΤΖΟΓΟ ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

```
CROSSTABS   /TABLES=B25 BY REGION   /FORMAT=AVALUE TABLES
/CELLS=COUNT ROW   /COUNT ROUND CELL   /BARCHART.
```

Crosstabs

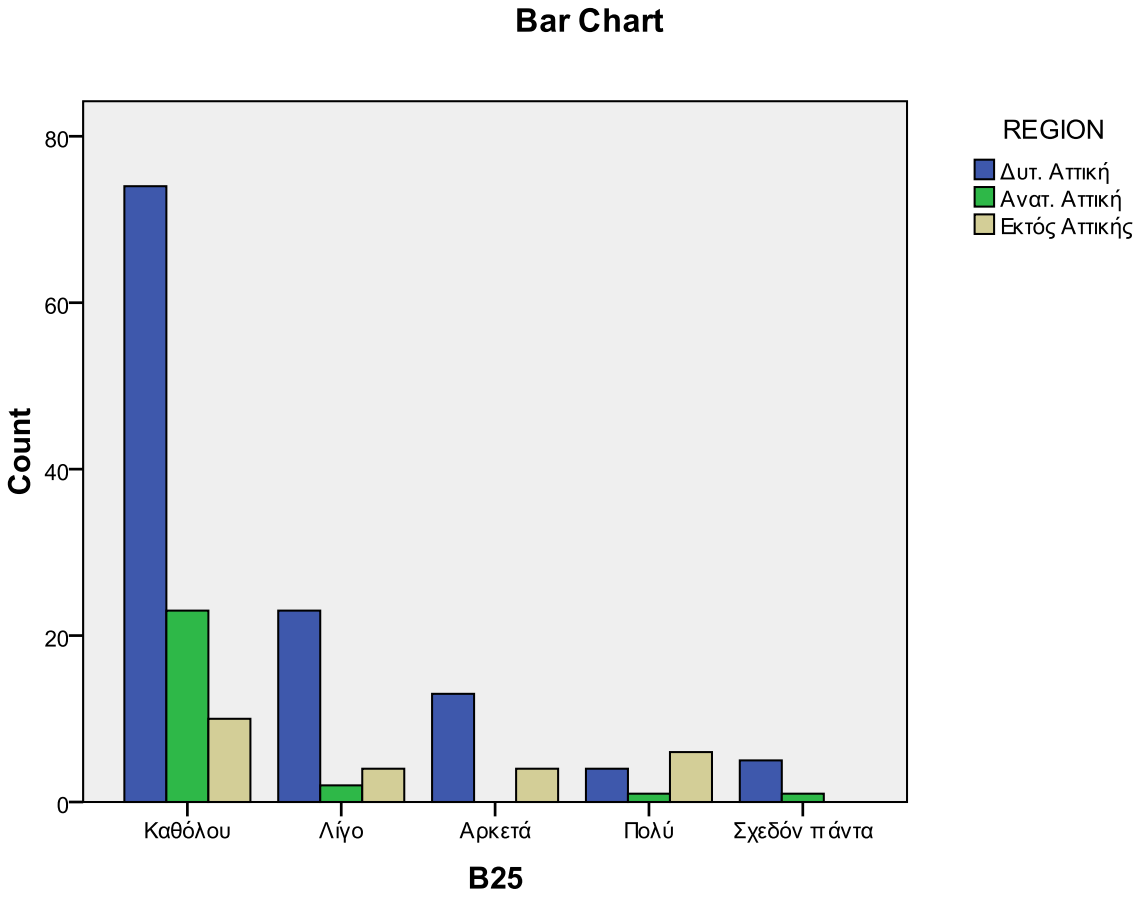
[DataSet1] E:\Στατιστικά δεδομένα\Spyropoulos_final.sav

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
B25 * REGION	170	100,0%	0	,0%	170	100,0%

B25 * REGION Crosstabulation

			REGION			
			Δυτ. Αττική	Ανατ. Αττική	Εκτός Αττικής	Total
B25	Καθόλου	Count	74	23	10	107
		% within B25	69,2%	21,5%	9,3%	100,0%
	Λίγο	Count	23	2	4	29
		% within B25	79,3%	6,9%	13,8%	100,0%
	Αρκετά	Count	13	0	4	17
		% within B25	76,5%	,0%	23,5%	100,0%
	Πολύ	Count	4	1	6	11
		% within B25	36,4%	9,1%	54,5%	100,0%
	Σχεδόν πάντα	Count	5	1	0	6
		% within B25	83,3%	16,7%	,0%	100,0%
	Total	Count	119	27	24	170
		% within B25	70,0%	15,9%	14,1%	100,0%



Ούτε αυτή η υπόθεση μπορεί να στηριχτεί και να εξεταστεί περεταίρω με βάση το στατιστικό κριτήριο X^2. Η συγκεκριμένη μαθηματική μέθοδος μας έδειξε ότι δεν υπάρχει καμία σχέση μεταξύ της επιθυμίας των εφήβων να τζογάρουν και να παίζουν τυχερά παιχνίδια και του τόπου διαμονής τους. Ο αριθμός των ερωτηέντων που κατοικούν στη Δυτική Αττική είναι σαφώς μεγαλύτερος των άλλων 2 κατηγοριών τόπου διαμονής και δε μας βοηθάει ούτε καν για ποσοστιαία στατιστικά συμπεράσματα.

Το μόνο που μπορούμε να πούμε με μια σχετική ασφάλεια είναι ότι οι έφηβοι οδηγούνται κατά ένα μεγάλο ποσοστό στην επιλογή του διαδικτυακού τζόγου. Το 37% των εφήβων έχουν παίξει τυχερά παιχνίδια έστω και 1 φορά κατά το παρελθόν, που σημαίνει πρακτικά ότι σχεδόν ένας στους 3 έφηβους τζογάρει διαδικτυακά, ποσοστό πριν 5 ή 6 χρόνια θα θεωρούταν παράλογο για την ηλικία της εφηβείας.

Η κρίση φαίνεται πως έχει επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό τις επιλογές των εφήβων για την εξασφάλιση επιπρόσθετων χρημάτων, από αυτά που τους δίνουν οι γονείς τους για προσωπικά έξοδα. Βεβαίως, δεν πρέπει να ξεχνάμε και το γεγονός ότι γενικά η Ελλάδα είναι μια από τις 3 πρώτες, αν όχι η πρώτη, σε χρήματα που διαθέτονται προς το τζογάρισμα, είτε διαδικτυακά, είτε απευθείας σε πρακτορία και καζίνο, πράγμα που μπορούμε εν μέρει να επιβεβαιώσουμε και από αυτό το σύνθετο διάγραμμα.

Έχοντας λοιπόν ως δεδομένες, όλες τις παραπάνω πληροφορίες που αντλήσαμε από την ανάλυση των τριών ερευνητικών ερωτημάτων και την επιβεβαίωση και απόρριψη αντίστοιχα, των τριών μηδενικών υποθέσεων με βάση το στατιστικό κριτήριο X^2, μπορούμε πλέον να γενικεύσουμε αυτές τις πληροφορίες με ασφάλεια και να καταλήξουμε σε κάποια γενικά συμπεράσματα και διαπιστώσεις για τις επιδράσεις της χρήσης του Διαδικτύου από τους έφηβους.

4. ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΕΙΣ

Μέσα από την ποσοτική ανάλυση απαντήθηκαν και τα 3 ερευνητικά ερωτήματα. Πιο συγκεκριμένα, καταλήξαμε ότι όντως το Διαδίκτυο, από τη στιγμή που «έκανε την εμφάνισή του» στην Ελλάδα μέχρι και σήμερα, είναι ευρέως διαδεδομένο χάρη στις τεράστιες δυνατότητες που έχει για παροχή πληροφοριών και υπηρεσιών, καθώς επίσης και δυνατότητες επικοινωνίας και ψυχαγωγίας. Τα συμπεράσματά μας, εναρμονίζονται με τη θεωρία για το Διαδίκτυο όπως αυτή διατυπώθηκε στο θεωρητικό μέρος της εργασίας. Πιο συγκεκριμένα, αρχικά οι χρήστες του Διαδικτύου ήταν στην πλειοψηφία τους άντρες και μάλιστα ενήλικες που ζούσαν κυρίως στα αστικά κέντρα. Με τον καιρό οι γυναίκες άρχισαν να ασχολούνται εντονότερα, ενώ και οι έφηβοι έγιναν σταδιακά οι κυρίαρχοι χρήστες και φτάσαμε στην εποχή όπου γυναίκες και άντρες ασχολούνται το ίδιο, ενώ οι ηλικίες δεν παίζουν πλέον κανένα ρόλο και δεν αποτελούν ταμπού.

Το διαδίκτυο ενώ στην αρχή θεωρούταν ένα είδος πολυτελείας, μέσα από την ανάλυσή μας, διαπιστώνεται ότι πλέον είναι αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας μας, και δη στους έφηβους, όπου η πλειοψηφία είναι αρκετά ευχαριστημένη με τις υπηρεσίες και τις δυνατότητες που παρέχονται, ενώ υπάρχει κι ένα ποσοστό που δε θα μπορούσε να φανταστεί τη ζωή του χωρίς το διαδίκτυο.

Για το σημερινό έφηβο, το Διαδίκτυο αποτελεί το σημαντικότερο μέσο κοινωνικοποίησης και ενημέρωσης για θέματα που αφορούν την καθημερινότητα. Βέβαια οι έφηβοι, γνωρίζουν στην πλειοψηφία τους, ότι η έντονη χρήση του σε καθημερινή βάση εμπεριέχει κινδύνους, όπως αποδεικνύεται από την ερευνά μας, αλλά υπάρχει ένα μεγάλο ποσοστό που τους αγνοεί επιδεικτικά, ενώ τα οπτικοακουστικά δεδομένα που δέχονται καθημερινά επηρεάζουν κατά ένα ποσοστό της συμπεριφορά τους. Σε κάποιες περιπτώσεις τους οδηγούν ακόμα και σε βανδαλισμούς και διενέξεις με φίλους ή αγαπημένα τους πρόσωπα. Το Διαδίκτυο δεν είναι τόσο «αθώο» όσο φαίνεται, και οι έφηβοι δε δείχνουν να είναι αρκετά ώριμοι και έτοιμοι να «φιλτράρουν» τον ωκεανό πληροφοριών που δέχονται.

Ευχάριστο είναι το γεγονός ότι στην πλειοψηφία τους οι έφηβοι χρησιμοποιούν τις δυνατότητές του για να μελετήσουν για τα μαθήματα του σχολείου ή για κάποιες εργασίες τους, καθώς επίσης ότι ακόμα κι αν από τους περισσότερους θεωρείται ο κυριότερος λόγος αποξένωσης των ανθρώπων, δεν μπορούμε να παραγνωρίζουμε ότι στους έφηβους αρέσει να συναθροίζονται για να το επισκεφθούν κι έτσι, έστω και έμμεσα, βοηθά στην κοινωνικότητα και την ανάπτυξη συνεργασίας και ομαδικότητας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΓΕΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Αρσένης Δ. Σπύρος, 2010, «Βασικές έννοιες του Διαδικτύου» στο: Αρσένης Δ. Σπύρος, 2010, «*Διαδίκτυο και κοινωνικές επιστήμες*» Αθήνα: Κλειδάριθμος, σ: 23.

Bell J. , 1997 «Σχεδιασμός και διεξαγωγή συνεντεύξεων» στο:Bell J.,1997 «*Μεθοδολογικός σχεδιασμός παιδαγωγικής και κοινωνικής έρευνας*» , Ρήγα Αναστασία-Βαλεντίνη (επιμ), Αθήνα: Gutenberg, σ: 143-153.

Εγκυκλοπαίδεια ΠΑΠΥΡΟΣ LAROUSSE BRITANNNICA, 2007, Αθήνα: Πάπυρος, τόμος 17, λήμμα Διαδίκτυο, σ: 61-63.

Ιωαννίδη-Καπόλου Ε., 2006 «*Κοινωνιολογική έρευνα. Μέθοδοι και Τεχνικές*», Σημειώσεις, Τομέας Κοινωνιολογίας, σ: 3, 6, 10, 12. Διαθέσιμο στον ιστότοπο http://www.google.gr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=2&ved=0CC4QFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.nsph.gr%2FFiles%2F006_Koinoniologias%2FResearch_Stages.doc&ei=dIwdU9HeE8j8ygPK5IBo&usg=AFQjCNEEhoAA4UkjyOU0Gw-klSRzEW3mOQ (πρόσβαση 11.3.2014)

Javeau C., 2000 «Η Έρευνα», «Έβδομο, όγδοο και ένατο στάδιο» στο: Javeau C., 2000 *«Η έρευνα με ερωτηματολόγιο»* , Τζανόνε-Τζώρτζη Κ. (επιμ), Αθήνα: Τυποθήτω, σ: 49-53, 95-120, 148.

Κατερέλος Ι.Δ. 2008, «Η συνέντευξη και το ερωτηματολόγιο», στο: Παπαστάμου Σ (επιμ), 2008, *«Εισαγωγή στην Κοινωνική Ψυχολογία, Επιστημολογικοί προβληματισμοί και μεθοδολογικές κατευθύνσεις»*, Τόμος Α', Αθήνα: Πεδίο, σ: 431-433.

Φίλιας Β., [8]2007, «Ο σχεδιασμός στην κοινωνική έρευνα», «Ποιοτικά Χαρακτηριστικά», «Πολυσταδιακή Δειγματοληψία» στο: Φίλιας Β., [8]2007 «*Εισαγωγή στη Μεθοδολογία και τις τεχνικές των Κοινωνικών Ερευνών»,* Αθήνα: Gutenberg, σ: 28-33, 291, 421-423

Walrand J, 1997, «Εισαγωγή στα τηλεπικοινωνιακά δίκτυα», στο: Walrand J, 1997 «*Δίκτυα Επικοινωνιών*» , Μιλτιάδης Αναγνώστου (επιμ), Αθήνα: Παπασωτηρίου, σ: 10-14.

ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ – ΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ

Εθισμός στο Διαδίκτυο
http://www.eurocharity.gr/article.php?article_id=1343

Έρευνα της FLASH MULTIMEDIA, Ιούνιος 2000

www.metronanalysis.gr/gr/polls/pub4321.html

Ιστορία του Internet

http://www.uth.gr/main/help/helpdesk/internet/internet2.html

www.ntua.com/surveys

Το κριτήριο χ^2

http://en.wikipedia.org/wiki/Chi-squared_test

http://www.toposbooks.gr/behavioralstats/samplechapter.pdf

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ – ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ
ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΜΑΤΙΚΩΝ & ΦΥΣΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΟΜΕΑΣ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ, ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΚΑΙΟΥ
Ηρώων Πολυτεχνείου 9, 15780 Πολυτεχνειούπολη Ζωγράφου, Γενικές Έδρες κτ. Ε 1ος ορ.

ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
Η ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΑΠΟ ΕΦΗΒΟΥΣ

Προσωπικά στοιχεία
Ηλικία:
Τάξη:
Φύλο:
Περιοχή μόνιμης κατοικίας:
Είναι οι γονείς σου διαζευγμένοι; ΝΑΙ ( ) / ΟΧΙ ( )
Τι είδους σύνδεση με το διαδίκτυο έχετε; ISDN – ADSL ( ) / PSTN ( )

<u>Σημειώστε Χ δίπλα από την επιλογή που σας ταιριάζει</u>

Α1) Αφιερώνετε περισσότερο χρόνο στο διαδίκτυο:
α) Τις καθημερινές (Δευτέρα – Παρασκευή) ( )
β) Το Σαββατοκύριακο ( )
γ) Το ίδιο περίπου ( )

Α2) Πόσες ώρες την εβδομάδα χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο;
α) 1-3 ( )
β) 5-8 ( )
γ) 9-12 ( )
δ) περισσότερες ( )

Α3) Πόσες ώρες την εβδομάδα βγαίνετε έξω;
α) 3-4 ( )
β) 5-7 ( )
γ) περισσότερες ( )

Α4) Τι ποσοστό του χρόνου που χρησιμοποιείτε Η/Υ σχετίζεται με το διαδίκτυο;
α) 10% - 20% ( )
β) 30% - 40% ( )
γ) 50% - 70% ( )
δ) περισσότερο ( )

Α5) Τι νιώθετε συνήθως όταν συνδέεστε με το διαδίκτυο; (<u>μπορείτε να επιλέξετε παραπάνω από μια επιλογές</u>)
α) πώρωση ( )
β) ευτυχία ( )
γ) καλή διάθεση ( )
δ) αδιαφορία ( )
ε) δυσφορία ( )
στ) κάτι άλλο ( )

Α6) Τι νιώθετε όταν αποσυνδέεστε από το διαδίκτυο; (μπορείτε να επιλέξετε παραπάνω από μία επιλογές)

α) επιθυμία να ξανασυνδεθείτε σύντομα ( )
β) ευτυχία ( )
γ) καλή διάθεση ( )
δ) ανακούφιση ( )
ε) πνευματική κόπωση ( )
στ) εκνευρισμό ( )
ζ) κάτι άλλο ( )

Α7) Τι είδους ιστοσελίδες επισκέπτεστε συχνότερα;

α) Ενημερωτικές – ειδησεογραφικές ( )
β) Ψυχαγωγικές (κωμικές, ιστοσελίδες παιχνιδιών, quiz, κ.α.) ( )
γ) αθλητικές ( )
δ) κοινωνικής δικτύωσης ( )
ε) άλλου περιεχομένου ( )

Α8) Τι είδους ιστοσελίδες επισκέπτεστε στο διαδίκτυο για την ψυχαγωγία σας;

α) Ιστοσελίδες διαδικτυακών παιχνιδιών ( )
β) Ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης ( )
γ) Ιστοσελίδες με πρόσβαση σε αρχεία εικόνας και ήχου (ταινίες, τραγούδια κλπ) ( )
δ) Όλα τα παραπάνω ( )

Α9) Οι γονείς σας γνωρίζουν ότι επισκέπτεστε ιστοσελίδες του διαδικτύου;

α) Ναι ( )
β) Όχι ( )

Α10) Για όσους απάντησαν ΝΑΙ στην ερώτηση (9)

α) Συμφωνούν πολύ ( )
β) Συμφωνούν λίγο ( )
γ) Ούτε συμφωνούν, ούτε διαφωνούν ( )
δ) Διαφωνούν λίγο ( )
ε) Διαφωνούν πολύ ( )
στ) Δεν ξέρω/Δεν απαντώ ( )

Α11) Πώς θα ήταν η ζωή σας χωρίς το διαδίκτυο;

α) Πολύ καλύτερη ( )
β) Καλύτερη ( )
γ) Ούτε καλύτερη / ούτε χειρότερη ( )
δ) Χειρότερη ( )
ε) Πολύ χειρότερη ( )

Α12) Είστε ευχαριστημένος/η με το είδος και τον όγκο των πληροφοριών που διοχετεύονται στο διαδίκτυο;

α) Πολύ ευχαριστημένος/η ( )
β) Αρκετά ευχαριστημένος/η ( )
γ) Λίγο ευχαριστημένος/η ( )
δ) Καθόλου ευχαριστημένος/η ( )

Α13) Πιστεύετε στην εγκυρότητα των πληροφοριών που λαμβάνετε μέσω του διαδικτύου;
α) Ναι, πιστεύω πως οι πληροφορίες είναι έγκυρες ή μάλλον έγκυρες ( )
β) Όχι, πιστεύω πως μεγάλο ποσοστό των πληροφοριών είναι αναληθείς & κατευθυνόμενες ( )
γ) Δεχόμαστε μεγάλη παραπληροφόρηση και προπαγάνδα μέσω του διαδικτύου ( )

Α14) Η επικοινωνία μέσω του διαδικτύου σας αφήνει ικανοποιημένο/η;
α) Πολύ ικανοποιημένος/η ( )
β)Αρκετά ικανοποιημένος/η ( )
γ) Λίγο ικανοποιημένος/η ( )
δ) Καθόλου ικανοποιημένος/η ( )

Α15) Έχετε επισκεφθεί ποτέ ιστοσελίδες με περιεχόμενο κατάλληλο μόνο για ενήλικες;
α) πολλές φορές ( )
β) λίγες φορές ( )
γ) ποτέ ( )
δ) Δεν ξέρω / Δεν απαντώ ( )

Α16) Πιστεύετε ότι η εκτεταμένη χρήση του διαδικτύου αποξενώνει, αντί να βοηθά στην επικοινωνία;
α) Ναι ( )
β) Όχι ( )
γ) Δεν ξέρω / Δεν απαντώ ( )

Α17) Έχουν επηρεάσει τη συμπεριφορά σας τυχόν πληροφορίες που λάβατε μέσω του διαδικτύου;
α) Πολλές φορές ( )
β) Μερικές φορές ( )
γ) Σπάνια ( )
δ) Ποτέ ( )

Α18) Τι είδους παιχνίδια επιλέγετε για την ψυχαγωγία σας στο διαδίκτυο; <u>(μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία επιλογές)</u>
α) Τυχερά παιχνίδια ( )
β) Αθλητικά ( )
γ) Πολεμικής δράσης ( )
δ) Άλλη κατηγορία ( )
ε) Δεν ασχολούμαι με διαδικτυακά παιχνίδια ( )

Σημειώστε Χ κάτω από την επιλογή που σας ταιριάζει

(Απαντήστε διαλέγοντας μια από τις επιλογές που υπάρχουν δίπλα)	ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΑΡΚΕΤΑ	ΠΟΛΥ	ΣΧΕΔΟΝ ΠΑΝΤΑ
Συναντήσατε στο διαδίκτυο πληροφορίες που σας μείωναν ή σας προσέβαλαν προσωπικά;					
Υπήρχαν γεγονότα που σας έκαναν να νιώσετε έντονη θλίψη ή οργή;					
Συζητάτε με τους γονείς σας το περιεχόμενο των πληροφοριών που συναντάτε στο διαδίκτυο;					
Χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο ως μέσο επικοινωνίας με συνανθρώπους σας;					
Δημοσιεύετε πληροφορίες ή εικόνες από την προσωπική σας ζωή σε διαδικτυακούς χώρους συνεστίασης;					
Γνωρίζετε ανθρώπους μέσω των δωματίων επικοινωνίας του διαδικτύου;					
Έχετε διαπληκτιστεί έντονα με συνανθρώπους σας εξαιτίας κάποιον πράξεων, χειρισμών ή συμπεριφορών απέναντί σας ή προς άλλους που αφορούσαν το διαδίκτυο ή κάποιο θέμα σχετικό με αυτό;					
Αφιερώνετε χρόνο στο διαδίκτυο για να βοηθηθείτε στη μελέτη σας σχετικά με το σχολείο, τα φροντιστήρια, διάφορες εργασίες κλπ;					
Έχετε προσπαθήσει να μιμηθείτε πράξεις ή γεγονότα που είδατε στο διαδίκτυο;					
Έχετε υποπέσει θύμα από φάρσες που αφορούσαν το διαδίκτυο ή κάτι σχετικό με αυτό;					
Συζητάτε με τους γονείς σας ή με άλλους κοντινούς συνανθρώπους, φίλους, συγγενείς τυχόν προσωπικά προβλήματα που προκύπτουν από την ενασχόλησή σας με το διαδίκτυο;					
Χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο για την ενημέρωσή σας σχετικά με τα τρέχοντα ζητήματα και γεγονότα της κοινωνίας;					
Έχετε πέσει θύμα εξαπάτησης (οικονομικής, συναισθηματικής κλπ) από άτομο που γνωρίσατε μέσω διαδικτύου;					
Σας έχουν οδηγήσει πληροφορίες ή γεγονότα που σχετίζονται με το διαδίκτυο σε ακραίες συμπεριφορές (βανδαλισμούς δημόσιας ή ιδιωτικής περιουσίας, κλοπές, βιαιοπραγίες κατά γνωστών ή αγνώστων, επαναλαμβανόμενη διατάραξη κοινής ησυχίας κλπ);					
Καταθέτετε την άποψή σας σε ιστοσελίδες όπου εκφέρονται απόψεις και γίνονται συζητήσεις για διάφορα θέματα που αφορούν την καθημερινότητα (blogs);					
Παίζετε διαδικτυακά παιχνίδια κατά τη διάρκεια της εβδομάδας;					
Οι γονείς σας επισκέπτονται το διαδίκτυο;					
Είστε παρέα με φίλους ή γνωστούς όταν επισκέπτεστε το διαδίκτυο;					

Σημειώστε Χ κάτω από την επιλογή που σας ταιριάζει

(Απαντήστε διαλέγοντας μια από τις επιλογές που υπάρχουν δίπλα)	ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΑΡΚΕΤΑ	ΠΟΛΥ	ΣΧΕΔΟΝ ΠΑΝΤΑ
Επισκέπτεστε κάποιον ειδικό για επίλυση προβλημάτων (ψυχολογικών, οικονομικών, νομικών) που σχετίζονται με το διαδίκτυο;					
Υπάρχουν φορές που έχετε νιώσει ότι μέσω του διαδικτύου επικοινωνείτε καλύτερα με τους συνανθρώπους σας από ότι με την διαπροσωπική επαφή;					
Έχετε μετανιώσει για κάτι που κάνατε ή είπατε για κάποιον γνωστό και έχει σχέση με το διαδίκτυο;					
Αποκρύπτετε από τους γονείς σας το περιεχόμενο των δραστηριοτήτων με τις οποίες ασχολείστε και έχουν σχέση με το διαδίκτυο;					
Υπάρχουν στιγμές που σκέφτεστε πως πρέπει να σταματήσετε να ασχολείστε με το διαδίκτυο;					
Υπάρχουν φορές που παραμελείτε τη μελέτη σας για να ασχοληθείτε με διάφορες δραστηριότητες που έχουν σχέση με το διαδίκτυο;					
Επιλέγετε το διαδίκτυο ως μέσο για τη συμμετοχή σας σε τυχερά παιχνίδια (στοίχημα, πόκερ, ρουλέτα, 21 κλπ);					
Έχετε αισθανθεί ότι επικοινωνείτε καλύτερα με τους συνανθρώπους σας μέσω του διαδικτύου, παρά με την απευθείας διαπροσωπική επαφή;					