



ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ
ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΜΑΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΦΥΣΙΚΩΝ
ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΟΜΕΑΣ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ, ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ
ΔΙΚΑΙΟΥ (ΣΕΜΦΕ)

**Τα ταυτοτικά χαρακτηριστικά των χρηστών Μέσων
Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ) στον αστικό χώρο της
Καλαμάτας.**



ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΗ ΔΙΑΤΡΙΒΗ

ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ Ε. ΤΖΑΒΑΡΑΣ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ:
Κ. ΘΕΟΛΟΓΟΥ
Επίκουρος Καθηγητής ΕΜΠ

Ευχαριστίες

Περίληψη

Εισαγωγή.....	1
Το Διαδίκτυο γίνεται η κεντρική πλατεία για το παγκόσμιο χωριό του αύριο.....	2
Βιβλιογραφικές αναφορές.....	12
ΜΕΡΟΣ Α΄ - Θεωρητικό πλαίσιο	14
1ο ΚΕΦ: Βασικές έννοιες και ορισμοί	15
1.1 Εισαγωγή.....	16
1.2 Από το Web 1.0 στο Web 2.0.....	16
1.3 Κοινωνικά Δίκτυα.....	21
1.3.1 Κοινωνικά Μέσα και Ιστοσελίδες Κοινωνικής Δικτύωσης.....	26
1.3.2 Η ιστορική εξέλιξη των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης.....	30
Βιβλιογραφικές αναφορές.....	33
2ο ΚΕΦ: Οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης	36
2.1 Εισαγωγή.....	37
2.2 Γενικά χαρακτηριστικά	38
2.3 Φίλοι ή ακόλουθοι	41
2.4 Χρήση.....	42
2.5 Κοινωνικό κεφάλαιο	46
Βιβλιογραφικές αναφορές.....	52
3ο ΚΕΦ: Κοινωνιολογικά χαρακτηριστικά των ΜΚΔ.....	55
3.1 Τα ΜΚΔ ως οιονεί κοινωνικοτεχνικά συστήματα	56
3.2 Τα αίτια της ανάπτυξης και διάδοσης των ΜΚΔ	57
3.2.1 Η παγκοσμιοποίηση	57

3.2.2 Ο σύγχρονος τρόπος ζωής	59
3.2.3 Οικονομικοί παράγοντες.....	61
3.3 Επιγραμμική και φυσική επικοινωνία	62
3.3.1 Εικονική Ταυτότητα Χρήστη	64
3.4 Επιπτώσεις και Κοινωνικές διαστάσεις	65
Βιβλιογραφικές αναφορές	68
4ο ΚΕΦ: Η διαμεσολάβηση της κοινωνικότητας από την τεχνολογία και τα κοινωνικά δίκτυα.....	70
4.1 Εισαγωγή.....	71
4.2 Κοινωνικά δίκτυα και κοινωνία των δικτύων.....	73
4.3 Η μεσολάβηση της κοινωνικότητας από τα τεχνολογικά μέσα επικοινωνίας	76
4.4 Κοινότητες και κοινωνικές σχέσεις	79
Βιβλιογραφικές αναφορές	84
5ο ΚΕΦ: Ο ρόλος του διαδικτύου και των ΜΚΔ στην επικοινωνία	87
5.1 Εισαγωγή.....	88
5.2 Η ιδέα πίσω από τα ΜΚΔ	89
5.3 Οι λειτουργικές μονάδες των ΜΚΔ	95
5.4 Ο ρόλος της προσωπικότητας του χρήστη στο Διαδίκτυο και στα ΜΚΔ	98
5.4.1 Νευρωτισμός	98
5.4.2 Εξωστρέφεια ή εσωστρέφεια.....	99
5.4.3 Δεκτικότητα σε εμπειρίες	99
5.4.4 Προσήγεια	100
5.4.5 Ευσυνειδησία.....	100
5.4.6 Σημαντικά συμπεράσματα.....	100
5.5 Η ανθρώπινη επικοινωνία στα ΜΚΔ.....	102
5.5.1 Θετικά στοιχεία των ΜΚΔ	103
5.5.2 Οι αρνητικές πτυχές των ΜΚΔ	105
Βιβλιογραφικές αναφορές	109

ΜΕΡΟΣ Β΄ - Έρευνα πεδίου.....	112
6ο ΚΕΦ: Στατιστική επισκόπηση της χρήσης των ΜΚΔ βάσει της Digital in 2018	113
6.1 Εισαγωγή.....	114
6.2 Έρευνα “Digital in 2018”	114
6.3 Έρευνα “Focus On Tech Life”	131
7ο ΚΕΦ: Η ταυτότητα των σύγχρονων πόλεων της Ελλάδος και ο ρόλος των ΜΚΔ σε περίοδο οικονομικής ύφεσης	135
7.1 Εισαγωγή.....	136
7.2 Οι κοινωνικοπολιτικές αλλαγές που επέφεραν τα ΜΚΔ	137
7.3 Κοινωνικά κινήματα και ΜΚΔ.....	138
7.4 Ψηφιακές ταυτότητες χρηστών.....	141
7.5 Χρήση ΜΚΔ για την κατανόηση της δυναμικής των πόλεων	143
7.6 Σύγχρονη κατοικία και οικονομική κρίση	145
7.7 Ψηφιακοί θύλακες του αστικού χώρου	147
Βιβλιογραφικές αναφορές	151
8ο ΚΕΦ: Χαρτογραφική αποτύπωση των Απογραφικών Δεδομένων της Καλαμάτας.....	154
8.1 Τι είναι το Πανόραμα Απογραφικών Δεδομένων;	155
8.2 Χαρτογραφική αποτύπωση της Καλαμάτας	157
8.2.1 Μεταβλητή: κατανομή πληθυσμού με Ελληνική υπηκοότητα.....	158
8.2.2 Μεταβλητή: Εκπαίδευση.....	159
8.2.3 Μεταβλητή: Απασχόληση	161
8.2.4 Μεταβλητή: Εργαζόμενοι.....	163
8.2.5 Μεταβλητή: Ζητούσε εργασία	164
8.2.6 Μεταβλητή: Ζητούσε εργασία για πρώτη φορά (νέοι άνεργοι).....	165
8.2.7 Μεταβλητή: Συνταξιούχοι	166
Βιβλιογραφικές αναφορές	167

9ο ΚΕΦ: Τα ευρήματα της έρευνας – Η συσχέτιση των μεταβλητών και έλεγχος υποθέσεων.....	168
9.1 Η χρήση των ΜΚΔ από τους ερωτηθέντες.....	169
9.2 Δειγματοληψία.....	170
9.3 Μέθοδοι Έρευνας / Τρόποι Συλλογής των Δεδομένων.....	172
9.3.1 Επιλογή του Δείγματος / Δειγματοληψία.....	172
9.3.2 Μέθοδοι δειγματοληψίας.....	174
9.4 Δειγματοληψία με πιθανότητα.....	174
9.4.1 Απλή τυχαία δειγματοληψία (simple random sampling).....	174
9.4.2 Συστηματική δειγματοληψία (systemic sampling).....	175
9.4.3 Στρωματοποιημένη δειγματοληψία (stratified sampling).....	175
9.4.4 Δειγματοληψία κατά συστάδες (cluster sampling).....	176
9.5 Μη πιθανοθεωρητική δειγματοληψία.....	177
9.5.1 Δειγματοληψία ποσοστών (Quota sampling).....	177
9.5.2 Δειγματοληψία χιονόμπαλας (Snowball sampling).....	180
9.5.3 Δειγματοληψία ευκολίας (προσιτότητας) ή πρόχειρη δειγματοληψία (Accessibility ή haphazard sampling).....	180
9.5.4 Δειγματοληψία κρίσης ή σκοπιμότητας ή σχέδιο μέσου όρου (Judgemental or purposive sampling).....	181
9.6 Ταυτότητα της έρευνας.....	182
9.7 Ποιες είναι οι αιτίες χρήσης των ΜΚΔ, σύμφωνα με τις δηλώσεις των ερωτηθέντων;.....	185
9.8 Πώς συσχετίζονται οι λόγοι για τους οποίους οι ερωτηθέντες χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ με την ηλικία τους;.....	172
9.9 Πώς συσχετίζονται οι λόγοι για τους οποίους οι ερωτηθέντες χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ με την απασχόληση;.....	199
9.10 Πώς συσχετίζονται οι λόγοι για τους οποίους οι ερωτηθέντες χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ με το επίπεδο εκπαίδευσής τους;.....	209
9.11 Πώς συσχετίζεται η ένταση της δραστηριότητας των ερωτηθέντων στα ΜΚΔ με την ηλικία, την απασχόληση και το επίπεδο εκπαίδευσης;.....	219
9.12 Πώς συσχετίζεται η άρνηση χρήσης των ΜΚΔ με την ηλικία, την απασχόληση και το επίπεδο εκπαίδευσης;.....	227
Βιβλιογραφικές αναφορές.....	238

10ο ΚΕΦ: Ερμηνεία αποτελεσμάτων ερωτηματολογίου – Συσχέτιση των μεταβλητών και έλεγχος των υποθέσεων	239
10.1 Ποια η επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή και στις διαπροσωπικές σχέσεις των ερωτηθέντων;	240
10.2 Πώς συσχετίζεται η επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή και στις διαπροσωπικές σχέσεις των ερωτηθέντων με την ομάδα ηλικίας (12-30, 31-45, >46);	248
10.3 Πώς συσχετίζεται η επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή και στις διαπροσωπικές σχέσεις των ερωτηθέντων με το επίπεδο εκπαίδευσης (πρωτοβάθμια ή δευτεροβάθμια εκπαίδευση, ανώτερη εκπαίδευση, μεταπτυχιακό ή διδακτορικό);.....	254
10.4 Πώς συσχετίζεται η επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή και στις διαπροσωπικές σχέσεις των ερωτηθέντων με την ομάδα απασχόλησης (εργαζόμενοι, μη εργαζόμενοι);	260
11ο ΚΕΦ: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	265
Βιβλιογραφικές αναφορές	298
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	299

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι (ανάλυση SPSS)

- ερωτηματολόγιο..... 317

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ

- κωδικοποίηση για SPSS..... 325

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ

- έλεγχοι αξιοπιστίας..... 330

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙV

- πίνακες συχνότητας..... 339

- γράφηματα..... 369



ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ

ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΜΑΘΗΜΑΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΦΥΣΙΚΩΝ
ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΟΜΕΑΣ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ, ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ
ΔΙΚΑΙΟΥ (ΣΕΜΦΕ)

Τα ταυτοτικά χαρακτηριστικά των χρηστών Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ) στον αστικό χώρο της Καλαμάτας

The identity features and profile of the Social
Networks' users in the urban space of Kalamata,
Messinia, Greece

ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΗ ΔΙΑΤΡΙΒΗ

ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ Ε. ΤΖΑΒΑΡΑΣ

Πτυχιούχος Στατιστικής & Ασφαλιστικής Επιστ. Πανεπιστημίου Πειραιώς
Κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου στην Πληροφορική στο Danube University of
Krems (Austria)

Κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου στα Πληροφοριακά Συστήματα στο ΕΑΠ

Τριμελής συμβουλευτική επιτροπή

1. Θεολόγου Κ.
2. Πρωτοπαπαδάκης Ε.
3. Γκόνος Ι.

Επταμελής συμβουλευτική επιτροπή

1. Θεολόγου Κ.
2. Πρωτοπαπαδάκης Ε.
3. Γκόνος Ι.
4. Μπούρας Χ.
5. Κάλας Ι.
6. Γκιάλης Σ.
7. Παπαρίζος Α.

Αθήνα, Οκτώβριος 2018

Προλεγόμενα

Σιγά την αλήθεια, χρυσό εστίν θάπτειν

Πυθαγόρας

Θεωρώ απαραίτητο και αναγκαίο ως ερευνητής, αλλά πάνω απ' όλα ως άνθρωπος να εκφράσω τους λόγους, οι οποίοι με ώθησαν στην εκπόνηση της παρούσας διδακτορικής διατριβής.

Ο πρώτος λόγος απορρέει από την εσωτερική μου ανάγκη για έρευνα της Αλήθειας – Γνώσης, εφαρμόζοντας τις κατάλληλες επιστημονικές μεθόδους, έτσι ώστε να παραχθεί ακριβής επιστημονική γνώση η οποία θα μας οδηγήσει σε ορθή δράση για το καλό του συνόλου και της ανθρωπότητας.

Ο δεύτερος λόγος είναι αποτέλεσμα της ενσυνείδητης ανάγκης κάθε ερευνητή να τοποθετήσει ένα λιθαράκι στο οικοδόμημα που ονομάζεται Οικογένεια - Κοινωνία - Οικουμενικότητα. Για να επιτευχθεί ο στόχος αυτός θα πρέπει, όπως και κάθε επιστημονική έρευνα, να παρουσιάσει κάτι το καινούργιο, το καινοτόμο, το διαφορετικό. Δυστυχώς η ζωή μας έχει διδάξει ότι το καινούργιο φοβίζει τους ανθρώπους γιατί συνήθως είναι αβέβαιο, διότι εμπεριέχει μέσα του την μετάβαση από ένα επίπεδο (γνωστό) σε ένα άλλο (άγνωστο). Η μετάβαση αυτή προϋποθέτει την κατεδάφιση του παλαιού και την ανοικοδόμηση ενός νέου. Για να την πετύχουμε, χρειάζεται η οικοδόμηση νέων δομών περισσότερο εξελιγμένων, αλλά με την ταυτόχρονη διατήρηση των ουσιαστικών και αναντικατάστατων αξιών του παλαιού-παραδοσιακού. Άλλωστε και η ίδια η ζωή μας διδάσκει την συνεχή ανανέωση, διότι δεν αποτελεί ένα στατικό φαινόμενο αλλά μια διαρκής διαδικασία εσωτερικής και εξωτερικής αποδόμησης και αναδόμησης που τελικά υπηρετεί την εξέλιξη. Οι νέες Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών είναι το νέο που έρχεται να ταράξει τα νερά και παράλληλα να απαιτήσει την μετάβαση από το παλαιό επιχειρείν στο νέο.

Τέλος, ο τρίτος λόγος που με ώθησε στην εκπόνηση αυτής της διατριβής δεν είναι άλλος από τον Έρωτα για την επιστήμη που «φωλιάζει» μέσα σε κάθε Αναζητητή - Ερευνητή - Επιστήμονα από την πρώτη στιγμή που θα βρεθεί στον ιερό ακαδημαϊκό χώρο.

Τίποτε δεν αλλάζει, αν δεν το θελήσουμε, αν δεν πιστέψουμε στην αναγκαιότητα της αλλαγής και στο όραμά μας, κι αν δεν εργαστούμε μεθοδικά και με σύνεση, έτσι ώστε να είμαστε αποτελεσματικοί στην πρακτική εφαρμογή των όσων χρειάζεται να γίνουν.

ευχαριστίες

Ξεκίνησα τη διδακτορική μου διατριβή με μία πολύ σοφή συμβουλή από έναν καθηγητή μου: *το διδακτορικό είναι ένας μοναχικός δρόμος*. Και έτσι ήταν. Ένας μοναχικός δρόμος που όμως με έδεσε με όσους στάθηκαν δίπλα μου και με στήριξαν σε αυτή την επίπονη αλλά υπέροχη προσπάθεια. Ήταν αναμενόμενο να μου δώσει η πορεία αυτή ακαδημαϊκά μαθήματα, η έκπληξη ήταν να μου δώσει μαθήματα ζωής. Μαθήματα υπομονής, ελπίδας, προσπάθειας, επιμονής και ονείρων.

Η διεξαγωγή και η περάτωση μιας διδακτορικής διατριβής αποτελεί μια σκληρή αλλά συγχρόνως εποικοδομητική εμπειρία. Φθάνοντας στο τέλος της συγγραφής της παρούσας διατριβής, συνειδητοποίησα ότι αποτέλεσε τον καρπό προσωπικού αγώνα, αλλά συγχρόνως και συνδρομής και υποστήριξης αρκετών ανθρώπων, στους οποίους θέλω να εκφράσω την ειλικρινή μου ευγνωμοσύνη.

Αρχικά, θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον Επίκουρο Καθηγητή Κωνσταντίνο Θεολόγου. Ήταν ο επιβλέπων αυτής εδώ της διατριβής και τη στήριξε με όποια μέσα είχε. Η ευρεία γνώση του σε σχετικά θέματα και ο λογικός τρόπος σκέψης του αποτέλεσαν αξιοσημείωτη αξία για μένα, καθώς οι συμβουλές του άλλαξαν και διαφώτισαν τον τρόπο σκέψης μου. Ήταν τιμή μου που τον είχα επιβλέποντα και ελπίζω να με θυμάται και εκείνος με χαμόγελο.

Ευχαριστώ θερμά τον Διδάκτορα Φιλοσοφίας Σπυρίδων Στέλιο. Σιωπηλή και πολύ χρήσιμη βοήθεια, όποτε τον χρειάστηκα και τον κοινωνιολόγο και ανθρωπογεωγράφο ερευνητή του Εθνικού Κέντρου Κοινωνικών Ερευνών Δρ. κ. Αλέξανδρο Αφουξενίδη για το θεμελιώδες εναρκτήριο υλικό που μου παρεχώρησε σχετικά με τον αστικό χώρο της Καλαμάτας.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω όλα τα μέλη της επταμελούς επιτροπής παρακολούθησης της διατριβής μου, δηλαδή τους καθηγητές κ. Πρωτοπαπαδάκη Ευάγγελο (ΕΚΠΑ), κ. Γκόνο Ιωάννη (ΣΗΜΜΥ ΕΜΠ), κ.

Μπούρα Χρήστο (Πανεπιστήμιο Πατρών), κ. Κάλα Ιωάννη (Πανεπιστήμιο Αιγαίου), κ. Γκιάλη Στυλιανό (Πανεπιστήμιο Αιγαίου) και κ. Παπαρίζο Αντώνιο (Πάντειο Πανεπιστήμιο).

Όμως, το πιο μεγάλο «ευχαριστώ» από όλα τα παραπάνω δικαιωματικά το οφείλω στην οικογένειά μου, η οποία ήταν η δύναμή μου όλο αυτό το χρονικό διάστημα. Είναι πάντα το πιο ουσιαστικό στήριγμα, ακόμα και αν δεν τους το λέω συχνά.

Ελπίζω με την ολοκλήρωση αυτής της μελέτης να τους έκανα να νιώσουν υπερήφανοι για μένα.

Αφιερώνεται σε όσους με δίδαξαν την αξία και την ομορφιά του
«αγωνίζεσθαι»,
στην ακούραστη και υπομονετική σύντροφο της ζωής μου Μαρία,
στη μονάκριβη κόρη μου Ελεάννα
και στον πατέρα μου που πλέον δεν είναι ανάμεσα μας.

περίληψη

*He who never made a mistake
never made a discovery.*
(Samuel Smiles 1987 :162)

Θα μπορούσε επιγραμματικά να ειπωθεί ότι τα ΜΚΔ, με επικεφαλής μία εκ των δημοφιλέστερων αυτών (για τα σημερινά δεδομένα), το Facebook, αποτελούν την ψηφιοποίηση της καθημερινής μας ζωής και του εαυτού μας ως κοινωνικής οντότητας. Και αυτό πλέον δεν μας ξενίζει, καθώς έχουμε συνηθίσει τη χρήση των υπολογιστών και την κατανάλωση ψηφιακών και εικονικών αγαθών σε καθημερινή βάση. Ωστόσο, είναι χρήσιμο, για την ανάλυση που επιχειρείται στην παρούσα εργασία, να αναλογιστούμε την κυριότερη εξέλιξη, την καινοτομία που εισήγαγαν τα ΜΚΔ σε σχέση με την προϋπάρχουσα κατάσταση.

Η κοινωνική μας ζωή μέχρι πρότινος (πριν την εμφάνιση των ΜΚΔ), πέραν της επαφής μας με πολιτισμικούς και κοινωνικούς θεσμούς και οργανισμούς, όπου μπορεί και να υπεισερχόταν η εικονική, η ψηφιοποιημένη πληροφόρηση και επαφή, για παράδειγμα μέσω των ιστοσελίδων τους στο διαδίκτυο, διεξάγονταν και βιώνονταν ως επί το πλείστον σε πρόσωπο με πρόσωπο επαφές και σχέσεις, αν εξαιρέσουμε την τηλεφωνική επαφή, η οποία διατηρεί ωστόσο το στοιχείο της αμεσότητας της φωνής. Με την εμφάνιση των ΜΚΔ η προσωπική κοινωνική μας ζωή και διάδραση εισάγεται για πρώτη φορά η έννοια της ψηφιακής ταυτότητας. Μπορούμε να «μιλάμε» με τις κοινωνικές μας επαφές, φίλους, γνωστούς και αγνώστους, να ανταλλάσσουμε πληροφορίες, εμπειρίες, γνώμες, φωτογραφίες, βίντεο, αρχεία, να κοινοποιούμε μηνύματα, καταστάσεις, συζητήσεις, συναισθήματα σε άλλους χωρίς ίχνος της φυσικής μας παρουσίας.

Η εξέλιξη αυτή χρήζει επιστημονικής διερεύνησης, αφενός διότι πρόκειται για μια πρωτόγνωρη κατάσταση κοινωνικής ζωής που καλούμαστε να μελετήσουμε και να γνωρίσουμε καλύτερα, και αφετέρου για να εντοπιστούν τα σημεία στα οποία χρειάζεται να ασκήσουμε κριτική. Έτσι, όσον αφορά το πρώτο μπορούμε, για παράδειγμα, να αναρωτηθούμε τί νέο συνεπάγεται για την προσωπική κοινωνική μας ζωή η ψηφιακή μας ταυτότητα,

και τί συνέπειες μπορεί να έχει σε προσωπικό και κοινωνικό επίπεδο, όπως, για παράδειγμα, τί είδους κοινωνικών δεσμών τη δημιουργία ή τη διατήρηση μπορεί να ευνοεί. Όσον αφορά στο δεύτερο μπορούμε να λάβουμε υπόψη μας τον τρόπο λειτουργίας των ΜΚΔ και να αναρωτηθούμε αν και σε τί βαθμό, τα ψηφιακά σύνορα μια πόλης (εν προκειμένω της Καλαμάτας) επηρεάζουν την εικονική μας κοινωνικότητα την εν γένει ψηφιακή κοινωνική μας ζωή.

Στην εργασία αυτή θα παρουσιάσω θεωρητικά, καταρχήν, την επιστημονική συζήτηση για το θέμα, τόσο της έννοιας των ταυτοτήτων και των ψηφιακών θυλάκων των χρηστών του αστικού χώρου, όσο και διερεύνηση της οργάνωσης και της διαμόρφωσης δικτύων και ταυτοτήτων στον αστικό χώρο της Καλαμάτας. Κατόπιν, θα επιχειρήσω να ερευνήσω και να παρουσιάσω τα αποτελέσματα της έρευνάς μου στο πεδίο αυτό.

Καλαμάτα 5 Σεπτεμβρίου 2018

Μετά τιμής

Παναγιώτης Ευαγγέλου Τζαβάρας

ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΗ ΔΙΑΤΡΙΒΗ

“Τα ταυτοτικά χαρακτηριστικά των χρηστών Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ) στον αστικό χώρο της Καλαμάτας”.



ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ Ε. ΤΖΑΒΑΡΑΣ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ:

*«Όταν τα δίκτυα υπολογιστών συνδέουν ανθρώπους
και όχι μόνο μηχανές, τότε γίνονται
κοινωνικά δίκτυα»*

(Barry Wellman 1997 : 179)

ΕΙΣΑΓΩΓΗ: “Το Διαδίκτυο γίνεται η κεντρική πλατεία για το παγκόσμιο χωριό του αύριο”

(Bill Gates 1999 : 11)

Η επανάσταση στον τομέα της επιστήμης των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (εφεξής ΤΠΕ), αποτελεί ένα από τα κληροδοτήματα του 20^{ου} αιώνα. Η ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας και ιδιαίτερα της ψηφιακής, αλλά και των τηλεπικοινωνιακών έχουν πλέον εδραιωθεί σε κάθε πτυχή της ανθρώπινης δραστηριότητας. Η διάδοση του Διαδικτύου και η καθιέρωση του ως το πιο δημοφιλές μέσο επικοινωνίας, θεωρείται ότι έχει επαναπροσδιορίσει τον τρόπο ζωής (ειδικά) των δυτικών κοινωνιών με τόσο καταλυτικό τρόπο, όπως η τηλεόραση και το τηλέφωνο μερικές δεκαετίες νωρίτερα. Επιστήμονες διαφόρων τομέων και ειδικοτήτων και ένας μεγάλος όγκος ερευνών που έχουν πραγματοποιηθεί, μελετούν την ανθρώπινη διάσταση της χρήσης των διαδικτυακών τεχνολογιών επικοινωνίας και κοινωνικής αλληλεπίδρασης, προσφέροντας πολύτιμα στοιχεία που συμβάλουν στο πάζλ της σχέσης του ανθρώπου με τα τεχνουργήματά του (Γιώτα 2015 : 12).

Η χρήση των ΤΠΕ σήμερα, απλώς πραγματοποιεί την αρχέγονη προδιάθεση του ανθρώπου να συνδέεται με άλλους συνανθρώπους του. Ο χώρος και ο χρόνος αποκτά ένα τελείως διαφορετικό νόημα, καθώς αυτό το νέο επικοινωνιακό πλαίσιο φέρνει μαζί του ένα πλήθος σημαντικών αλλαγών με κυριότερη την διαρκώς προσβάσιμη ροή δεδομένων και πληροφοριών. Ουσιαστικά, πρόκειται για μια πλατφόρμα διαπραγμάτευσης των δυνατοτήτων αλλά και των ορίων της σύγχρονης ανθρώπινης σκέψης. Το ότι η επικοινωνία μέσω υπολογιστή είναι διατομική, είναι ένα στοιχείο το οποίο δεν επιδέχεται αμφισβήτηση. Η χρησιμοποιούμενη τεχνολογία φαίνεται να μετασχηματίζεται σε έναν κοινωνικό χώρο, μέσα στον οποίο διεξάγεται η ανθρώπινη δραστηριότητα. Όπως πολύ ξεκάθαρα απεικονίζεται στα λόγια του Jones S. (1995 : 16) «*Η Επικοινωνία μέσω Υπολογιστή δεν είναι απλά ένα εργαλείο. Είναι συνάμα η τεχνολογία, το μέσο και η μηχανή των κοινωνικών αλληλεπιδράσεων. Δε δομεί μόνο τις κοινωνικές σχέσεις, είναι ο χώρος όπου*

δημιουργούνται σχέσεις και το εργαλείο το οποίο χρησιμοποιούν τα άτομα για να έχουν πρόσβαση σε αυτόν το χώρο».

Το θέμα το οποίο πραγματεύεται η παρούσα διατριβή εντάσσεται στον ευρύτερο τομέα των νέων τεχνολογιών που τόσο ορμητικά έχει εισβάλλει στη σύγχρονη κοινωνία και προεξέχοντας του Διαδικτύου έχει επηρεάσει καθοριστικά την διαδικασία οριοθέτησης της ταυτότητας του ατόμου. Στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης, της διαπολιτισμικότητας και της εξατομίκευσης, οι τελευταίες δεκαετίες μπορούν να περιγραφούν ως η «εποχή της ταυτότητας» όπου όλοι προσπαθούν να επαναπροσδιορίσουν εκ νέου την ταυτότητά τους ασκώντας την στο όνομα μιας «κοινότητας» πραγματικής ή κατά παραδοχή.

Σύμφωνα με την άποψη του Rob Kitchin, *«Οι νέες τεχνολογίες αλλάζουν τη δομή των ενδιαφερόντων μας: τα πράγματα που εμείς σκεφτόμαστε. Αλλάζουν το χαρακτήρα των συμβόλων μας: τα πράγματα με τα οποία σκεφτόμαστε. Και αλλάζουν την φύση της κοινότητας: τον χώρο μέσα στον οποίο αναπτύσσονται οι σκέψεις»*, παραμένει επίκαιρη και χρήσιμη στις αναφορές στις νέες τεχνολογίες και τις επιδράσεις τους στη σύγχρονη κοινωνία. Επομένως, οι νέες τεχνολογίες δεν επηρέασαν συγκεκριμένες μόνο πτυχές της καθημερινότητας του ατόμου, αλλά τον γενικότερο τρόπο ζωής του, ο οποίος ολοένα και περισσότερο εξαρτάται από αυτές. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να καθιστά απαραίτητη την υιοθέτηση συγκεκριμένων πρακτικών, οι οποίες με τη σειρά τους, παραπέμπουν σε μια ευρύτερη και σημαντική αλλαγή στάσης ζωής. Σημαντικό ρόλο σε αυτό, συνεχίζει ο Rob Kitchin, διαδραματίζει και το γεγονός ότι *«οι σημερινές μηχανές πληροφόρησης και επικοινωνίας δεν μεταφέρουν απλώς εκφραστικά περιεχόμενα αλλά επίσης συνεισφέρουν στη δημιουργία νέων μορφών έκφρασης, τόσο ατομικών όσο και συλλογικών»* (Kitchin 1998 : 2).

Ως τέτοιες μορφές έκφρασης μπορούμε να θεωρήσουμε όλες τις κινητές συσκευές. Δηλαδή, ταμπλέτες (tablets) και έξυπνα κινητά τηλέφωνα (smart phones), στα οποία κυριαρχεί η έννοια της αλληλεπίδρασης, της ανταλλαγής και της μεταβίβασης πολιτισμού. Όπως υποστηρίζει ο καθηγητής

Στέλιος Παπαθανασόπουλος, ζούμε σε μια εποχή που χαρακτηρίζεται από «υπερεπάρκεια επικοινωνιακών υπηρεσιών». Ο σύγχρονος άνθρωπος δύσκολα μπορεί να φανταστεί τη ζωή του «χωρίς τη νέα προέκταση του χεριού του, το κινητό τηλέφωνο» (Παπαθανασόπουλος 2010 : 413). Ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια, με την έλευση των έξυπνων κινητών τηλεφώνων, οι αλλαγές στον τρόπο επικοινωνίας του σύγχρονου ανθρώπου είναι αν μη τι άλλο, σημαντικές ενώ διαμορφώνονται νέες και συχνά απρόβλεπτες δυνατότητες. Μάλιστα απαντώνται και οι όροι «κοινωνία κινητής επικοινωνίας» (mobile communication society) και «κινητοί πολίτες» (mobile citizens) για να περιγράψουν την εξέλιξη της δυναμικής της τεχνολογίας της κινητής τηλεφωνίας σε συνδυασμό με το Διαδίκτυο. Έτσι, το Διαδίκτυο δια μέσω των κινητών συσκευών, τείνει να είναι «απανταχού παρόν» (Drohse et al. 2010 : 499).

Οι εύκολα προσβάσιμες κινητές συσκευές αλλάζουν τον τρόπο ζωής των ατόμων. Αλλάζουν και την ίδια τη φύση της επικοινωνίας. Από τη στιγμή που το κινητό τηλέφωνο για παράδειγμα, έγινε αναγκαίο εξάρτημα για όλους, άλλαξαν πολλά στις σχέσεις των ανθρώπων. Βέβαια, μπορεί να συνέβη και το αντίστροφο, το κινητό τηλέφωνο να έγινε αναγκαίο, επειδή οι σχέσεις των ανθρώπων είχαν αρχίσει να αλλάζουν.

Το Διαδίκτυο δεν είναι μόνο ένα σύνολο τεχνολογιών, αλλά σημαίνει διαφορετικά πράγματα για διαφορετικούς ανθρώπους και μπορεί να χρησιμοποιηθεί με διαφορετικούς τρόπους και για διαφορετικούς σκοπούς (Selwyn, Gorard & Furlong, 2005 : 5-26). Ένα σημαντικό ζήτημα στο οποίο οφείλουμε να σταθούμε και το οποίο πρόκειται να προσεγγίσουμε διερευνώντας στην πορεία το θεωρητικό πλαίσιο ερμηνείας, έγκειται στο ακόλουθο ερώτημα: Τι είναι αυτό που κάνει την επικοινωνία μέσω Διαδικτύου τόσο ελκυστική; Οι Christakis και Fowler στο βιβλίο τους «Συνδεδεμένοι» (2010 : 296) βασιζόμενοι στα χαρακτηριστικά των επικοινωνιακών πρακτικών και των κοινωνικών αλληλεπιδράσεων που πραγματοποιούνται χρησιμοποιώντας το Διαδίκτυο, περιγράφουν τον «δικτυωμένο άνθρωπο» (homo dictyous). Αυτόν δηλαδή που από τη φύση του έχει μια έντονη και

διαρκή προδιάθεση να προσπαθεί, με κάθε πιθανό μέσο, να συνδεθεί με άλλους ανθρώπους.

Όπως υποστηρίζει ο καθηγητής Γκαντζιάς (2008 : 22), η επικοινωνία διαμορφώνεται από την ψηφιακή τεχνολογία και το περιεχόμενο της. Οι νέες τεχνολογίες δεν επηρεάζουν συγκεκριμένες μόνο πτυχές της καθημερινότητας του ατόμου, αλλά τον γενικότερο τρόπο ζωής του. Έτσι οι χρήστες όλων των ηλικιών χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο για να χτίσουν σημαντικές νέες σχέσεις, καθώς επίσης και για να διευρύνουν τα ήδη υπάρχοντα στη ζωή τους κοινωνικά δίκτυα (Tonkin 2010 : 1-9). Ο καθένας μπορεί να έχει τη δική του ξεχωριστή μικρή γωνιά στον κυβερνοχώρο που του επιτρέπει να ανταλλάσσει πληροφορίες, να συνεργάζεται, να συζητά και να δημιουργεί σχέσεις. Οι τεχνολογίες Web 2.0 οδήγησαν στην εμφάνιση του φαινομένου της ψηφιακής κοινωνικής δικτύωσης, όπου «ανοικτά» κοινωνικά δίκτυα, λειτουργώντας χωρίς περιορισμούς συμμετοχής βάσει γεωγραφικών, πολιτισμικών ή άλλων κριτηρίων, προσφέρουν νέες επικοινωνιακές δραστηριότητες και εμπειρίες κοινωνικής αλληλεπίδρασης.

Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης ή «Social Media» (εφεξής ΜΚΔ), όπως το Facebook, το YouTube, το Twitter και το Instagram, φαίνεται να ξεφεύγουν από την παροδική διάσταση μιας μόδας και να εδραιώνουν την θέση τους ως ένα πολυπολιτισμικό φαινόμενο που συνεχίζει διαρκώς να εξελίσσεται, γεγονός που αποδεικνύεται από τα ολοένα και αυξανόμενα ποσοστά χρήσης τους σε παγκόσμια κλίμακα. Δεν είναι τυχαίο το γεγονός ότι θεωρούνται ως η μεγαλύτερη κοινωνική αλλαγή από την εποχή της Βιομηχανικής Επανάστασης. Είναι πλέον αδιαμφισβήτητη η σαρωτική δύναμη τους ως μέσα με τα οποία μπορούμε να επικοινωνούμε, να ψυχαγωγούμαστε και γενικότερα να εμπλουτίζουμε τη ζωή μας (DeLambo, Homa, Peters, DeLambo, & Chandras, 2011 : 68). Αν αναλογιστεί κανείς ότι το Διαδίκτυο και μέσα από αυτό τα ΜΚΔ έχουν σήμερα σημαντική συμμετοχή στην εκπαίδευση, κοινωνικοποίηση και επικοινωνία, συνειδητοποιεί το πόσο μεγάλη μπορεί να είναι η επίδρασή τους σε όλους τους ανθρώπους και ειδικότερα στους νέους, που απολαμβάνουν τη χρησιμότητα τους από πολύ μικρή ηλικία (Manago et al. 2012 : 369-380).

Πολλοί ερευνητές υποστηρίζουν ότι για να αποσαφηνιστούν οι σχέσεις μεταξύ των ΜΚΔ και του τρόπου που επηρεάζουν την κοινωνική ζωή των χρηστών, η έρευνα θα πρέπει να εξετάσει περαιτέρω τους λόγους για τους οποίους τα άτομα στρέφονται στα ΜΚΔ. Οι παράγοντες προσωπικότητας αποτελούν εκείνα τα ατομικά χαρακτηριστικά που έχουν χρησιμοποιηθεί στο παρελθόν ως βάση για την πρόβλεψη διαδικτυακών συμπεριφορών και επανέρχονται για να συμβάλλουν στην κατανόηση της χρήσης των ΜΚΔ όπως το Facebook (Amichai-Hamburger & Vinitzky, 2010 : 585-589). Αντίστοιχα, νεότερες έρευνες μελετούν με ανανεωμένο ενδιαφέρον τα διαφορετικά κίνητρα που έχουν συνδεθεί με την προτίμηση για συγκεκριμένα μέσα επικοινωνίας και κοινωνικής αλληλεπίδρασης, εστιάζοντας στις διαφορές κινήτρων στη χρήση Ιστοσελίδων Κοινωνικής Δικτύωσης (Ku, Chu, & Tseng 2013 : 226-234).

Καθώς η δύναμη και επιρροή των ΜΚΔ διαρκώς αυξάνεται, το ερευνητικό ενδιαφέρον έχει αρχίσει να στρέφεται στις ταυτότητες και στους ψηφιακούς θύλακες των χρηστών του αστικού χώρου. Έρευνες έχουν συνδέσει τη χρήση των ΜΚΔ με αρνητικές επιπτώσεις όπως η χαμηλή αυτοεκτίμηση (Valkenburg et al., 2006 : 584-590), η κακή ακαδημαϊκή επίδοση (Kirschner & Karpinski, 2010 : 1237-1245), τα προβλήματα σχέσεων (Muisse, Christofides, & Desmarais, 2009 : 441-444) και κατάθλιψη (Jelenchick, Eickhoff, & Moreno, 2013 : 128-130). Αν και οι συνδέσεις αυτές έχουν δημιουργηθεί μόλις τα τελευταία χρόνια και τα διαθέσιμα στοιχεία της βιβλιογραφίας είναι περιορισμένα, πολλοί ερευνητές έχουν ήδη αρχίσει να μιλάνε για προβληματική χρήση των ΜΚΔ, ως ένα παθολογικό φαινόμενο με επιπτώσεις σε προσωπικό, κοινωνικό και επαγγελματικό επίπεδο (Sevilla, 2012 : 2).

Θα μπορούσε επιγραμματικά να ειπωθεί ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (ΜΚΔ), προεξέχοντας του Facebook, αποτελούν την ψηφιοποίηση της καθημερινής μας ζωής και του εαυτού μας ως κοινωνικής οντότητας. Και αυτό πλέον δεν μας ξενίζει, καθώς έχουμε συνηθίσει τη χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών, ταμπλετών ή έξυπνων τηλεφώνων καθώς επίσης έχουμε συνηθίσει και την κατανάλωση ψηφιακών και εικονικών αγαθών σε

καθημερινή βάση. Ωστόσο, είναι χρήσιμο, να αναλογιστούμε την κυριότερη εξέλιξη, την καινοτομία που εισήγαγαν τα ΜΚΔ σε σχέση με την προϋπάρχουσα κατάσταση. Η κοινωνική μας ζωή μέχρι πρότινος (πριν την εμφάνιση των ΜΚΔ), πέραν της επαφής μας με πολιτισμικούς και κοινωνικούς θεσμούς και οργανισμούς, όπου μπορεί και να υπεισέρχονταν η εικονική, η ψηφιοποιημένη πληροφόρηση και επαφή, για παράδειγμα μέσω των ιστοσελίδων τους στο διαδίκτυο, διεξάγονταν και βιώνονταν κυρίως σε πρόσωπο με πρόσωπο επαφές και σχέσεις, αν εξαιρέσουμε την τηλεφωνική επαφή, η οποία διατηρεί ωστόσο το στοιχείο της αμεσότητας της φωνής. Με την εμφάνιση των ΜΚΔ, η προσωπική κοινωνική μας ζωή και αλληλεπίδραση εισάγεται για πρώτη φορά ολοκληρωτικά στη σφαίρα της μεσολάβησης. Μπορούμε να «μιλάμε» με τις κοινωνικές μας επαφές, φίλους, γνωστούς και αγνώστους, να ανταλλάσσουμε πληροφορίες, εμπειρίες, γνώμες, φωτογραφίες, βίντεο, αρχεία, να κοινοποιούμε μηνύματα, καταστάσεις, συζητήσεις, συναισθήματα σε άλλους, χωρίς το ίχνος της φυσικής μας παρουσίας.

Η εξέλιξη αυτή χρήζει περαιτέρω διερεύνησης, αφενός διότι πρόκειται για μια πρωτόγνωρη κατάσταση κοινωνικής ζωής, αφετέρου για να εντοπιστούν τα σημεία στα οποία χρειάζεται να ασκήσουμε κριτική. Έτσι, όσον αφορά το πρώτο μπορούμε, να αναρωτηθούμε τί νέο συνεπάγεται για την προσωπική κοινωνική μας ζωή η πλήρης μεσολάβησή της και τί συνέπειες μπορεί να έχει σε προσωπικό και κοινωνικό επίπεδο. Όσον αφορά στο δεύτερο, μπορούμε να λάβουμε υπόψη μας τον τρόπο λειτουργίας των ΜΚΔ και να αναρωτηθούμε αν και σε τί βαθμό, έχουμε συνειδητοποιήσει τη διαπλοκή της εικονικής μας κοινωνικότητας με τις επιχειρήσεις και την εμπορευματοποίηση της ψηφιακής κοινωνικής μας ζωής, με σκοπό το κέρδος των επιχειρήσεων ψηφιακής κοινωνικής δικτύωσης. Ή, αν, τείνει να ισχύσει κι εδώ ο παλιός αφορισμός του στοχαστή McLuhan Marshall (1990 : 75) ότι *«από τη στιγμή που έχουμε παραδώσει τις αισθήσεις και το νευρικό μας σύστημα στην ιδιωτική εκμετάλλευσή τους από αυτούς που θα προσπαθήσουν να αποκομίσουν κέρδος αποκτώντας πρόσβαση στα μάτια, τα αυτιά και τα νεύρα μας, τότε δεν μας απομένουν πραγματικά καθόλου δικαιώματα»*.

Σήμερα, ο αστικός πληθυσμός της Γης ξεπερνά τον μισό πληθυσμό του πλανήτη και η τάση είναι το ποσοστό των ανθρώπων που ζουν στις πόλεις να αυξάνεται διαρκώς. Η ταχεία και επιταχυνόμενη μεγέθυνση των πόλεων είναι προϊόν των δύο τελευταίων αιώνων και συνδέεται με τις μεταβολές που επέφερε η Βιομηχανική Επανάσταση. Έκτοτε οι πόλεις συγκεντρώνουν όλο και περισσότερο την οικονομική δραστηριότητα, τις κοινωνικές και πολιτικές εξελίξεις, τα ιδεολογικά ρεύματα, την επιστημονική παραγωγή και την καλλιτεχνική δημιουργία. Και όλα τα παραπάνω συμπυκνώνονται μέσα σε αυτό που ο Ed Soja (1980 : 207-225) αποκάλεσε «κοινωνικοχωρική διαλεκτική», δηλαδή μέσα σε μια διαρκή διαδικασία στην οποία οι άνθρωποι διαμορφώνουν καθημερινά τις πόλεις ενώ παράλληλα διαμορφώνονται από αυτές.

Οι αστικοί χώροι δημιουργούνται από ανθρώπους και αντλούν το χαρακτήρα τους από τους ανθρώπους που τους κατοικούν. Καθώς οι άνθρωποι ζουν και εργάζονται σε αστικούς χώρους, σταδιακά επιβάλλονται στο περιβάλλον τους, τροποποιώντας και προσαρμόζοντάς το, όσο καλύτερα μπορούν, ώστε να ανταποκρίνεται στις ανάγκες τους και να εκφράζει τις αξίες τους. Ωστόσο, ταυτόχρονα, οι ίδιοι οι άνθρωποι σταδιακά προσαρμόζονται τόσο στο φυσικό περιβάλλον όσο και στους ανθρώπους γύρω τους. Υπάρχει, συνεπώς, μια συνεχής διαδικασία διπλής κατεύθυνσης, μια κοινωνικο-χωρική διαλεκτική, στο πλαίσιο της οποίας δημιουργούν και αναπροσαρμόζουν τους αστικούς χώρους ενώ, ταυτόχρονα, επηρεάζονται με διάφορους τρόπους από τους χώρους στους οποίους ζουν και εργάζονται. Σύμφωνα με τους Dear & Wolch (1989) μπορούμε να εντοπίσουμε τρεις βασικές όψεις της κοινωνικο-χωρικής διαλεκτικής:

- Διαδικασίες στο πλαίσιο των οποίων οι κοινωνικές σχέσεις συγκροτούνται μέσω του χώρου, όπως όταν τα χαρακτηριστικά της περιοχής επηρεάζουν τις διευθετήσεις για την εγκατάσταση.
- Διαδικασίες στο πλαίσιο των οποίων οι κοινωνικές σχέσεις εμποδίζονται από το χώρο, όπως στην περίπτωση της αδράνειας που επιβάλλει η παρουσία ενός απαρχαιωμένου δομημένου χώρου ή του

βαθμού στον οποίο το φυσικό περιβάλλον διευκολύνει ή εμποδίζει την ανθρώπινη δραστηριότητα.

- Διαδικασίες στο πλαίσιο των οποίων οι κοινωνικές σχέσεις διαμεσολαβούνται από το χώρο, όπως όταν η γενική επίδραση της «τριβής της απόστασης» διευκολύνει την ανάπτυξη μεγάλης ποικιλίας κοινωνικών πρακτικών, συμπεριλαμβανομένων και των πρακτικών της καθημερινής ζωής.

Στόχος της παρούσας Διατριβής είναι η διερεύνηση της χρήσης των ΜΚΔ μέσα από ένα ευρύ δίκτυο ατομικών, διαπροσωπικών και κοινωνικών παραγόντων, οι οποίοι μεμονωμένα ή σε αλληλεπίδραση μεταξύ τους φαίνεται να συνδέουν τη χρήση των ΜΚΔ με τα ψηφιακά σύνορα μιας πόλης. Αναλυτικότερα, η έρευνα εστιάστηκε στα αστικά χαρακτηριστικά των χρηστών και τη σχέση τους με τα πολεοδομικά και τα χωροταξικά χαρακτηριστικά της πόλης της Καλαμάτας. Ιδιαίτερη έμφαση δίδεται σε παράγοντες που σχετίζονται με τα ταυτοτικά χαρακτηριστικά των χρηστών, όπως τα χαρακτηριστικά προσωπικότητας και τα κίνητρα που οδηγούν στη χρήση τους. Επιπλέον, επιχειρήθηκε η διερεύνηση της χρήσης των ΜΚΔ σε παγκόσμιο, ευρωπαϊκό και Ελληνικό επίπεδο βασιζόμενοι στα πιο επίκαιρα στατιστικά προκειμένου να γίνουν οι απαραίτητες συγκρίσεις.

Η πόλη είναι μια μεγάλη και πολύπλοκη οντότητα που για να την μελετήσουμε προαπαιτείται η κατανόησή ως ένα γεωγραφικό και πολιτισμικό μωσαϊκό. Ακόμα κι αν οι προσεγγίσεις του αστικού μάρκετινγκ και του αστικού σχεδιασμού δεν συμπίπτουν ως προς την αφετηρία και τις αρχές τους είναι απαραίτητη η σύνδεσή τους στις προσπάθειες αστικής ανάπτυξης. Η διαμόρφωση ταυτότητας της πόλης αποτελεί πηγή στόχων στρατηγικής για τον αστικό σχεδιασμό που με τη σειρά του μπορεί να αναδειχθεί σε επιχειρησιακό εργαλείο διαμόρφωσης της εικόνας που θα πρέπει να συνοδεύει την ταυτότητα αυτή. Στη διαδικασία της αποκρυστάλλωσης ας πούμε των ταυτοτικών χαρακτηριστικών μιας πόλης πρέπει να περιλάβουμε και τα χαρακτηριστικά της επιμέρους χαρτογράφησης του ανθρώπινου περιβάλλοντός της και των (υλικών και άυλων) χωρικών διαστάσεών του.

Η αποτύπωση αυτής της χαρτογράφησης θα συνεισφέρει στην εμβάθυνση της αστικής κοινωνιολογίας των ομάδων και των ατόμων που κατοικούν σε μια πόλη συγκροτώντας τον πληθυσμό της. Στη δική μας περίπτωση θα μελετηθεί ο αστικός χώρος της Καλαμάτας.

Το εργαλείο που προκύπτει εμπλουτίζει τα ανθρωπογεωγραφικά και δημογραφικά δεδομένα για την πόλη της Καλαμάτας, εφόσον μέσα από την έρευνα που αφορά στους τρόπους δικτύωσης προκύπτουν και άλλες πληροφορίες για τα κοινωνιολογικά χαρακτηριστικά (προφίλ) σε συλλογικό και ατομικό επίπεδο για τον κάτοικο αυτής της πόλης.

Η διατριβή οργανώνεται σε δύο ερευνητικούς άξονες. Στο πρώτο μέρος το οποίο αποτελείται από πέντε κεφάλαια γίνεται μία εκτενής ανασκόπηση των σχετικών θεωριών από την διεθνή κυρίως αλλά και την ελληνική βιβλιογραφία. Ειδικότερα, στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται μια εννοιολογική ανάλυση των επιστημονικών όρων. Αρχικά με μια σύντομη ιστορική αναδρομή αναλύεται ο όρος Web 2.0. Εν συνεχεία αποσαφηνίζονται οι όροι των κοινωνικών δικτύων και των ΜΚΔ. Καθώς και η ιστορική εξέλιξη τους. Το δεύτερο κεφάλαιο έχει αντικείμενο την ανάλυση των χαρακτηριστικών των ΜΚΔ και διερευνάται το κοινωνικό κεφάλαιο που τα περιβάλλει. Στο τρίτο κεφάλαιο, αναλύονται τα κοινωνιολογικά χαρακτηριστικά των ΜΚΔ και ιδιαίτερα εξετάζονται ως οιονεί κοινωνικοτεχνικά συστήματα. Τα ερευνητικά ερωτήματα που διερευνώνται, αφορούν αφενός στο τι είναι αυτό που κάνει την επικοινωνία μέσω Διαδικτύου πιο ελκυστική και αφετέρου στα αίτια ανάπτυξης και διάδοσης των ΜΚΔ. Στο τέταρτο κεφάλαιο, αναδεικνύεται η μεσολάβηση της κοινωνικότητας από την τεχνολογία και τα κοινωνικά δίκτυα. Το ερευνητικό ερώτημα που αναλύεται σε αυτή την ενότητα, αφορά στην αναζήτηση των λόγων που κάποιος χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ. Το πρώτο μέρος ολοκληρώνεται με το πέμπτο κεφάλαιο, στο οποίο διερευνώνται οι πτυχές της προσωπικότητας που μπορούν να επηρεάσουν τη χρήση των ΜΚΔ και αναλύεται ο ρόλος του Διαδικτύου και των ΜΚΔ στην επικοινωνία.

Στο δεύτερο μέρος, το οποίο αποτελείται από έξι κεφάλαια παρουσιάζουμε αναλυτικά στατιστικά στοιχεία για την διείσδυση του Διαδικτύου και ειδικότερα των ΜΚΔ στη καθημερινή ζωή μας. Αρχικά, στο έκτο

κεφάλαιο, παρουσιάζουμε ένα στατιστικό πανόραμα για τη χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ στον κόσμο, την Ευρώπη και την Ελλάδα μέσα από την πιο πρόσφατη έρευνα που υπάρχει αυτή τη στιγμή παγκοσμίως την “Digital in 2018”. Στο έβδομο κεφάλαιο, γίνεται μια ανάλυση της ταυτότητας των σύγχρονων πόλεων και των ψηφιακών ταυτοτήτων των κατοίκων τους. Επιχειρούμε μέσα από αυτό το κεφάλαιο να αναλύσουμε τις κοινωνικοοικονομικές αλλαγές που έχουν επιφέρει τα ΜΚΔ στον αστικό χώρο. Ποια είναι τα κοινωνικά χαρακτηριστικά των πολιτών που καθορίζουν τη σχέση τους με τα ΜΚΔ; Ποια είναι τα χαρακτηριστικά του ψηφιακού δημόσιου χώρου και ποια είναι η νέα ψηφιακή κοινωνική διαστρωμάτωση; Είναι δυο από τα πιο βασικά ερωτήματα που αναλύονται σε αυτή την ενότητα. Στα δυο επόμενα κεφάλαια γίνεται η κατεξοχήν στατιστική ανάλυση των απαντήσεων του ερωτηματολογίου μεμονωμένα για κάθε ερώτηση και κατόπιν γίνεται συσχετισμός της με κάποια άλλη, προκειμένου να συμπεράνουμε εάν υπάρχουν ή όχι συσχέτιση των δυο μεταβλητών. Σκοπός μας είναι να διαπιστώσουμε και να τεκμηριώσουμε με στατιστικές μεθόδους τα ταυτοτικά χαρακτηριστικά των χρηστών των ΜΚΔ. γίνεται συσχετισμός της επίδρασης των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή και στις διαπροσωπικές σχέσεις των ερωτηθέντων με τις μεταβλητές της ηλικίας, της απασχόλησης και του εκπαιδευτικού επιπέδου. Σκοπός μας είναι να διαπιστώσουμε και να τεκμηριώσουμε με στατιστικές μεθόδους εάν οι πιο πάνω μεταβλητές σχετίζονται μεταξύ τους ή όχι.

Στα συμπεράσματα, δίδονται απαντήσεις σε όλα τα ερευνητικά ερωτήματα που μας απασχόλησαν κατά την διάρκεια εκπόνησης της παρούσας διατριβής και τεκμηριώνονται από τα αντίστοιχα ευρήματα. Επιπλέον, γίνεται συζήτηση των αποτελεσμάτων και αποτυπώνονται οι περιορισμοί της παρούσας έρευνας, ενώ περιγράφονται η συμβολή και οι πρακτικές τους προεκτάσεις και γίνονται προτάσεις για μελλοντικές έρευνες.

Βιβλιογραφικές αναφορές

- Wellman B. 1997. An electronic group is virtually a social network. *Culture of the Internet*. (4), σελ. 179-205
- Gates B. 1999. The Internet is becoming the town square for the global village of tomorrow. *Business @ the Speed of Thought*, σελ. 11
- Γιώτα Κ. 2015. Διδακτορική διατριβή: «Ο ρόλος της επικοινωνίας μέσω Διαδικτύου με τη χρήση υπολογιστή στη διαδικασία κοινωνικής αλληλεπίδρασης και ανάπτυξης διαπροσωπικών σχέσεων», Παν. Θεσσαλίας, σελ. 12
- December, J. 1997. Notes on Defining of Computer-Mediated Communication. *Computer-Mediated Communication Magazine*, (3):1 . Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <http://www.december.com/cmcmag/1987/jan/december.html>. Τελευταία προσπέλαση 27/06/2018
- Jones, S. G. 1995. Understanding community in the information age. In S. G. Jones (Ed.), *Cybersociety: Computer-mediated communication and community*, Thousand Oaks, CA: Sage, σελ. 16.
- Kitchin, R. 1998 *Cyberspace: The World in the Wires*, John Wiley and Sons, Chichester, σελ. 6
- Παπαθανασόπουλος, Στ. 2010 Τα μέσα επικοινωνίας στον 21ο αιώνα, Αθήνα, Καστανιώτης, σελ. 413
- Drohse K. M., Fey P., Hoffken St., Landaou St., Zeile P. 2010 Mobile Applications in Urban Planning, *MediaCity Conference 2010*, Bauhaus-Universität Weimar, σελ. 499.
- Selwyn, N, S. Gorard, and J. Furlong 2005. Whose Internet is it Anyway? Exploring Adults' (Non) Use of the Internet in Everyday Life. *European Journal of Communication*, (20)1, σελ. 5-26.
- Christakis N. & Fowler J. 2010, «Συνδεδεμένοι», εκδόσεις Κάτοπτρο, σελ.296
- Γκατζιάς, Γ., 2008. «Κεφάλαιο 4: Η διαχείριση των πολιτιστικών αγαθών: οι τεχνολογικές και οικονομικές διαστάσεις των πολιτιστικών αγαθών στην κοινωνία των πληροφοριών και της γνώσης». στο Γκατζιάς Γ., *Εναλλακτικό Διδακτικό Υλικό*. Πάτρα: Ε.Α.Π. σελ. 22
- Tonkin, S. 2010. Getting hyper-personal. *Global Media Journal: Australian Edition*, 4(1), σελ. 1-9.

- DeLambo, D. A., Homa, D., Peters, R. H., DeLambo, A. M., & Chandras, K. V. 2011. Facebook and social media: Implications for Counseling College Students. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: http://counselingoutfitters.com/vistas/vistas11/Article_68.pdf
- Manago, A. M., Taylor, T., & Greenfield, P. M. 2012. Me and My 400 Friends: The Anatomy of College Students' Facebook Networks, Their Communication Patterns, and Well-Being. *Developmental Psychology*, 48(2), σελ. 369-380.
- Amichai-Hamburger, Y., & Hayat, Z. 2011. The impact of the internet on the social lives of users: A representative sample from 13 countries. *Computers in Human Behavior*, 27 , σελ. 585-589
- Ku, Y. C., Chu, T. H., Tseng, C.H. 2013 Gratifications for using CMC technologies: a comparison among SNS, IM, and e-mail. *Computers in Human Behavior*, 29, σελ. 226–234.
- Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten, A. P. 2006. Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *CyberPsychology and Behavior*, 9, σελ. 584–590.
- Kirschner, P. A., & Karpinski, A. C. 2010. Facebook and academic performance. *Computers in Human Behavior*, 26, σελ. 1237–1245.
- Muise, A., Christofides, E., & Desmarais, S. 2009. More information than you ever wanted: does facebook bring out the green-eyed monster of jealousy? *CyberPsychology & Behavior*, 12(4), σελ. 441-444.
- Jelenchick, L. A., Eickhoff, J. C., & Moreno, M. A. (2013). "Facebook depression? social networking site use and depression in older adolescents. *Journal of Adolescent Health*, 52, σελ. 128–130.
- Sevilla, C. 2012. Social Network Addiction and Your Next Case. *Attorney Journal*. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <http://attorneyjournal.us/blog/2012/08/02/social-networkaddiction-and-your-next-case/>
- McLuhan, M. 1990 *Media. Οι προεκτάσεις του ανθρώπου.* (μτφρ.Σ. Μάνδρος). Αθήνα: Κάλβος, σελ. 75
- Ed Soja, 1980, 'The socio-spatial dialectic', *Annals of the Association of American Geographers*,: 70, σελ. 207-225
- Dear, M. J. and Wolch, J. R., 1989. *The Power of Geography: How Territory Shapes Social Life.* Unwin Hyman, σελ. 1-18

Μέρος Α΄

ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Βασικές έννοιες και ορισμοί

*«Ο άνθρωπος στη ζωή του οφείλει:
Να φυτέψει τουλάχιστο ένα δέντρο.
Να γεννήσει τουλάχιστο ένα παιδί.
Να γράψει τουλάχιστο ένα βιβλίο»
(Νίκος Καζαντζάκης 1976 : 71)*

1ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: Βασικές έννοιες και ορισμοί

1.1 Εισαγωγή

Το φαινόμενο της ψηφιακής κοινωνικής δικτύωσης, δηλαδή εκείνης που διαμορφώνεται μέσω διαδικτύου, λόγω της δυναμικής εξέλιξής του αποτελεί ζήτημα που έχει απασχολήσει έντονα σχεδόν όλες τις κοινωνικές εκφάνσεις και δράσεις αλλά και πολλά γνωστικά πεδία της επιστημονικής κοινότητας τα τελευταία χρόνια. Ο «μονόλογος» των παραδοσιακών ΜΜΕ έχει μετασηματιστεί σε έναν σύνθετο διάλογο εξαιτίας των ΜΚΔ, τα οποία αποτελούν απόρροια του Web 2.0, που κατάφερε να αλλάξει την υφή του διαδικτύου προσδίδοντάς του κοινωνική διάσταση.

Στο παρόν κεφάλαιο αναλύονται εννοιολογικά οι όροι που θα μας απασχολήσουν στη διατριβή μας. Αρχικά, με μια σύντομη ιστορική αναδρομή αναλύεται ο όρος Web 2.0. Εν συνεχεία αποσαφηνίζονται οι όροι των κοινωνικών δικτύων και των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης. Στο τέλος, περιγράφεται η ιστορική εξέλιξη των ΜΚΔ κατά την τελευταία δεκαπενταετία.

1.2 Από το Web 1.0 στο Web 2.0

Το Διαδίκτυο, γνωστό ως Internet, μετράει σήμερα πάνω από τρία δισεκατομμύρια χρήστες, ποσοστό 49,7% δηλαδή επί του ραγδαία αυξανόμενου συνολικού πληθυσμού της Γης (Internet world stats 2017). Κάτι που αποδεικνύει πως πλέον έχει ενσωματωθεί σε καταλυτικό ποσοστό στην καθημερινή ζωή μας και επηρεάζει πολλές πτυχές της ύπαρξής μας. Την τελευταία δεκαετία έχει συντελεστεί μια τεράστια αλλαγή στα χαρακτηριστικά, στην δομή και στην ανάπτυξη μιας εκ των σημαντικότερων υπηρεσιών του Διαδικτύου, του Παγκόσμιου Ιστού (World Wide Web). Αυτό οφείλεται κυρίως στην εμφάνιση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (ΜΚΔ).

Στα μέσα της δεκαετίας του '90 η δημοτικότητα του Παγκόσμιου Ιστού (Web 1.0) εκτοξεύτηκε στα ύψη ανοίγοντας νέους διαύλους διαμοιρασμού πληροφοριών μεταξύ των ανθρώπων σε όλο το πλανήτη. Το Web 1.0 επέτρεπε μία μονόδρομη επικοινωνία μέσω στατικών ιστοσελίδων, όπως

ισχυρίζονται οι Thackeray, Neiger, Hanson, McKenzie, (2008 : 338-345), ωστόσο δεν επέτρεπε την παραμικρή διαδραστικότητα και επικοινωνία μεταξύ των χρηστών.

Ο DiNucci (1999 : 32) στο άρθρο του «Fragmented Future» ήταν ο πρώτος που προέβλεψε τον προσωρινό χαρακτήρα του Web 1.0 υποστηρίζοντας πως αυτό αποτελούσε μόνο το έμβρυο του Web 2.0 και προφήτευσε πως μελλοντικά το διαδίκτυο θα ξεφύγει από την στατικότητα που το χαρακτηρίζει και θα λειτουργεί ως μηχανισμός μεταφοράς, μέσω του οποίου θα επέλθει η διαδραστικότητα.

Αρχιτέκτονας του όρου και υπεύθυνος για την διάδοσή του θεωρείται ο O' Reilly (2005), ο οποίος χρησιμοποίησε τον όρο Web 2.0 για πρώτη φορά το 2004 κατά τη διάρκεια ενός συνεδρίου, όπου προτείνονταν ιδέες για την αναβάθμιση του παγκόσμιου ιστού. Ο όρος χρησιμοποιήθηκε, για να περιγράψει την διαδικασία κατά την οποία προγραμματιστές λογισμικού και τελικοί χρήστες ξεκίνησαν την αξιοποίηση του Παγκόσμιου Ιστού (World Wide Web). Δηλαδή μιας πλατφόρμας περιεχομένου και διαφόρων εφαρμογών, η οποία δεν δημιουργείται από μεμονωμένα άτομα, αλλά αντίθετα διαμορφώνεται και μεταβάλλεται συνεχώς από όλους τους χρήστες συμμετοχικά. Έτσι, οι εφαρμογές που ανήκαν στο Web 1.0, όπως οι προσωπικοί ιστότοποι αντικαταστάθηκαν σταδιακά από τα blogs, τα wikis και όλα τα συμμετοχικά εργαλεία του Web 2.0.

Το ακριβές νόημα του όρου διατυπώνεται στην ελληνική έκδοση της ηλεκτρονικής εγκυκλοπαίδειας Wikipedia (2018): «Ο όρος *Web 2.0 (Ιστός 2.0)*, χρησιμοποιείται για να περιγράψει τη νέα γενιά του Παγκόσμιου Ιστού η οποία βασίζεται στην όλο και μεγαλύτερη δυνατότητα των χρηστών του Διαδικτύου να μοιράζονται πληροφορίες και να συνεργάζονται online. Αυτή η νέα γενιά είναι μια δυναμική διαδικτυακή πλατφόρμα στην οποία μπορούν να αλληλεπιδρούν χρήστες χωρίς εξειδικευμένες γνώσεις σε θέματα υπολογιστών και δικτύων». Τα βασικά χαρακτηριστικά του Web 2.0 είναι (Miller 2005 : 4):

- ελευθερία των δεδομένων
- συμμετοχή
- επικοινωνία

- ανάμειξη
- κτίσιμο εμπιστοσύνης
- διευκόλυνση της κοινωνίας

Σύμφωνα με τους Tsekeris & Katerelos, (2014 : 14) το Web 2.0 αποτελεί περισσότερο μια κοινωνική και λιγότερο μια τεχνολογική επανάσταση λόγω των αλλαγών που επέφερε στον τρόπο που διαδρούσαν έως τώρα οι χρήστες.

Διανύουμε την εποχή του Κοινωνικού ή Συμμετοχικού (Participative) Ιστού όπως συνηθίζεται να αποκαλείται το Web 2.0, το οποίο επιτρέπει αυξημένη συμμετοχή και διάδραση μεταξύ των χρηστών, και παρέχει τη δυνατότητα να εκφραστούν, να επικοινωνήσουν, να δημιουργήσουν και να συμβάλλουν στην ανάπτυξη, στην αξιολόγηση και στην διανομή περιεχομένου στο διαδίκτυο, μετατρέποντάς τους έτσι από απλούς «καταναλωτές» σε «παραγωγούς» Πληροφοριών (Κουτσογιαννοπούλου 2013 : 25).

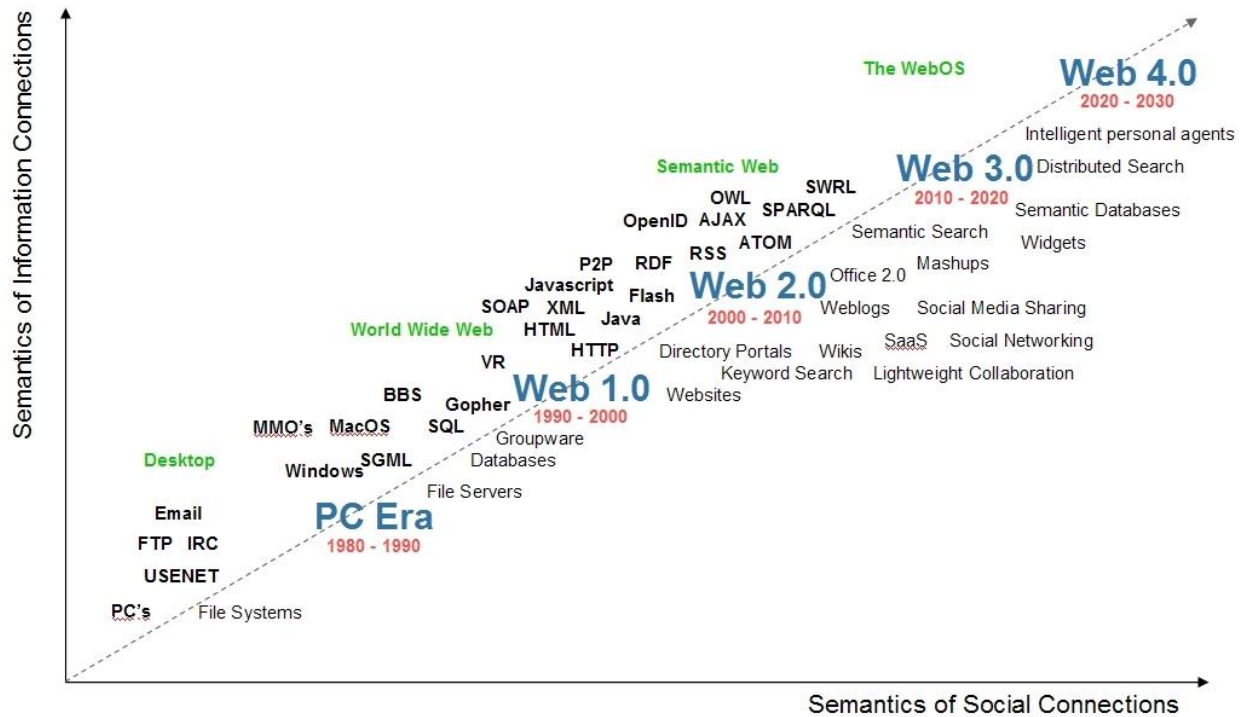
Σύμφωνα με τους Wunsch - Vincent, Vickery (2007) ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά του Συμμετοχικού Ιστού είναι το User Generated Content (UGC). Μπορεί το Web 2.0 να αποτελεί την τεχνολογική και ιδεολογική βάση του διαδικτύου, ωστόσο το UGC θεωρείται ως το άθροισμα όλων των τρόπων με τους οποίους οι άνθρωποι κάνουν χρήση των ΜΚΔ. Ειδικότερα ο όρος χρησιμοποιείται, για να περιγράψει τις διάφορες μορφές που μπορεί να έχει ένα περιεχόμενο, που διαμορφώνεται από τους τελικούς χρήστες των ΜΚΔ και δημοσιεύεται σε αυτά. Το UGC εμφανίζεται στο διαδίκτυο σε μορφή εικόνων, ήχου, βίντεο, σχόλιων κτλ. Αν και στην διεθνή βιβλιογραφία επίσημος και κοινά αποδεκτός ορισμός του UGC δεν υφίσταται, σύμφωνα με τον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ 2007), για να θεωρείται ένα περιεχόμενο ως UGC θα πρέπει να διαθέτει τρία βασικά χαρακτηριστικά:

- Να είναι δημοσιευμένο σε κάποια ιστοσελίδα ή σε σελίδα κοινωνικής δικτύωσης,
- Να είναι προϊόν δημιουργικής προσπάθειας και

- Να έχει δημιουργηθεί από απλούς χρήστες χωρίς τη χρήση επαγγελματικών πρακτικών.

Η πρώτη συνθήκη αποκλείει το περιεχόμενο που ανταλλάσσεται μέσω των emails ή των άμεσων μηνυμάτων. Η δεύτερη αποκλείει απλή αναπαραγωγή υφιστάμενου περιεχομένου (πχ αντιγραφή κάποιου άρθρου από μία εφημερίδα και τοποθέτησή του σε ένα προσωπικό blog, χωρίς καμία επεξεργασία, ή σχολιασμό). Η τρίτη συνθήκη, αποκλείει όσα κείμενα έχουν δημιουργηθεί με εμπορικό σκοπό. Αφού το UGC ήταν ήδη διαθέσιμο πριν από το web 2.0, ο συνδυασμός των τεχνολογικών (πχ αυξημένη ευρυζωνική διαθεσιμότητα και χωρητικότητα hardware), οικονομικών (πχ αυξημένη διαθεσιμότητα εργαλείων για δημιουργία UGC), και κοινωνικών οδηγιών (πχ αύξηση της γενιάς των “digital natives” και των “screenagers”: νεότερα ηλικιακά groups με σημαντικές τεχνικές γνώσεις και επιθυμία να συνδεθούν online) κάνουν το UGC πολύ πιο διαφορετικό από ό,τι φαινόταν αρχικά (Kaplan, Haenlein 2010 : 59-68).

Στην εικόνα 1, μπορούμε να δούμε πως ο Nova Spivack έχει περιγράψει την εξέλιξη του παγκοσμίου ιστού από την στιγμή που εμφανίστηκε ως τεχνολογία στο διαδίκτυο, μέχρι το που πιστεύει ότι θα καταλήξει το 2030.



Εικόνα 1: Η εξέλιξη του Παγκόσμιου Ιστού

Πηγή: http://novaspivack.typepad.com/nova_spivacks_weblog/2007/02/steps_towards_a.html Τελευταία προσπέλαση 22/05/2017

1.3 Κοινωνικά Δίκτυα

Ο όρος κοινωνικά δίκτυα σχεδόν έχει ταυτιστεί με το Facebook και το διαδίκτυο, λόγω της καθολικής διείσδυσης του τελευταίου στην καθημερινή ζωή μας. Ωστόσο, η έννοια των κοινωνικών δικτύων δεν πρέπει να αντιμετωπίζεται σαν κάτι νεωτεριστικό.

Στην πραγματικότητα τα προσωπικά κοινωνικά δίκτυα προϋπήρξαν και αποτέλεσαν τον πρόδρομο των νέων ΜΚΔ με την ψηφιακή μορφή που όλοι γνωρίζουμε σήμερα και έχουν μελετηθεί διεξοδικά από τους επιστήμονες της Κοινωνιολογίας. Ουσιαστικά τα νέα ΜΚΔ επέκτειναν τα παραδοσιακά κοινωνικά δίκτυα, αφού δεν υπάρχουν πλέον χωρικά εμπόδια.

Σύμφωνα με τον Barabasi (2002 : 4), κοινωνικά δίκτυα υπάρχουν ακόμα από την εποχή των πρώτων χριστιανών. Στο πέρασμα των χρόνων έχουν δημιουργηθεί ποικίλες μορφές δικτύων, όπως εθνικά, φυλετικά ή απελευθερωτικά. Ακόμα και οι πολυεθνικές εταιρίες αποτελούν εμπορικά δίκτυα με οικονομικά συμφέροντα και παγκόσμια δράση.

Πώς ορίζονται επιστημονικά τα κοινωνικά δίκτυα; Ας εξετάσουμε αρχικά τον ορισμό κοινωνιολογικά. Οι Walker, MacBride & Vachon (1977 : 659) όρισαν ως κοινωνικό δίκτυο το άθροισμα των προσωπικών επαφών μέσω των οποίων το άτομο διατηρεί την κοινωνική ταυτότητά του, λαμβάνει συναισθηματική υποστήριξη, υλική ενίσχυση και συμμετοχή στις υπηρεσίες, έχει πρόσβαση στις πληροφορίες και δημιουργεί νέες κοινωνικές επαφές.

Ο Millardo (1988 : 16) ορίζει ως κοινωνικό δίκτυο «μια συλλογή από άτομα που γνωρίζουν και αλληλεπιδρούν με ένα συγκεκριμένο άτομο στόχο ή ζευγάρι». Ένας ακόμα αποδεκτός εννοιολογικός ορισμός των κοινωνικών δικτύων δίνεται από τους Brass, Butterfield & Skaggs (1998 : 44) οι οποίοι τα ορίζουν ως ένα σύνολο παραγόντων (όπως άνθρωποι, οργανισμοί, κτλ) και μια σειρά από δεσμούς (όπως φιλίες, χρηματικές συναλλαγές κτλ) που αντιπροσωπεύουν κάποια σχέση –ή την απουσία αυτής– ανάμεσα στους παράγοντες. Σύμφωνα με τον Pescosolido (2012 : 208-217) τα κοινωνικά δίκτυα έχουν κάποια βασικά χαρακτηριστικά όπως οι κόμβοι, οι δεσμοί, οι υποομάδες, το είδος των δεσμών, το κοινωνιόγραμμα, το μέγεθος, η

πυκνότητα, η δύναμη και η πολυπλοκότητα των δεσμών και το κοινωνιομετρικό αστέρι. Χαρακτηριστική είναι η απόδοση αυτών των κόμβων στην προσέγγιση ενός κοινωνικού δικτύου τόσο σε επίπεδο υλικού και αρχιτεκτονικής δομής, όσο και ανάλυσης στην οποία είναι εμφανής η αναπαράσταση και η διασύνδεση των σχετικών με το εκάστοτε δίκτυο κόμβων.

Φαινομενολογικά, ένα δίκτυο είναι ένα σύνολο παραγόντων ή φορέων δράσης, που ονομάζονται δρώντες (actors), οι οποίοι σχετίζονται μεταξύ τους με κάποια μορφώματα διαδραστικής συμπεριφοράς, που ονομάζονται δεσμοί (ties) ή σχέσεις διάδρασης (interactions). Τυπικά, έτσι όπως αναλύεται μαθηματικά στην Θεωρία Γράφων (Graph Theory) ή αναπαρίσταται μέσω γραφικών οπτικοποιήσεων (visualizations): Ένα δίκτυο είναι ένα σύνολο κόμβων (ή κορυφών ή σημείων), οι οποίοι συνδέονται μεταξύ τους με κάποια συγκεκριμένα μορφώματα συνδέσμων (links), που είτε δεν έχουν κατεύθυνση, οπότε είναι ακμές ή γραμμές ή έχουν κατεύθυνση, οπότε είναι τόξα. (Μπουντουρίδης 2004 : 3).

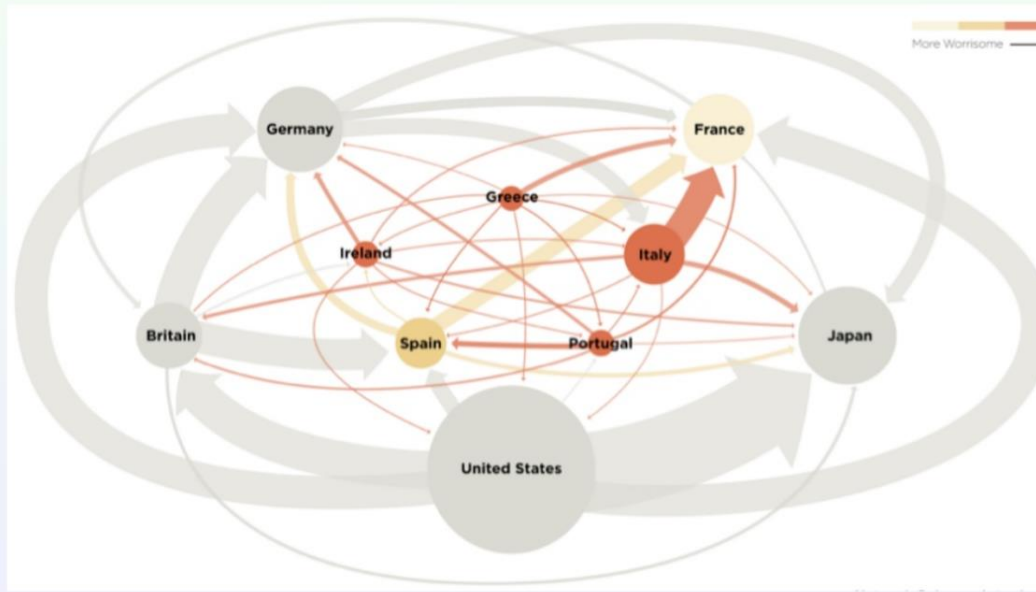
Στις εικόνες που ακολουθούν, μπορούμε να διακρίνουμε κάποια χαρακτηριστικά είδη δικτύων.



Εικόνα 2: Δίκτυο ερωτικών σχέσεων

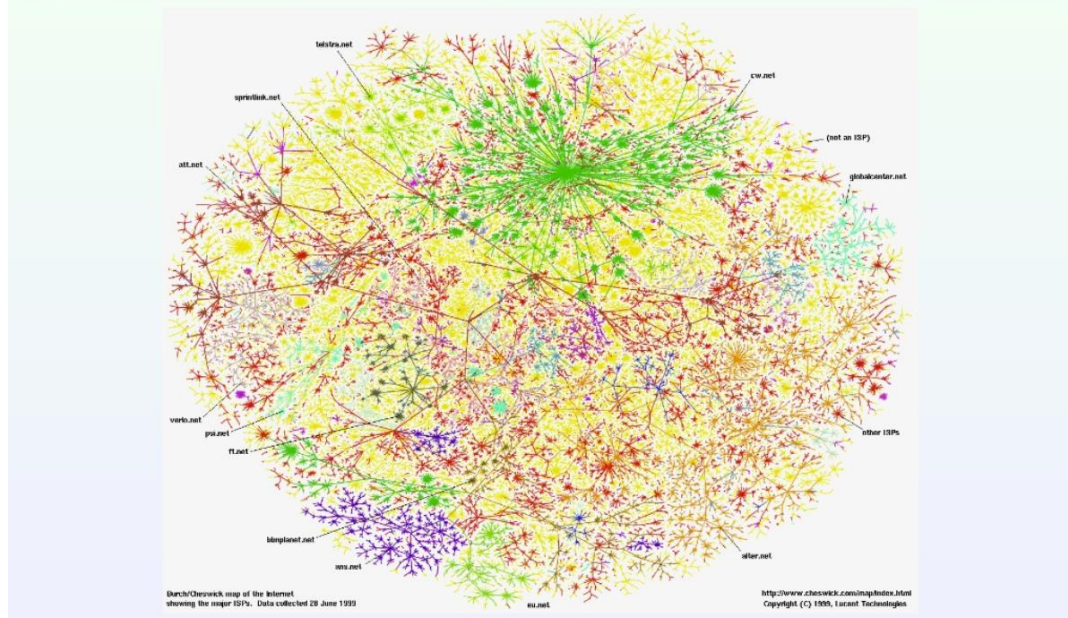
Πηγή: <http://www-personal.umich.edu/~mejn/networks/>
Τελευταία προσπέλαση 22/05/2017

Το Δίκτυο των Χωρών με Μεγάλο Χρέος



Εικόνα 3: Δίκτυο χωρών με μεγάλα χρέη
Πηγή: <http://barabasilab.neu.edu/networksciencebook/>
Τελευταία προσπέλαση 22/05/2017

Το Internet



Εικόνα 4: Δίκτυο των ISPs του Internet
Πηγή: <http://www.caida.org/projects/internetatlas/gallery/ches/data.xml>
Τελευταία προσπέλαση 22/05/2017



Εικόνα 5: Δίκτυο επικοινωνίας του Facebook
Πηγή: <http://barabasilab.neu.edu/networksciencebook>
Τελευταία προσπέλαση 22/05/2017

Από τους πιο πάνω ορισμούς και εικόνες, μπορεί κανείς να αντιληφθεί ότι ακόμα και η οικογένεια αποτελεί κοινωνικό δίκτυο που κρατά τα μέλη της συσπειρωμένα σε έναν κοινό σκοπό και μια κοινή ιδεολογία. Η οικογένεια είναι το πρώτο κοινωνικό περιβάλλον στο πλαίσιο του οποίου το άτομο σχηματίζει σταδιακά την εικόνα για τον εαυτό του, τον κόσμο γύρω του και τις σχέσεις με τους άλλους.

Όπως προαναφέρθηκε όμως, η ψηφιακή επανάσταση την τελευταία δεκαετία έφερε αλλαγές στα χαρακτηριστικά των κοινωνικών δικτύων με τον τρόπο που τα όριζε μέχρι σήμερα ο κλάδος της Κοινωνιολογίας. Τα κοινωνικά δίκτυα λοιπόν σήμερα παραδίνουν την σκυτάλη στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης (on-line κοινωνικά δίκτυα). Οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να θεωρηθούν ως οι διαδικτυακές υπηρεσίες, που επιτρέπουν στα άτομα, που συμμετέχουν σε αυτές, να κατασκευάζουν ένα δημόσιο ή ένα ημιδημόσιο προφίλ σε ένα σύστημα τεχνολογικά καθορισμένο. Μέσα από αυτό το προφίλ ο χρήστης διαμορφώνει μια λίστα με άλλους χρήστες (φίλους, ακολούθους, κύκλους, κτλ), με τους οποίους μπορεί να αλληλεπιδρά συνομιλώντας, μοιράζοντας ψηφιακό υλικό, προβάλλοντας ιδέες ή απόψεις, έως και να παρακολουθεί τη δραστηριότητα άλλων χρηστών (Cohen 2008).

Μια θεμελιώδης θεωρία στη βάση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης είναι η θεωρία των έξι βαθμών διαχωρισμού (six degrees of separation). Το 1967 ο Αμερικανός ψυχολόγος Stanley Milgram διεξήγαγε το πείραμα του «μικρού κόσμου», στο οποίο έστειλε επιστολές σε 60 εθελοντές στο Κάνσας και τους ζήτησε να τις διαβιβάσουν σε ένα συγκεκριμένο πρόσωπο στη Μασαχουσέτη μέσω φίλων και φίλων των φίλων τους. Οι επιστολές διαβιβάστηκαν μέσω μιας αλυσίδας πέντε έως επτά ατόμων περίπου και έφθασαν στον παραλήπτη. Αυτό το γεγονός αποτελεί μια εμπειρική απόδειξη ότι τυχαίοι άνθρωποι σχετίζονται μεταξύ τους μέσω φίλων και μέσω φίλων των φίλων. Η υπόθεση του μικρού κόσμου οδήγησε στο συμπέρασμα ότι ο αριθμός των προσωπικών γνωριμιών ώστε να συνδεόνται δυο άτομα τυχαία στον πλανήτη είναι μικρός. Έτσι αποδείχθηκε πως απαιτείται μια αλυσίδα έξι ενδιάμεσων προσώπων, ώστε να μεταδοθεί το μήνυμα. Για αυτόν το λόγο η θεωρία ονομάστηκε six degrees of separation (Milgram 1967 : 425-443).

Ωστόσο, το ότι συνδεόμαστε με τους πάντες μέσω έξι βαθμών διαχωρισμού δεν σημαίνει ότι ασκούμε επιρροή σε όλους αυτούς τους ανθρώπους σε οποιαδήποτε κοινωνική απόσταση από εμάς. Μια άλλη έρευνα, αυτή των Christakis N. & Fowler J. (2010 : 50-52), όπως περιγράφεται αναλυτικά στο βιβλίο τους *Συνδεδεμένοι*, έδειξε ότι η εξάπλωση της επιρροής στα κοινωνικά δίκτυα ακολουθεί τον «Κανόνα των τριών βαθμών επιρροής». Ό,τι κάνουμε ή λέμε τείνει να διαδίδεται μέσα στο δίκτυό μας, επηρεάζοντας τους φίλους μας (ένας βαθμός), τους φίλους των φίλων μας (δύο βαθμοί) και, ακόμη, τους φίλους των φίλων μας των φίλων μας (τρεις βαθμοί). Ο κανόνας των Τριών Βαθμών ισχύει για ένα ευρύ φάσμα συμπεριφορών, στάσεων και αισθημάτων, εφαρμόζεται δε σε φαινόμενα τόσο ανόμοια όσο οι πολιτικές απόψεις, η αύξηση του βάρους και η ευτυχία.

Στο σημείο αυτό έχει εξαιρετικό ενδιαφέρον να αναφερθούμε στην εφαρμογή της θεωρίας των έξι βαθμών διαχωρισμού σήμερα στα ΜΚΔ. Πιο συγκεκριμένα, σε ότι αφορά το Facebook, ο ερευνητής Karl Bunyan το 2009 ξεκίνησε τη μελέτη εφαρμογής της πιο πάνω θεωρίας, προσπαθώντας να την επικαιροποιήσει. Όπως προκύπτει και από τον πίνακα 1, το πολύ σημαντικό συμπέρασμα είναι ότι η απόσταση διαχωρισμού μειώνεται με την πάροδο των

χρόνων. Το 2016 που ο Bunyan δημοσίευσε τα αποτελέσματα της έρευνας του οι έξι βαθμοί είχαν γίνει σχεδόν 3,5!

Year		Distance
2008	5.28	
2011	4.74	
2016	3.57	

Πίνακας 1: βαθμοί διαχωρισμού

Πηγή: https://en.wikipedia.org/wiki/Six_degrees_of_separation
Τελευταία προσπέλαση 30/08/2018

1.3.1 Κοινωνικά Μέσα και Ιστοσελίδες Κοινωνικής Δικτύωσης

Οι όροι κοινωνικά μέσα και ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης συχνά ταυτίζονται κάτω από τον όρο «social media», παρόλο που υπάρχει σημαντική διαφοροποίηση ανάμεσά τους. Τα Κοινωνικά Μέσα αναφέρονται στα εργαλεία διαμοιρασμού της πληροφορίας, των δεδομένων και της επικοινωνίας στο κοινό, ενώ οι Ιστοσελίδες Κοινωνικής Δικτύωσης αναφέρονται στη δημιουργία και στην αξιοποίηση κοινοτήτων για τη διασύνδεση ανθρώπων με κοινά ενδιαφέροντα. Θα μπορούσε να ειπωθεί δηλαδή ότι ο όρος «social media» αναφέρεται στα εργαλεία - μέσα ενημέρωσης κοινωνικής δικτύωσης, ενώ ο όρος «social networking» στη διαδικασία της κοινωνικής δικτύωσης (2018). Ένας άλλος ορισμός που δόθηκε από την Jingwen Zhang (2010), αναφέρει ότι ο όρος Κοινωνική Δικτύωση (Social Networking) αφορά στη δημιουργία και στην αξιοποίηση των διαδικτυακών κοινοτήτων με σκοπό τη διασύνδεση ανθρώπων με κοινά ενδιαφέροντα.

Στο διαδίκτυο προσφέρονται εκατοντάδες ΜΚΔ και καθώς η χρήση τους αυξάνεται με ιλιγγιώδεις ρυθμούς, πολλοί επιστήμονες προσπάθησαν να τα κατηγοριοποιήσουν χρησιμοποιώντας διαφορετικά κριτήρια. Η πρώτη απόπειρα έγινε από τον Jeremiah Owyang (2009 : 3), ο οποίος προσπάθησε να τα κατηγοριοποιήσει με βάση τη λειτουργικότητά τους. Ένα χρόνο αργότερα, η Mirna Bard (2010) διαχωρίζει τα ΜΚΔ σε κατηγορίες ανάλογα με

τις δυνατότητες που μπορούν να προσφέρουν στους καταναλωτές, στο χώρο των επιχειρήσεων και της αγοράς γενικότερα. Στην εικόνα 6 μπορούμε να δούμε τις 15 κατηγορίες όπως προτείνονται από την Bard.



Εικόνα 6: Κατηγοριοποίηση κατά Bard

Πηγή: <http://www.mirnabard.com/2010/02/15-categories-of-social-media/>
Τελευταία προσπέλαση 22/05/2017

Η πιο πρόσφατη κατηγοριοποίηση έγινε από τον Fred Cavazza (2014), ο οποίος τοποθετεί στο κέντρο του διαγράμματος τα τρία μεγαλύτερα δίκτυα που είναι το Facebook, το Twitter και το Google+. Αυτές οι τρεις κοινωνικές πλατφόρμες βρίσκονται στο κέντρο, διότι μπορούν να προμηθεύσουν τους χρήστες με μεγάλο εύρος λειτουργιών για να δημοσιεύσουν, να μοιράσουν, να συζητήσουν και να δικτυωθούν. Το καινούργιο στοιχείο, όμως, που προστίθεται είναι το νέο κύμα εφαρμογών κινητού (mobile apps), όπως WhatsApp, SnapChat, Tango, WeChat, Line, KakaoTalk. Σε μερικά χρόνια αυτές οι εφαρμογές θα υιοθετηθούν από εκατομμύρια χρήστες και θα είναι η

αρχή μιας σειράς θεαματικών επενδύσεων. Υπάρχει μεγάλος αριθμός εφαρμογών κινητού, αλλά οι έξι αυτές στο κέντρο, είναι οι πιο δημοφιλείς (εικόνα 7).



Εικόνα 7: Κατηγοριοποίηση κατά Cavazza

Πηγή: <http://www.fredcavazza.net/2014/05/22/social-media-landscape-2014>
Τελευταία προσπέλαση 20/06/2017

Ίσως η πιο αποτελεσματική κατηγοριοποίηση έγινε από τον Zhang (2010), ο οποίος στην έρευνα του «Social Media and Distance Education» διακρίνει τα ΜΚΔ σε έξι βασικές κατηγορίες. Αναλυτικότερα:

- **Ιστοσελίδες Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Networks)**, όπως το Facebook, MySpace, το Bebo, το Google+ και το LinkedIn.

- **Μέσα Κοινωνικής Σελιδοσήμανσης** (social bookmarking ή social tagging), όπως τα Digg, Delicious, CiteULike, Google Reader, StumbleUpon
- **Ιστοσελίδες συνεργατικής συγγραφής** (collaborative authoring): Wikipedia, Google Docs.
- **Ιστοσελίδες μοιράσματος πολυμέσων** (multimedia sharing) δημιουργούν κοινότητες στις οποίες οι χρήστες τους οργανώνουν και μοιράζονται συγκεκριμένα είδη περιεχομένου που μπορούν να είναι φωτογραφίες, βίντεο, μουσική ή και άλλου είδους καλλιτεχνικά έργα, με πιο δημοφιλείς τα YouTube, Flickr, deviantArt, Vimeo, Slideshare.net, Scribd, Spotify, SoundCloud
- **Ιστολόγια** (blogs, micro-blogging), είναι ατομικές ή ομαδικές ιστοσελίδες στις οποίες μπορεί κάποιος να αναρτήσει περιεχόμενο που συνήθως εμφανίζεται σε αντίστροφη χρονολογική σειρά. Μπορούν να περιέχουν κείμενο, εικόνα, ήχο, βίντεο και να καλύπτουν ποικίλα θέματα, όπως προσωπικά, κοινωνικά, επιστημονικά και θέματα επικαιρότητας. Παραδείγματα αποτελούν τα Blogger, WordPress, LiveJournal, ExpressionEngine, Typad, καθώς και το ελληνικό Pathfinder Blogs. Το Twitter είναι το πιο χαρακτηριστικό παράδειγμα micro-blogging, ενώ micro-blogging χαρακτηριστικά έχουν και τα Tumblr, Foursquare, Posterous, Google Buzz και Jaiku.
- **Διαδικτυακές τηλεδιασκέψεις** (Web conferencing), όπως τα WebEx, GoToMeeting, DimDim.

Σύμφωνα με την πολύ πρόσφατη στατιστική έρευνα «Digital in 2018» (2018 : 11), την οποία αναλύουμε διεξοδικά στο έκτο κεφάλαιο, δύο εκατομμύρια οκτακόσιες χιλιάδες είναι οι εγγεγραμμένοι χρήστες από όλες τις ηπείρους και από όλες τις ηλικιακές ομάδες σε κάποια Ιστοσελίδα Κοινωνικής Δικτύωσης όπως το Facebook, το Twitter, το Instagram κ.ά. με αυξανόμενο, μάλιστα, ρυθμό. Οι ιστότοποι αυτοί αποτελούν βασικές περιοχές εξερεύνησης ταυτότητας και αυτοέκφρασης, καθώς προσφέρουν την ευκαιρία στους χρήστες τους να εκφράσουν τη δημιουργικότητά τους, να την κοινοποιήσουν

σε ένα μεγάλο ακροατήριο και να λάβουν ανατροφοδότηση, όπως ισχυρίζονται σε άρθρο τους οι Cachia, Comprano & Da Costa (2007 : 1179-1203). Σχετική έρευνα των Nabi, Prestin & So, (2013 : 726-727) υποστηρίζει ότι οι χρήστες εκπληρώνουν ανάγκες για κοινωνική αναγνώριση, κοινωνική υποστήριξη, και την αίσθηση του «ανήκειν». Ανάγκες που δεν ικανοποιούνται απαραίτητα από τον άμεσο κοινωνικό κόσμο ενός προσώπου.

Οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης συμβάλλουν στη συγκρότηση μιας «εικονικής κοινότητας» που τα μέλη συνδέονται μεταξύ τους σε μια νέα συλλογικότητα, όπως αυτή διαμορφώνεται στη βάση κοινών προφίλ ή κοινών ενδιαφερόντων και στόχων. Πρέπει σε αυτό το σημείο να τονίσουμε ότι σε καμία περίπτωση δεν αντικαθιστούν τα εγκαθιδρυμένα κοινωνικά δίκτυα εκτός Διαδικτύου. Συχνά αποτελούν την εικόνα ή την επέκταση αυτών των κοινωνικών δικτύων, επιτελώντας έτσι μια διπλή λειτουργία που συνίσταται στην χαρτογράφηση μέσω Διαδικτύου των υφιστάμενων δεσμών και στη δημιουργία νέων (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007 : 1143-1168).

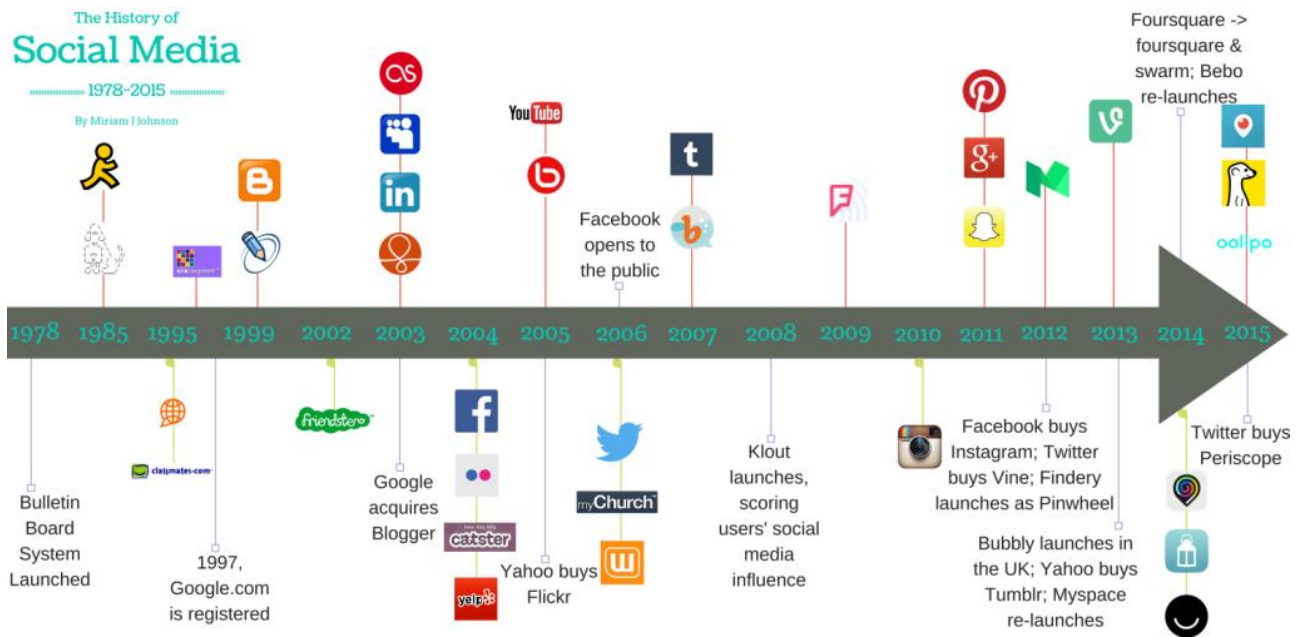
1.3.2 Η ιστορική εξέλιξη των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης

Στα άτομα μεγαλύτερων ηλικιών, στην προηγούμενη γενιά δηλαδή, ο όρος *Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης* ηχεί περίεργος, αλλά ίσως τελικά να μην είναι, αν αναλογιστεί κανείς πως τα σύγχρονα μέσα ψηφιακής κοινωνικής δικτύωσης δεν είναι τίποτα παραπάνω από την φυσική μετεξέλιξη των μέσων μαζικής ενημέρωσης και επικοινωνίας που όλοι γνωρίζουμε.

Τα παραδοσιακά ΜΜΕ, αποτελούν πομπούς πληροφόρησης, οι οποίοι όμως δημιουργούν κανάλια επικοινωνίας μίας κατεύθυνσης, που δεν παρέχουν την δυνατότητα στους χρήστες να μοιραστούν τις απόψεις τους. Με την έλευση του Web 2.0, όπως προαναφέραμε, εισήλθε το στοιχείο της διαδραστικότητας (ή αλληλεπίδρασης) στα μέσα ενημέρωσης επιτρέποντας έτσι την ενεργή συμμετοχή των χρηστών. Το κοινωνικό στοιχείο λοιπόν, ως δεύτερο συστατικό των ΜΚΔ, τα διαφοροποιεί από τις συμβατικές τεχνολογίες των μέσων ενημέρωσης Zhang (2010).

Σύμφωνα με τους Kaplan & Haenlein (2010 : 59-68), τα ΜΚΔ με την μορφή που τα αντιλαμβανόμαστε σήμερα είδαν το φως της δημοσιότητας είκοσι χρόνια νωρίτερα, με την δημιουργία μιας πρώιμης ιστοσελίδας κοινωνικής δικτύωσης. Η σελίδα αυτή λεγόταν Open Diary και δημιουργήθηκε από τους Bruce και Susan Abelson έχοντας ως στόχο να συγκεντρώσει διαδικτυακά σε μια κοινότητα τους συγγραφείς ψηφιακών ημερολογίων. Την ίδια περίοδο εμφανίζεται και ο όρος weblog, ο οποίος ένα χρόνο αργότερα μετατράπηκε σε blog. Το 2003 κάνει την εμφάνισή της η ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης My Space και ένα χρόνο αργότερα εμφανίζεται το Facebook, το οποίο λόγω της δημοτικότητάς του συνέβαλε καθοριστικά στην εξέλιξη που έχουν σήμερα τα ΜΚΔ.

Η πιο πρόσφατη προσθήκη στον λαμπερό κόσμο του διαδικτύου αφορά στους εικονικούς κόσμους (*virtual worlds*). Η τεχνολογία της εικονικής πραγματικότητας έρχεται να αλλάξει τη μορφή των ΜΚΔ όπως την ξέραμε ως σήμερα. Πρόκειται ουσιαστικά για υπολογιστικά, προσομοιωμένα περιβάλλοντα που κατοικούνται από τρισδιάστατα avatar. Οι χρήστες καλούνται να επιλέξουν ένα τρισδιάστατο avatar αποκτώντας έτσι υπόσταση στον εικονικό κόσμο, με αποτέλεσμα να μπορούν να επικοινωνήσουν με φίλους και να πραγματοποιήσουν εικονικές συναντήσεις με άλλους. Συμπερασματικά μπορούμε να πούμε ότι, διανύουμε μια εποχή κατά την οποία η κοινωνική δικτύωση θα μπορούσε να προσφέρει μια φουτουριστική εμπειρία εμπύθισης (*immersion*), η οποία δεν αποκλείεται να είναι ακόμη πιο εθιστική από την προηγούμενη μορφή της. Στην εικόνα 8 βλέπουμε την εμφάνιση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης κατά την τελευταία δεκαπενταετία.



Εικόνα 8: Η εξέλιξη των ΜΚΔ

Πηγή: <http://inglespc.com/a-brief-history-of-social-media-1969-2012/>
Τελευταία προσπέλαση 20/06/2017

Βιβλιογραφικές αναφορές

Καζαντζάκης Ν. 1976. Υπό εχεμύθειαν. Εκδόσεις «Σύγχρονη εποχή».

Internet world stats 2017. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα:
<https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>.
Τελευταία προσπέλαση 17/08/2017.

Thackeray, Neiger, Hanson, McKenzie, (2008), “Enhancing Promotional Strategies within Social Marketing Programs: Use of Web 2.0 Social Media”, Social Marketing and Health Communication, Health Promotion Practice, October 2008 Vol. 9, No. 4, σελ. 338-345.

DiNucci, Darcy 1999, “FragmentedFuture”.Print53 (4):32, Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: http://darcy.com/fragmented_future.pdf. Τελευταία προσπέλαση 17/07/2017.

O'Reilly Tim Network 2005, “What Is Web 2.0 Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software”. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <http://oreilly.com/lpt/a/6228>. Τελευταία προσπέλαση 11/07/2017.

Wikipedia (web 2.0) Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα:
https://el.wikipedia.org/wiki/Web_2.0. Τελευταία προσπέλαση 10/06/2017.

Miller P.(2005), “Web 2.0: building the new library”. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <http://www.ariadne.ac.uk/issue45/miller/>. Τελευταία προσπέλαση 27/06/2017.

Tsekeris, Charalambos; Katerelos, Ioannis 2014. The Social Dynamics of Web 2.0. Routledge, σελ.14.

Κουτσογιαννοπούλου Ν. 2013, «Τα νέα μέσα ηλεκτρονικής κοινωνικής δικτύωσης και η σχέση τους με την καταναλωτική συμπεριφορά», σελ. 25.

Wunsch Vincent, Vickery 2007, “Working Party on the Information Economy, PARTICIPATIVE WEB: USER-CREATED CONTENT”. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <http://www.oecd.org/internet/ieconomy/38393115.pdf>. Τελευταία προσπέλαση 27/06/2017.

Kaplan, Haenlein, 2010, “Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Medi” , Business Horizons, 53, σελ. 59-68.

- Spivack N. 2007. http://novaspivack.typepad.com/nova_spivacks_weblog
 Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: https://en.wikipedia.org/wiki/Nova_Spivack.
 Τελευταία προσπέλαση 7/06/2017.
- Bernice a. Pescosolido 2006. the sociology of social networks, σελ. 208.
- Barabasi A.-L. 2002 Linked: The New Science of Networks. Cambridge:
 Perseus, σελ. 4.
- Rondos & Papanis 2008. social networks and employment in the north
 Aegean sea region, The Journal of International Social Research
 Volume 1/5 σελ. 659.
- Milardo, R 1988, "Families and social networks: An overview of theory and
 methodology. In R Milardo (Ed), Families and social networks, Newbury
 Park, CA: Sage σελ. 16.
- Brass, Butterfield & Skaggs 1998, "Relationships and Unethical Behavior: A
 Social Network Perspective", the Academy of Management Review, Vol
 23, No 1. σελ. 44.
- Pescosolido BA 2012 The Sociology of Social Networks. In: Bryant CD and
 Peck DL (eds) The Handbook of 21st Century Sociology. Thousand
 Oaks, CA: Sage, σελ. 208-217.
- Μπουντουρίδης Μ. 2004. Η Επιστήμη των Δικτύων. Πανεπιστήμιο Πατρών.
- Cohen, H.2008, 30 Social Media Definitions. <http://heidicohen.com/social-media-definition/>.
- Milgram S.1967 "An Experimental Study in the Small World Problem",
 Sociometry 35, vol. 4, σελ. 425-443.
- Christakis N. & Fowler J. 2010, «Συνδεδεμένοι», εκδόσεις Κάτοπτρο, σελ.50-
 52.
- Bunyan K. 2016, "Facebook says there are only 3.57 degrees of separation".
 Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <https://research.fb.com/three-and-a-half-degrees-of-separation/> Τελευταία προσπέλαση 17/08/2017.
- ΜΚΔ (Social Media). 2015. Ορισμός Wikipedia. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα:
https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9C%CE%AD%CF%83%CE%B1_%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CF%82_%CE%B4%CE%B9%CE%BA%CF%84%CF%8D%CF%89%CF%83%CE%B7%CF%82 Τελευταία προσπέλαση
 27/04/2018.

- Zhang, J. 2010. Social media and distance education. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <http://deoracle.org/online-pedagogy/emerging-technologies/social-media-anddistance-education.html?PHPSESSID=adb9b0c9f094d0d923de6f3b3f65ef7a>. Τελευταία προσπέλαση 20/06/2017.
- Owyang J, 2009, "Social Media Playtime Is Over", σελ.3.
- Bard,M. 2010, "15 Categories of Social Media". Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: www.mir nabard.com/2010/02/15-categories-of-social-media. Τελευταία προσπέλαση 20/06/2017.
- Cavazza F. 2014, "Social Media Landscape 2014". Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: www.fredcavazza.net/2014/05/22/social-media-landscape-2014. Τελευταία προσπέλαση 20/06/2017.
- Internet world stats 2018, Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>. Τελευταία προσπέλαση 27/06/2018.
- Cachia, Compano & Da Costa 2007. Grasping the potential of online social networks for foresight, Technological Forecasting and Social Change, 74 (8), σελ.1179-1203.
- Nabi, R. L., Prestin, A., & So, J. 2013. Facebook friends with (health) benefits? Exploring social network site use and perceptions of social support, stress, and well-being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 10, 721-727. <http://dx.doi.org/10.1089/cyber.2012.0521>.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. 2007. The benefits of Facebook friends" Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), σελ.1143-1168.
- Zhang J. 2010, "Social Media and Distance Education", Instructional Support Specialist Center for Support of Instruction,. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <http://deoracle.org/online-pedagogy/emerging-technologies/social-media-and-distance-education.html>. Τελευταία προσπέλαση 22/06/2017
- Kaplan A. M. & Haenlein M. 2010, "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*", Vol. 53, σελ. 59-68.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης

“Ο λογικός άνθρωπος προσαρμόζεται στον κόσμο γύρω του. Ο παράλογος επιμένει να προσπαθεί να προσαρμόσει τον κόσμο στον εαυτό του. Για τούτο, κάθε πρόοδος εξαρτάται από τον παράλογο”.

George Bernard Shaw (1944 : 132)

2ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΟΙ ΙΣΤΟΤΟΠΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

2.1 Εισαγωγή

Οι Ιστοτόποι Κοινωνικής Δικτύωσης ή γενικότερα τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ), όπως τα αναλύσαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο, αποτελούν μέρος των εφαρμογών του Web 2.0. Πρόκειται για διαδικτυακές πλατφόρμες που προσφέρουν τις τεχνολογικές δυνατότητες για επιγραμμική (online) κοινωνική δικτύωση. Οι χρήστες μπορούν να δημιουργήσουν έναν εικονικό προσωπικό χώρο με τα πραγματικά στοιχεία (ονοματεπώνυμο, τόπος κατοικίας, φωτογραφίες κλπ), όπου επικοινωνούν τις σκέψεις τους, μοιράζονται τις ιδέες τους, αναρτούν βίντεο και φωτογραφίες και, κυρίως, συνδέονται μεταξύ τους. Κατά τη διαδικασία της συναναστροφής τους, οι χρήστες, αποδέχονται και μοιράζονται αξίες που διαμορφώνονται από τα χαρακτηριστικά των τεχνολογιών των ΜΚΔ. Όπως αναφέρεται και στο «The Social Media Bible» (2009 : 25-32), το περιεχόμενο των ΜΚΔ αφορούν:

- *Την κοινωνική δικτύωση*, η οποία καλύπτει την πάγια ανάγκη των ανθρώπων για επικοινωνία, για ανταλλαγή απόψεων και συναισθημάτων μεταξύ ατόμων με τις ίδιες ιδέες και ενδιαφέροντα.
- *Τη δημοσιότητα*. Η αποτύπωση και καταγραφή συζητήσεων που θα είναι διαθέσιμες μελλοντικά αποτελεί ένα νέο στοιχείο στην ιστορία του διαδικτύου και ανατρέπει τη μέχρι τώρα διάδοση της ιστορίας μέσω της προφορικής αφήγησης.
- *Τη διακίνηση εικόνων/φωτογραφιών*. Με βάση την ιδέα πως μια εικόνα αξίζει χίλιες λέξεις, τα ΜΚΔ αποτελούν σήμερα μια πλούσια πηγή απεικόνισης εικόνων και συναισθημάτων των χρηστών, τις οποίες μπορούν να τις μοιραστούν με άλλους και να τις ανακαλέσουν οποιαδήποτε στιγμή.
- *Την καταγραφή και μετάδοση ήχου*. Ο ήχος από μόνος του αποτελεί ένα ισχυρό μέσο που επιτρέπει την καταγραφή συναισθημάτων, αλλά και τη ρεαλιστικότητα των αναγνωσμάτων επιτρέποντας την εξάσκηση της φαντασίας του χρήστη στη δημιουργία εικόνων.
- *Την καταγραφή και μετάδοση βίντεο*. Το βίντεο αποτελεί το αγαπημένο μέσο πολλών ανθρώπων και κατά συνέπεια των χρηστών των ΜΚΔ για

την απεικόνιση καταστάσεων, προβολή δημιουργιών και συναισθημάτων και καθιστά την μετάδοσή τους αποτελεσματικότερη.

- *Τη δημιουργία μικροϊστολογίων* που στην πραγματικότητα αναφέρονται στην δακτυλογράφηση κειμένων στο διαδίκτυο και επιτρέπει την άμεση επικοινωνία μεταξύ των χρηστών.
- *Τη ζωντανή επικοινωνία.* Η ζωντανή επικοινωνία είναι μια συνηθισμένη λειτουργία των ΜΚΔ που αναφέρεται εξ ορισμού σε οποιαδήποτε συνομιλία που μπορεί να πραγματοποιηθεί μέσω του διαδικτύου (online).
- *Τη δημιουργία εικονικού κόσμου.* Κάθε φορά που ένας χρήστης εισέρχεται σε ένα ΜΚΔ είναι σαν να δημιουργείται ένας εικονικός κόσμος ανάμεσα στα μέλη της ομάδας και το κάθε ένα από αυτά μοιράζεται πληροφορίες περί το άτομό του ως μέλος μιας εικονικής «παρέας», και τέλος,
- *Τα παιχνίδια.* Πολλά κοινωνικά δίκτυα έχουν ως αποκλειστικό αντικείμενο την προσφορά παιχνιδιών στους χρήστες τους. Πολλοί από τους χρήστες αυτών των δικτύων απλώς ξοδεύουν τον χρόνο τους σε αυτά τα δίκτυα ως αποτοξίνωση από τις εργασιακές υποχρεώσεις τους.

2.2 Γενικά χαρακτηριστικά

Το βασικό χαρακτηριστικό των ΜΚΔ που τα καθιστά μοναδικά είναι πως επιτρέπουν στους χρήστες να «συναντηθούν» μεταξύ τους ανεξάρτητα από το κατά πόσο γνωρίζονται ή όχι. Αυτό μπορεί να φέρει σε επαφή μεταξύ τους άτομα, που σε διαφορετικές συνθήκες δεν θα είχαν σχέση μεταξύ τους, χωρίς όμως αυτό να είναι ο στόχος. Συνήθως στα ΜΚΔ οι ομάδες χρηστών σχηματίζονται από άτομα που έχουν κάποια σχέση και εκτός διαδικτύου (2005 : 125-147).

Σύμφωνα με τις Boyd & Ellison (2007 : 11-30) τα βασικά τεχνολογικά χαρακτηριστικά των ΜΚΔ είναι συγκεκριμένα και παρόμοια για όλους, η κουλτούρα των χρηστών, όπως διαμορφώνεται, όμως, σε κάθε μέσο, διαφέρει. Το σημαντικό στοιχείο εδώ είναι ότι οι άνθρωποι με τους οποίους μπορούν να συνδεθούν οι χρήστες των ΜΚΔ δεν είναι μόνο άγνωστοι, που

συναντούν στο διαδίκτυο, αλλά, κυρίως, άνθρωποι τους οποίους ήδη γνωρίζουν από διάφορα περιβάλλοντα της κοινωνικής τους ζωής. Είτε πρόκειται για ανθρώπους που συνδέονται με στενούς δεσμούς ή, στην πλειοψηφία, για γνωριμίες με ανθρώπους που διατηρούν πιο χαλαρούς δεσμούς. Επίσης, σημαντικό είναι το γεγονός ότι δίνεται τεχνολογικά η δυνατότητα, εφόσον, μπορεί κανείς να δει τις συνδέσεις και να διατρέχει τα προφίλ των άλλων προσωπικών δικτύων, όλοι αυτοί οι άνθρωποι οι ενταγμένοι σε διαφορετικά προσωπικά δίκτυα να έρθουν επιγραμματικά σε επαφή. Έτσι, τα ΜΚΔ πραγματώνουν το φαινόμενο του «μικρού κόσμου», όπως αναφέρθηκε στο πρώτο κεφάλαιο. Άλλωστε, γι' αυτό το λόγο και το ΜΚΔ που εμφανίστηκε στο διαδίκτυο το 1997 είχε την ονομασία SixDegrees (έξι βαθμοί), αναφερόμενος στην κοινωνική απόσταση που διαμορφώνεται από το φαινόμενο του μικρού κόσμου.

Η εξάπλωση των ΜΚΔ σηματοδοτεί για τις Boyd & Ellison (2007 : 44) μια σημαντική διαφοροποίηση από τις παλιότερες εικονικές κοινότητες. Η συσπείρωση των χρηστών γίνεται πλέον με βάση τους άλλους ανθρώπους με τους οποίους συνδέονται, και όχι με βάση τα ενδιαφέροντα τους. Αυτό συμβαίνει σε αντιδιαστολή με τις πρωτοεμφανισθείσες εικονικές κοινότητες, όπου η συσπείρωση γινόταν συνήθως μεταξύ άγνωστων ανθρώπων, που τους ένωναν συγκεκριμένα κοινά ενδιαφέροντα. Η αλλαγή αυτή επιτρέπει στα ΜΚΔ να δομούνται με τη μορφή προσωπικών δικτύων. Έτσι, κάθε άτομο έχει τη δική του κοινότητα που είναι οργανωμένη εγωκεντρικά γύρω από αυτό.

Σε πιο πρόσφατη δημοσίευση της, η Boyd (2010 : 39-58), χαρακτηρίζει τα ΜΚΔ ως δικτυωμένους δημόσιους χώρους (networked publics). Το στοιχείο που διαφοροποιεί τους δικτυωμένους από τους υπόλοιπους παραδοσιακούς δημόσιους χώρους βρίσκεται στη δομή τους. Αυτή καθορίζεται από τις τεχνολογίες επικοινωνίας και δικτύωσης και επιδρά στους τρόπους που οι άνθρωποι έχουν στη διάθεσή τους για να ανταλλάσσουν πληροφορίες και να επικοινωνούν μεταξύ τους.

Σύμφωνα με την Zizi Papacharissi (2010 : 304-318) τα νέα μέσα προέρχονται από μια διαδικασία σύγκλισης τεχνολογικών και κοινωνικών διαδικασιών και αποτελούν προϊόν της σύμμιξης (remix) της τεχνολογικής με

την κοινωνική και πολιτισμική σφαίρα. Η ίδια υποστηρίζει, ότι η συνθήκη αυτή μας επιτρέπει να αντιλαμβανόμαστε τα ΜΚΔ, ως φορείς κοινωνικών πόρων, που είναι ταυτόχρονα τεχνολογικά προϊόντα και κοινωνικές διεργασίες σύμμειξης. Συνθέτουν ενεργά όλες τις πλευρές της κοινωνικής μας ταυτότητας σε μία σφαίρα, η οποία εξελίσσεται με τη σύγκλιση και με την περαιτέρω εξέλιξη των πλευρών αυτών.

Ειδικότερα, οι δυναμικές που απορρέουν από την πραγματικότητα, στην οποία υφίστανται και λειτουργούν τα ΜΚΔ και διαμορφώνουν το κοινωνικό μας περιβάλλον, έχουν τρεις σημαντικές συνιστώσες Boyd (2010 : 62). Η πρώτη αφορά στα ακροατήρια, το κοινό ή, αλλιώς, τους κοινωνικούς συνομιλούντες στο πλαίσιο των ιστοτόπων κοινωνικής δικτύωσης, τα οποία η συγγραφέας ονομάζει «αθέατα ακροατήρια» (invisible audiences). Δεν μας είναι γνωστό όλο το πλήθος των ανθρώπων στους οποίους απευθυνόμαστε, ούτε είναι όλοι παρόντες ταυτόχρονα. Για την κάθε ανανέωση που μπορεί να κάνουμε στο λογαριασμό μας σε ένα ΜΚΔ παραμένει άγνωστο ποιοι ήταν οι αποδέκτες της. Αυτό σημαίνει ότι χάνεται η δυνατότητα επιλογής ή προσαρμογής του τρόπου συμπεριφοράς ανάλογα με τα χαρακτηριστικά του ακροατηρίου που μας παρακολουθεί. Η δεύτερη έχει σχέση με την κατάργηση κάθε έννοιας συγκεκριμένου κοινωνικού πλαισίου (collapsed contexts), στο οποίο εκτυλίσσεται η διαντίδραση. Η απουσία χωρικού, χρονικού και, κυρίως, κοινωνικού πλαισίου, προκαλεί σύγχυση στον τρόπο με τον οποίο ερχόμαστε σε επαφή και διαντιδρούμε με τους άλλους. Η τρίτη δυναμική αφορά στη σύγχυση μεταξύ δημόσιας και ιδιωτικής σφαίρας. Ένα σημαντικό ζήτημα που τίθεται αφορά στα όρια των δύο σφαιρών, καθώς η κοινωνική συμπεριφορά στο πλαίσιο των ΜΚΔ εμποδίζει τον έλεγχο της ιδιωτικότητας, όπως την γνωρίζουμε μέχρι σήμερα. Ο επαναπροσδιορισμός των όρων και των ορίων δημόσιου-ιδιωτικού συνιστά μια από τις κοινωνικές προκλήσεις σήμερα.

2.3 Φίλοι ή ακόλουθοι

Οι φίλοι ή οι ακόλουθοι, αποτελούν ουσιαστικά το προσωπικό επιγραμμικό δίκτυο κάθε χρήστη Donath & Boyd (2004 : 71-82). Στα περισσότερα ΜΚΔ τα δύο μέρη πρέπει να αποδεχτούν τη φιλία. Οι συνδέσεις εμφανίζονται δημόσια, σε όποιο βαθμό μας επιτρέπει η αρχιτεκτονική του κάθε ΜΚΔ να εμφανίζονται. Είναι, συνήθως, αδιαφοροποίητες, με την έννοια ότι δεν παρέχονται δυνατότητες διάκρισης του βαθμού και της ποιότητας της σύνδεσης, εφόσον εμφανίζονται όλοι ως «φίλοι». Οι συνδέσεις αυτές εμφανίζονται αποκομμένες από το κοινωνικό περιβάλλον τους. απουσιάζει, δηλαδή, η δυνατότητα να εμφανιστεί το κοινωνικό πλαίσιο, στο οποίο υφίσταται η κοινωνική σχέση των χρηστών, που αλληλοαναγνωρίζονται ως «φίλοι».

Οι συνέπειες της πρακτικής της συνάρθρωσης «φίλων» μπορούν να συνοψιστούν, αφενός, στη συμβολή στην αναγνώριση και στην επιβεβαίωση της ταυτότητας του χρήστη, κυρίως από ανθρώπους με τους οποίους σχετίζεται εκτός διαδικτύου. Όπως, επίσης, και στη συναγωγή υποθέσεων όσον αφορά στο κοινωνικό και προσωπικό προφίλ του χρήστη και τις προσωπικές προτιμήσεις του σε διάφορα θέματα. Αυτό δεν ισχύει, ωστόσο, για όλους τους χρήστες, καθώς υπάρχουν και αυτοί που συναγωνίζονται για την αύξηση του αριθμού των συνδέσεών τους και την επέκτασή τους σε οποιουδήποτε χρήστες. Αφετέρου, δίνουν τη δυνατότητα σε ανθρώπους από διαφορετικά κοινωνικά περιβάλλοντα, που όμως έχουν κοινά ενδιαφέροντα, να επικοινωνήσουν και να συγχρωτιστούν, όταν ένας χρήστης τούς συνδέει στη λίστα των φίλων του. Έτσι, ο διαχωρισμός των διαφορετικών ρόλων και οι διαφορετικές πλευρές της κοινωνικής ζωής των ανθρώπων παύει να υφίσταται. Καθίσταται, όμως, ευκολότερο μέσω μίας μόνο διαδικτυακής πλατφόρμας να διαχειρίζεται το κάθε άτομο τον προσωπικό κοινωνικό του κύκλο, από διαφορετικά κοινωνικά περιβάλλοντα, σε χρόνο και χώρο που ο ίδιος επιλέγει, καθώς και να πραγματοποιεί μεγαλύτερο αριθμό συνδέσεων με άλλους ανθρώπους με πολύ μικρότερο κόστος σε χρόνο και προσπάθεια από ό,τι πριν, όπως υποστηρίζουν σε άρθρο τους οι Donath & Boyd (2004 : 88).

Σύμφωνα με την Boyd (2006 : 11-12), η πολύ σημαντική αλλαγή που φέρνουν τα ΜΚΔ, στον τρόπο που σχετιζόμαστε με τους ανθρώπους, είναι ότι παρέχουν έναν καινούριο οργανωτικό μηχανισμό πλαισίωσης των κοινωνικών σχέσεων. Καταργώντας κάθε κοινωνικό περιβάλλον, στο οποίο εκτυλίσσεται στην εκτός διαδικτύου ζωή η ανθρώπινη κοινωνικότητα και οι σχέσεις, τα ΜΚΔ παίρνουν στο διαδικτυακό χώρο τη θέση του πραγματικού κοινωνικού πλαισίου που καταργούν. Καθίστανται, όλο και περισσότερο, ο διαδικτυακός τρόπος ύπαρξης των χρηστών τους. Η πρακτική της συνάρθρωσης «φίλων» και η ύπαρξη του καταλόγου των «φίλων» στο προφίλ των χρηστών λειτουργούν ως υποκατάστατο της έλλειψης δομημένου κοινωνικού πλαισίου. Με αυτόν τον τρόπο, τα ΜΚΔ δεν υφίστανται ως εικονικοί κόσμοι αποκομμένοι από άλλους κοινωνικούς χώρους, αλλά αρθρώνονται και αυτοί ως μέρος στο σύνολο των κοινωνικών πεδίων δράσης των χρηστών τους.

2.4 Χρήση

Κάθε μέρα χιλιάδες χρήστες εγγράφονται στα ΜΚΔ δημιουργώντας προφίλ, έστω και με μικρή διάρκεια ζωής. Η παγκόσμια επιστημονική κοινότητα έχει καταβάλλει πολλές προσπάθειες για να κατανοήσει την επιλογή, τη χρήση, τη διάδοση, την έγκριση και την αποδοχή των ΜΚΔ στον πληθυσμό των χρηστών. Πολλοί ερευνητές έχουν προσπαθήσει να εξηγήσουν τους λόγους που οδηγούν τους χρήστες στην υιοθέτηση των ΜΚΔ, Obrist & al., (2008 : 2391–2394).

Σύμφωνα με την έρευνα της Forester (2010) που αφορούσε στην χρήση των ΜΚΔ, διακρίνονται έξι τύποι χρηστών οι οποίοι είναι:

- *Ο δημιουργός (creator)*: σε αυτή την κατηγορία ανήκει ο χρήστης που συμμετέχει ενεργά στα ΜΚΔ. Δημοσιεύει περιεχόμενο, αναρτά βίντεο και εικόνες, συμμετέχει σε συζητήσεις.
- *Ο κριτής (critic)*: αυτή η κατηγορία περιλαμβάνει χρήστες που ανταποκρίνονται και αντιδρούν σε περιεχόμενο που έχουν δημιουργήσει άλλοι χρήστες. Σχολιάζει δημοσιεύσεις άλλων αξιολογεί και σχολιάζει προϊόντα ή υπηρεσίες.

- Ο *συλλέκτης (collector)*: οργανώνει το περιεχόμενο για τον εαυτό του ή τους άλλους με τη χρήση RSS feeds, bookmarking.
- Ο *Joiner*: είναι ο τύπος του χρήστη που συνδέεται σε πολλά ΜΚΔ.
- Ο *θεατής (spectator)*: αυτός ο τύπος είναι πιθανώς η πιο κοινή κατηγορία χρήστη. Θεατής είναι το άτομο που διαβάζει τις απόψεις των χρηστών, χωρίς όμως να παρεμβαίνει.
- Ο *ανενεργός χρήστης (Inactivate)*: στην κατηγορία αυτή ανήκουν οι άνθρωποι που δεν χρησιμοποιούν συχνά τα ΜΚΔ και περιορίζονται στο να κάνουν απλή χρήση του διαδικτύου. Φυσικά όπως γίνεται αντιληπτό ο αριθμός των χρηστών αυτών μειώνεται με το πέρασμα του χρόνου καθώς όλο και περισσότερες ιστοσελίδες πλέον ενσωματώνουν χαρακτηριστικά των νέων μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Σύμφωνα με μια νεότερη έρευνα του Πανεπιστημίου Brigham Young της Γιούτα, ζητήθηκε από χιλιάδες χρήστες του Facebook να εξηγήσουν γιατί το χρησιμοποιούν και τί θέλουν να πετύχουν. Με βάση τις απαντήσεις τους, προέκυψαν τέσσερις μεγάλες κατηγορίες χρηστών, οι οποίες είναι: *οι δημιουργοί σχέσεων, οι προπαγανδιστές, οι αυτοδιαφημιζόμενοι και οι παρατηρητές* (2017).

- Οι *δημιουργοί σχέσεων (relationship builders)*: είναι αυτοί που κάνουν αναρτήσεις και απαντούν στις αναρτήσεις των άλλων, με κύριο στόχο να δημιουργήσουν νέες σχέσεις ή να ενισχύσουν τις υπάρχουσες, που έχουν ήδη εκτός διαδικτύου. Χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ ως μια προέκταση της πραγματικής ζωής τους, της οικογένειας και των φίλων τους.
- Οι *προπαγανδιστές (Town criers)*: χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ για να ενημερώσουν τους πάντες σχετικά με αυτό που (πιστεύουν ότι) συμβαίνει γύρω τους. Δεν τους νοιάζει να μοιρασθούν φωτογραφίες ή προσωπικές ιστορίες τους, αλλά να διασπείρουν χρήσιμες πληροφορίες, να αναδημοσιεύσουν ειδήσεις, να πληροφορήσουν για μελλοντικές εκδηλώσεις και γενικά να προσπαθούν να κατευθύνουν την κοινή γνώμη.
- Οι *αυτοδιαφημιζόμενοι (Selfies shoppers)*: χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ για να προωθήσουν όχι κάποια μεγάλη ιδέα, αλλά τον εαυτό τους.

Αναρτούν συνεχώς φωτογραφίες τους, βίντεο και κείμενα για να τραβήξουν την προσοχή στο άτομό τους και να διαμοργώσουν το επιθυμητό προφίλ.

- Τέλος, οι παρατηρητές (Window shoppers): αισθάνονται -όπως οι προπαγανδιστές- την κοινωνική υποχρέωση να βρίσκονται στα ΜΚΔ, αλλά ο βασικός στόχος τους είναι να παρατηρούν τι κάνουν οι άλλοι χρήστες και πώς ζουν. Σπάνια δημοσιοποιούν προσωπικές πληροφορίες για τους ίδιους, αλλά παρακολουθούν τα προφίλ των άλλων και θέλουν να μαθαίνουν τα πάντα για εκείνους.

Η θεωρία των Χρήσεων και Ηθικών Ικανοποιήσεων (U&G Theory), εξηγεί γιατί κάποιος χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ σύμφωνα με τον McQuail (1994 : 43), στην οποία υπάρχουν τέσσερις κινητήριες δυνάμεις: *η ενημέρωση, η ψυχαγωγία, η κοινωνική διάδραση και η προσωπική ταυτότητα*. Οι Brandtzæg & Heim (2009 : 143–152), εξέτασαν τους λόγους χρήσης των ΜΚΔ υπό το πρίσμα της πιο πάνω θεωρίας. Όπως αποδεικνύουν, ο σημαντικότερος λόγος χρήσης των ΜΚΔ ήταν για να γνωρίσουν νέους ανθρώπους και ο δεύτερος σημαντικότερος λόγος για να επικοινωνούν με φίλους. Ακολούθησαν με φθίνουσα σειρά άλλοι λόγοι όπως για λόγους κοινωνικοποίησης, για την συγκέντρωση πληροφοριών, για συζήτηση και αντιπαραβολή απόψεων με άλλους ανθρώπους. Τα ευρήματα της έρευνας ταίριαξαν στο μοντέλο της θεωρίας U&G και προκύπτει πως ο πρωταρχικός σκοπός της χρήσης των ΜΚΔ είναι η κοινωνική αλληλεπίδραση, η επικοινωνία δηλαδή μεταξύ των ανθρώπων.

Αξίζει να σημειωθεί σε αυτό το σημείο ότι το συμπέρασμα δεν ήταν αναμενόμενο. Οι πιο πάνω ερευνητές διατείνονται πως τα ΜΚΔ υποστηρίζουν τις ήδη υπάρχουσες μη επιγραμματικές κοινωνικές σχέσεις των ανθρώπων και θεωρούν ότι τα ΜΚΔ χρησιμοποιούνται περισσότερο για να διατηρήσουν ή να παγιώσουν τις υφιστάμενες σχέσεις παρά για να δημιουργήσουν νέες. Ως εκ τούτου η έρευνα των Brandtzæg & Heim, οδήγησε στο συμπέρασμα πως τα ΜΚΔ αποτελούν ένα περιβάλλον όπου ευνοείται η δημιουργία ασθενών δεσμών, λόγω της ανέξοδης και πολύπλευρης επικοινωνίας. Στην ίδια κατεύθυνση και ο Dogruer (2011 : 2642–2646) εστίασε στα κίνητρα που

ωθούν την νέα γενιά στην χρήση του Facebook αποκλειστικά. Τα αποτελέσματα της έρευνας κατέδειξαν πως ο σημαντικότερος λόγος χρήσης της συγκεκριμένης σελίδας κοινωνικής δικτύωσης ήταν για να «συναντηθούν» και να επικοινωνήσουν με άτομα που ήδη γνώριζαν καθώς και για να αποκαταστήσουν τις σχέσεις τους με άτομα που είχαν ξεχάσει. Ένα άλλο σημαντικό εύρημα ενάντια στην μέχρι τότε βιβλιογραφία ήταν πως πολύ μικρό ποσοστό των χρηστών συμφώνησε πως χρησιμοποιεί το Facebook για προσωπική έκφραση ή «διαφήμιση» του εαυτού τους.

Αντιλαμβανόμαστε από τα παραπάνω πως ο κυριότερος λόγος χρήσης των ΜΚΔ είναι *η ενίσχυση της επικοινωνίας* μεταξύ των ανθρώπων παγκοσμίως, η οποία μέχρι πρότινος αποτελούσε προνόμιο των ατόμων που ανήκαν σε μια συγκεκριμένη κοινωνική τάξη καθώς και ότι τελικά η χρήση τους γεφυρώνει το χάσμα μεταξύ των online και offline δικτύων των ανθρώπων. Η διαπίστωση αυτή βρίσκει εφαρμογή και στην ελληνική πραγματικότητα, αφού, σύμφωνα με πανελλήνια έρευνα του εργαστηρίου Ηλεκτρονικού Εμπορίου και Επιχειρείν (ELTRUN) του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών «Στάση, αξιοποίηση και εμπιστοσύνη των Ελλήνων στα Social Media» στις αρχές του 2016, οι χρήστες στη χώρα μας, χρησιμοποιούν τα κοινωνικά δίκτυα για να επικοινωνήσουν με φίλους και συγγενείς κατά 37%, να ψυχαγωγηθούν κατά 32% και να μοιραστούν βίντεο και φωτογραφίες κατά 28%.

Στον αντίποδα υπάρχει και μια μερίδα ανθρώπων, που δεν είναι θετικά προσκείμενοι στην ιδέα της χρήσης των ΜΚΔ. Οι λόγοι αφορούν κυρίως ζητήματα ασφαλείας και προστασίας των προσωπικών δεδομένων. Αξίζει να σημειωθεί πως οι λόγοι χρήσης και οι δραστηριότητες που μπορούν να υιοθετήσουν οι χρήστες στο περιβάλλον των ΜΚΔ είναι πολυάριθμες και δεν εξαντλούνται στα προαναφερθέντα. Παρουσιάστηκαν ενδεικτικά ορισμένες σημαντικές έρευνες που αφορούν το πεδίο, ώστε να διευκολύνουμε αφηγηματικά το θέμα που πραγματεύεται η παρούσα διατριβή.

2.5 Κοινωνικό κεφάλαιο

Το κοινωνικό κεφάλαιο είναι όρος κοινωνιολογικής προέλευσης, που επιδέχεται ποικίλων αναλύσεων, ανάλογων προς τις διαφορετικές προσεγγίσεις που έχουν υποστηρίξει οι κοινωνιολόγοι. Συνεπώς, επειδή δεν υπάρχει κάποιος αποδεκτός ορισμός, έχει δημιουργηθεί αμφισημία ως προς το ακριβές εννοιολογικό περιεχόμενό του. Αδρομερώς θα μπορούσαμε να ισχυριστούμε πως το κοινωνικό κεφάλαιο καθορίζεται από τις σχέσεις που συνάπτονται και διαμορφώνονται ανάμεσα στα ανθρώπινα υποκείμενα, τα οποία δυνητικά απολαμβάνουν ωφέλειας μέσω αυτών των σχέσεων· άρα, οι σχέσεις αποκτούν χρηστική σημασία (Κονιόρδος 2008: 281). Πρόκειται για την ωφέλεια που αποκομίζει κάποιος από τη συμμετοχή του σε κοινωνικά δίκτυα και άλλες κοινωνικές δομές (Portes 1998: 6-8, Κονιόρδος 2010: 15).

Ο όρος κοινωνικό κεφάλαιο συναντάται ήδη στα έργα των κλασικών της Κοινωνιολογίας, όπως, λόγου χάρη, στον Alexis de Tocqueville (1805-1859), στον Karl Marx (1818-1883), στον Emile Durkheim (1858-1917) και στον Max Weber (1864-1920) με διαφορετική, όμως, έννοια από εκείνη που διαμορφώθηκε κατά τη διάρκεια του 20ου αι. (Κονιόρδος 2008: 281-284). Οι κυριότερες σύγχρονες κοινωνιολογικές προσεγγίσεις του κοινωνικού κεφαλαίου ξεκινούν το 1980 από τον Γάλλο κοινωνιολόγο, ανθρωπολόγο και φιλόσοφο Pierre Bourdieu (1930-2002). Ο Bourdieu αρχικά διαχωρίζει τις μορφές του κεφαλαίου σε οικονομικό, πολιτισμικό και κοινωνικό διασυνδέοντάς το με τις κοινωνικές τάξεις, τις οποίες προσδιορίζει βάσει της κατοχής οικονομικού κεφαλαίου. Βασική πηγή διαμόρφωσης και κατοχής κοινωνικού κεφαλαίου αποτελεί η οικογένεια υπό την προϋπόθεση ότι ανήκει στις ανώτερες, δηλαδή οικονομικά ισχυρές, τάξεις. Τα κατώτερα στρώματα, ελλείψει οικονομικού κεφαλαίου, δεν διαθέτουν την προϋπόθεση να κατέχουν κοινωνικό κεφάλαιο (Bourdieu 1986, Κονιόρδος 2010: 100). Η τρέχουσα εννοιολόγηση του κοινωνικού κεφαλαίου το συγκροτεί θεωρητικά από κοινωνικές διασυνδέσεις, υπευθυνότητες και δεσμούς, και υπό ορισμένες περιστάσεις, του προσδίδει, συνάμα, τη δυνατότητα μετατροπής του σε οικονομικό κεφάλαιο (Bourdieu 2001: 98, Κονιόρδος 2010: 100). Αναπαράγεται μέσω της κοινωνικότητας με τη συνειδητή ένταξη σε δίκτυα, και ο χαρακτήρας του είναι μη υλικός σε αντίθεση π.χ. με το χρήμα στο

οικονομικό κεφάλαιο, οπότε δεν έχει συγκεκριμένη μορφή, ούτε είναι διαφανής και, συνεπώς, σε σημαντικό βαθμό (Κονιόρδος 2008: 286, 2010: 101).

Το 1987-8 ο Αμερικανός κοινωνιολόγος, θεωρητικός και εμπειρικός ερευνητής James Samuel Coleman (1926–1995) αναφέρθηκε στην έννοια του κοινωνικού κεφαλαίου (Coleman & Hoffer 1987, Coleman 1988, Κονιόρδος 2008: 288). Ο Coleman εξέτασε το κοινωνικό κεφάλαιο ως μέσον ενίσχυσης και ενδυνάμωσης του ανθρώπινου ή μορφωτικού κεφαλαίου, δηλαδή των δεξιοτήτων και γνώσεων που κατέχει κάποιος άνθρωπος, όπως πρώτοι το συνέλαβαν οι Gary Becker (1964) και Theodore Schultz (1975). Συνεπώς το κοινωνικό κεφάλαιο ενισχύοντας τις επιδόσεις των μαθητών και σπουδαστών ενισχύει σημαντικά τη δυνατότητα σχηματισμού ανθρώπινου κεφαλαίου δηλαδή μόρφωσης (Κονιόρδος, 2008: 288). Σε αντιδιαστολή με άλλες μορφές κεφαλαίου, όπως το οικονομικό κεφάλαιο, το φυσικό κεφάλαιο και το ανθρώπινο κεφάλαιο, το κοινωνικό κεφάλαιο καθορίζεται ως προϊόν που διαμορφώνεται από τις αλλαγές, που συμβαίνουν στα άτομα δηλαδή στα υποκείμενα της κοινωνίας· οι εν λόγω μεταβολές συμβάλλουν καταλυτικά, στην κοινωνική δράση (Jackman & Miller 1998: 48, Κονιόρδος 2008: 289, 2010: 102). Το κοινωνικό κεφάλαιο μαζί με τις άλλες μορφές κεφαλαίου καθίσταται παραγωγικό και καθορίζεται από το αποτέλεσμα, εφόσον με την ύπαρξή του επιτυγχάνονται ορισμένοι στόχοι, οι οποίοι χωρίς την παρουσία του δεν θα ήταν εφικτοί (Coleman 1990: 302, Κονιόρδος 2008: 289, 2010: 102). Ο ορισμός, λοιπόν, που προτείνει ο Coleman για το κοινωνικό κεφάλαιο έχει θετικό πρόσημο σύμφωνα με τη λειτουργία του ως μέσον ενίσχυσης και στήριξης· συνάμα, συμφωνεί με τον Bourdieu για τον μη υλικό και μη προσδιορισίμο χαρακτήρα του και επισημαίνει τη διάστασή του ως δημόσιου αγαθού, ότι δηλαδή η ωφέλεια που αποκτάται δεν περιορίζεται μόνο στο άτομο που δημιουργεί/κατέχει το κοινωνικό κεφάλαιο, αλλά διαχέεται και σε άλλα άτομα, δηλαδή γενικότερα στην κοινότητα. Το κοινωνικό πλαίσιο, εντός του οποίου βρίσκεται και διαμορφώνεται το κοινωνικό κεφάλαιο, πρέπει να περιβάλλεται από εμπιστοσύνη και αμοιβαιότητα ανάμεσα στα μέλη που το συγκροτούν, καθώς και από κανονιστικές ρυθμίσεις, έτσι ώστε να διευκολύνεται η εμφάνισή του, εφόσον σε αντίθετη περίπτωση μάλλον περιορίζεται (Κονιόρδος 2008: 289, 2010: 103).

Ο Αμερικανός κοινωνιολόγος Alejandro Portes (1944-) επικρίνει σοβαρά τις διάφορες εννοιολογήσεις, καθώς και τις χρήσεις του όρου κοινωνικό κεφάλαιο, όπως αυτές διαμορφώθηκαν. Ο Portes διευκρινίζει πως η κατοχή κεφαλαίου συνδέεται με τις σχέσεις που συνάπτει το ατομικό υποκείμενο με τους άλλους, συνεπώς αυτοί οι άλλοι αποτελούν την πηγή του κοινωνικού κεφαλαίου και των ωφελημάτων/προνομιών που αυτό προσφέρει και όχι το άτομο καθεαυτό. Είναι λάθος, λοιπόν, να θεωρείται πως το κοινωνικό κεφάλαιο προσδιορίζεται από την επενέργεια της ατομικής δράσης, όπως αναφέρεται στο έργο του Coleman, καθώς και του Αμερικανού πολιτικού επιστήμονα Robert Putnam (1941-), ο οποίος ακολουθεί τη σκέψη του πρώτου σε αυτό το σημείο. Ο Portes μαζί με τον Αμερικανό νομικό και πολιτικό Francis James Sensenbrenner Jr. (1943-) θα διακρίνουν τις πηγές προέλευσης του κοινωνικού κεφαλαίου από τα αποτελέσματα της επενέργειάς του. Οι πηγές προέλευσης έχουν ως εξής: εσωτερίκευση αξιών, αμοιβαίου χαρακτήρα δοσοληψίες, μορφές συλλογικής αλληλεγγύης καθώς και η εμπιστοσύνη που επιβάλλεται από θετικές ή αρνητικές κυρώσεις. Τέλος, θα επισημανθεί πως το κοινωνικό κεφάλαιο θεμελιώνεται στα κίνητρα των μελών ενός δικτύου με απώτερο σκοπό να παραχωρήσουν πόρους. Τα κίνητρα, με τη σειρά τους, διακρίνονται σε κίνητρα ολοκλήρωσης που μπορεί να εδράζονται στην αρχική κοινωνικοποίηση των ατομικών υποκειμένων όπως π.χ. μέσα από την οικογένεια και την συνακόλουθη εσωτερίκευση συγκεκριμένων αξιών, είτε από εργαλειακά κίνητρα αποβλέποντας δηλαδή σε κάποια μορφή αμοιβαιότητα της οποίας η ύπαρξη διασφαλίζει την εμπιστοσύνη (Portes & Sensenbrenner 1993, Portes 1998: 8, Κονιόρδος 2008: 291, 2010: 104). Συνεπώς το κοινωνικό κεφάλαιο μπορεί να οριστεί ως «η ικανότητα να διασφαλίζονται ωφελήματα μέσω της συμμετοχής σε δίκτυα και άλλες κοινωνικές δομές». Ο Portes θα ασχοληθεί και με την αρνητική διάσταση του κοινωνικού κεφαλαίου, διαφοροποιώντας τη θέση του αφενός από τον Bourdieu, ο οποίος δεν ενδιαφέρεται για την εγγενή θετική ή αρνητική διάσταση του, και αφετέρου από τον Coleman, ο οποίος θεωρεί πως έχει θετική κοινωνική επίδραση και δύναται να επιλύσει διάφορα κοινωνικά προβλήματα. Στο έργο του ο Portes προτείνει μια προσεκτική και ισορροπημένη επανεξέταση του κοινωνικού κεφαλαίου, έτσι ώστε να μην αποδίδονται σε αυτό αποτελέσματα, τα οποία μπορεί να οφείλονται σε άλλους

παράγοντες ή να προκαλούνται συμπτωματικά (Κονιόρδος 2008: 291-2, 2010: 105).

Ο Αμερικανός πολιτικός επιστήμονας Robert Putnam εξετάζει το κοινωνικό κεφάλαιο ως χαρακτηριστικό των κοινοτήτων και των εθνών. Για τον Putnam το κοινωνικό κεφάλαιο σχηματίζεται από «χαρακτηριστικά των κοινωνικών οργανισμών, όπως εμπιστοσύνη, νόρμες και δίκτυα, τα οποία μπορούν να βελτιώσουν την αποτελεσματικότητα της κοινωνίας μέσω της διευκόλυνσης των συντονισμένων δράσεων» (Putnam 1993: 167, Κονιόρδος 2008: 295, 2010: 111). Το 1995 θα διευρύνει το πλαίσιο εμφάνισης του κοινωνικού κεφαλαίου από τα χαρακτηριστικά των κοινωνικών οργανισμών στα χαρακτηριστικά της κοινωνικής ζωής (Putnam 1995: 665, Κονιόρδος 2008: 295, 2010: 111). Αυτό σημαίνει ουσιαστικά και μια χωρική επέκταση σε ολόκληρες πόλεις, περιοχές ή/και χώρες, δηλαδή περιλαμβάνει την κοινωνική ζωή στο σύνολό της. Το κοινωνικό κεφάλαιο, κατά τον Putnam, αφορά την σχέση και συνεργασία μεταξύ των ατομικών υποκειμένων η οποία αναφέρεται σε χαρακτηριστικά κοινωνικής οργάνωσης όπως η εμπιστοσύνη, οι κανόνες αμοιβαιότητας και τα δίκτυα εθελοντικής συμμετοχής των πολιτών με απώτερο στόχο την αποτελεσματικότητα των δράσεων. Συγκεκριμένα όσο αυξάνεται η συμμετοχικότητα εντός των κοινοτικών δικτύων τόσο παράγονται πρόσθετες μορφές κοινωνικού κεφαλαίου. Οι κατηγοριοποιήσεις που χρησιμοποιεί ο Putnam δεν είναι δικής του πατρότητας, αλλά είναι αποδεκτές από αυτόν (Putnam 2000: 22-4, Κονιόρδος 2008: 296, 2010: 112). Το κοινωνικό κεφάλαιο, λοιπόν, έχει την ικανότητα να «συγκολλά» (bonding), να «συνδέει» (linking) καθώς και να «γεφυρώνει» (bridging) διάφορες κοινωνικές ομάδες (Κονιόρδος 2008: 296, 2010: 113).

Αν και η έννοια του κοινωνικού κεφαλαίου, όπως και των δικτύων, προϋπήρχε της χρήσης του διαδικτύου και των ΜΚΔ, μεγάλο ερευνητικό ενδιαφέρον στράφηκε προς την κατεύθυνση αυτή, όταν μέσω των ΜΚΔ προωθήθηκαν οι δυνατότητες προσωπικής δικτύωσης. Σημαντικός τομέας μελέτης του κοινωνικού κεφαλαίου είναι η επίδραση της κοινωνικής χρήσης του διαδικτύου. Μια σχετική μελέτη του Wellman (2001 : 227-252), έδειξε ότι η επίδραση αυτή δεν είναι μονοσήμαντη, καθώς διαφοροποιείται ανάλογα με

τους παράγοντες που λαμβάνουμε υπόψη στην έρευνα και στον συσχετισμό των μεταβλητών, όπως το είδος των δραστηριοτήτων που περιλαμβάνει η διαδικτυακή περιήγηση, το είδος του κοινωνικού κεφαλαίου που μετράμε σε τέτοιες δραστηριότητες, τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του πληθυσμού που μελετάμε κλπ. Έτσι, τα ευρήματα της έρευνάς του, αποδεικνύουν ότι η χρήση του διαδικτύου συμπληρώνει το κεφάλαιο δικτύωσης (network capital), δηλαδή επεκτείνει την δυνατότητα επικοινωνίας με ήδη υπάρχουσες σχέσεις χωρίς να τις υποκαθιστά. Η χρήση του διαδικτύου αυξάνει τη συμμετοχή σε πολιτικές δραστηριότητες είτε *επιγραμμικά* είτε στην πραγματική ζωή, μειώνει την δέσμευση στις εικονικές κοινότητες. Σε άλλη δημοσίευση οι Quan-Haase & Wellman (2004 : 113-132) καταλήγουν ότι, σε μεγάλο βαθμό, η χρήση του διαδικτύου εμπλουτίζει το ήδη υπάρχον κοινωνικό κεφάλαιο, αλλά και ότι συμβάλλει στη δημιουργία νέων μορφών διάδρασης και συγκρότησης κοινότητας που δεν είναι δυνατό να μετρηθούν με τους υπάρχοντες δείκτες κοινωνικού κεφαλαίου.

Για άλλους ερευνητές όμως, όπως ο Williams (2006 : 593-628), ο ορισμός του κοινωνικού κεφαλαίου, που περιλαμβάνει τόσο το δίκτυο των ανθρώπων που γνωρίζουμε όσο και τα επακόλουθα αυτής της δικτύωσης, είναι προβληματικός, διότι δεν διακρίνει το αίτιο από το αιτιατό. Έτσι, προτείνει να θεωρείται ως κοινωνικό κεφάλαιο το επακόλουθο της δικτύωσης, δηλαδή τα οφέλη και οι πόροι που αποκομίζει κανείς από τις διάφορες μορφές σχέσεων στις οποίες εμπλέκεται. Αυτό μας επιτρέπει μεθοδολογικά να αντιλαμβανόμαστε τα δίκτυα ως το αίτιο, και το κοινωνικό κεφάλαιο ως το αιτιατό.

Σε μελέτες τους σχετικά με το ρόλο των ΜΚΔ στη δημιουργία κοινωνικού κεφαλαίου οι Ellison, Steinfield, Lampe (2007 : 1143-1168) και Ellison, Lampe, Steinfield, Vitak (2010 : 124-145), αποδεικνύουν ότι υφίσταται θετική σχέση μεταξύ συγκεκριμένων τρόπων χρήσης των ΜΚΔ και της δημιουργίας και διατήρησης του κοινωνικού κεφαλαίου. Στην πρώτη από τις δύο έρευνες, οι ερευνητές παρατηρούν ότι οι χρήστες χρησιμοποιούν κατά κόρον τα ΜΚΔ για να διατηρήσουν επαφή διαδικτυακά με γνωριμίες τους εκτός διαδικτύου σε πραγματικά περιβάλλοντα. Ένα ακόμη εύρημα θεωρεί ότι τα ΜΚΔ χρησιμεύουν και για τη διατήρηση των ισχυρών δεσμών των

χρηστών, ειδικά αν τα χρησιμοποιούν εντατικά. Υπογραμμίζουν όμως, ότι η συγκεκριμένη μελέτη δεν τους επιτρέπει να θεμελιώσουν συμπεράσματα για τα αίτια των ευρημάτων τους.

Τέλος, οι Valenzuela, Park και Kee (2009 : 875-901) σε μελέτη της χρήσης των ΜΚΔ, αναφέρουν ότι υφίσταται μικρή θετική σχέση μεταξύ της συχνότητας χρήσης του ιστοτόπου και του κοινωνικού κεφαλαίου των χρηστών. Αυτό σημαίνει ότι η συχνή χρήση του συνδέεται με μεγαλύτερα επίπεδα προσωπικής ικανοποίησης, εμπιστοσύνης και συμμετοχής σε κοινωνικές και πολιτικές δραστηριότητες μεταξύ των χρηστών. Επιπλέον, η σχέση αυτή είναι ανεξάρτητη από χαρακτηριστικά, όπως το φύλο, το επίπεδο μόρφωσης των γονέων ή το κοινωνικοοικονομικό επίπεδο των χρηστών, αλλά και από τη γενικότερη ικανοποίηση από τη ζωή τους και την κοινωνική εμπιστοσύνη τους. Ωστόσο, όπως διευκρινίζουν οι ίδιοι, η μελέτη δεν είναι διαχρονική κι έτσι δεν μπορούν να εξαχθούν συμπεράσματα για το κατά πόσο η χρήση των ΜΚΔ διαμορφώνει μεγαλύτερο κοινωνικό κεφάλαιο ή άνθρωποι που έχουν τάση να αυξάνουν το κοινωνικό τους κεφάλαιό τους, κατά πόσο το χρησιμοποιούν περισσότερο.

Βιβλιογραφικές αναφορές

- Shaw G. B. 1944. Η πεμππουσία του ιφενισμού. Εκδόσεις Δωδώνη, σελ. 138
- Safko L. & Brake D. 2009. The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success. John Wiley & Sons. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα:
<http://msport04.free.fr/Books/The%20Social%20Media%20Bible.pdf> .
Τελευταία προσπέλαση 17/07/2017, σελ. 25-32.
- Haythornthwaite, C. 2005. Social networks and Internet connectivity effects. Information, Communication & Society, σελ. 125-147
- Boyd, d., Ellison, N. 2007. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. Journal of Computer Mediated Communication σελ. 11-30
- Boyd.D . 2010. Social Network Sites as Networked Publics. Affordances, Dynamics, and Implications. Στο Z. Papacharissi (επιμ.) A Networked Self. Identity, Community, and Culture on Social Network Sites, σελ. 39-58
- Papacharissi Z. 2010. Conclusion. A Networked Self. Στο Z. Papacharissi (επιμ.) A Networked Self. Identity, Community, and Culture on Social Network Sites, σελ. 304-318
- Donath J., Boyd, D. 2004. Public displays of connection. BT Technology Journal, σελ. 71-82
- Boyd. D. 2006. Friends, Friendsters, and Top 8: Writing community into being on social network sites. First Monday, σελ.11-12
- Obrist, M., Geerts, D., Brandtzæg, P.B., Tscheligi, M. (2008), “Design for creating, uploading and sharing user generated content”, Human Factors in Computing Systems, σελ. 2391–2394.
- Forrester Reserch (2010). Κοινωνική ζωή και μέσα μαζικής ενημέρωσης. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <https://www.forrester.com/Social-Media/the-6-different-types-of-social-media-users-whichone-are-you/> Τελευταία προσπέλαση 17/08/2017
- Tom Robinson, Clark Callahan, Kristoffer Boyle, Erica Rivera, Janice K Cho. International Journal of Virtual Communities and Social Networking, 2017; 9 (2): 46 DOI: 10.4018/IJVCSN.2017040103
- McQuail, D. 1994: Mass communication theory: An introduction. Sage, London, 6th Edition, σελ. 43

- Brandtzæg & Heim 2009, "Why People Use Social Networking Sites", A. Ozok and P. Zaphiris (Eds.): Online Communities, LNCS 5621, σελ. 143–152
- Dogrue & al 2011 "What is the motivation for using Facebook?" Procedia Social and Behavioral Sciences, Vol. 15, σελ. 2642–2646
- Becker, G. S. 1964 Human capital, New York: Columbia University Press.
- Bourdieu, P. 1986, Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste, London: Routledge and Kegan Paul.
- Bourdieu, P. (2001), "Forms of Capital", σελ. 96-111 στο The Sociology of Economic Life, second edition, edited by M. Granovetter and R. Swedberg, Boulder: Westview.
- Coleman, J. S. & Thomas Hoffer, 1987 Public and private high schools: the impact of communities, New York: Basic Books
- Coleman, J.S. 1988, "Social Capital in the creation of Human Capital" American Journal of Sociology, vol. 94, suppl. σελ. 95-120
- Coleman, J.S. 1990, Foundations of Social Theory, Cambridge, Mass: Harvard University Press
- Jackman, R.W. & Miller, R.A. 1998, "Social Capital and Politics", Annual Review of Political Science, 1: 47-73
- Portes, A. 1998, "Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology", Annual Review of Sociology 24: 1-24
- Portes, A. 1998, "Social Capital: Its origins and applications in modern sociology", Annual Review of Sociology, 24: 1-24
- Portes, A. and Sensenbrenner, J. 1993 "Embeddedness and immigration: Notes on the social determinants of economic action". American Journal of Sociology, 98 (6), 1320-50
- Putnam, R.D. 1993, "The Prosperous Community: Social capital and public life", The American Prospect, 4 (13), March 21.
- Putnam, R.D. 1995, "Bowling Alone: America's declining social capital – An Interview with Robert Putnam", Journal of Democracy, 6 (1): 65-78
- Putnam, R.D. 2000, Bowling Alone: The collapse and revival of American community, New York: Touchstone
- Schultz, Th. 1975 "The value of the ability to deal with disequilibria", Journal of Economic Literature, 13 (3), 827-846.

- Κονιόρδος, Σ.Μ. 2008, «Κοινωνικό κεφάλαιο: μεταξύ θεωρητικής σαφήνειας και σύγχυσης», Σ.Μ. Κονιόρδος (επιμ.), Ανθολόγιο. Θεωρητικά Διλήμματα και Κοινωνική Πραγματικότητα, ΕΑΠ, σελ. 279-304
- Κονιόρδος, Σ.Μ. 2010, «Κοινωνικό Κεφάλαιο και Εμπιστοσύνη (και Κοινωνία Πολιτών) - Ταύτιση ή Απόκλιση;» Σ.Μ. Κονιόρδος (επιμ.), Κοινωνικό Κεφάλαιο, Εμπιστοσύνη και Κοινωνία των Πολιτών, Αθήνα: Παπαζήσης, σελ. 99-129.
- Wellman, B. 2001. Physical Place and Cyberplace: The Rise of Personalized Networking. *International Journal of Urban and Regional Research* σελ. 227-252
- Quan-Hasse, A., Wellman, B. (2004). How does the Internet Affect Social Capital. Στο M. Huysman & V. Wulf (επιμ.) *Social Capital and Information Technology*, MIT, σελ.113-132
- Williams, D. 2006. On and Off the Net: Scales for Social Capital in an Online Era. *Journal of Computer Mediated Communication*, σελ.593-628
- Ellison, N., Steinfield, C., Lampe, C. 2007. The benefits of Facebook “Friends”. *Social Capital and College students’ use of Online Social Network Sites. Journal of Computer-Mediated Communication*, σελ. 1143-1168
- Ellison, N., Lampe, C., Steinfield, C., Vitak, J. 2010. With a Little Help From My Friends. How Social Network Sites Affect Social Capital Processes. Στο Z. Papacharissi (επιμ.) *A Networked Self. Identity, Community, and Culture on Social Network Sites* σελ.124-145. New York and London: Routledge
- Valenzuela, S., Park, N., Kee, K. 2009. Is There Social Capital in a Social Network Site?: Facebook Use and College Students’ Life Satisfaction, Trust, and Participation. *Journal of Computer-Mediated Communication* σελ. 875-901

Κοινωνιολογικά χαρακτηριστικά των ΜΚΔ

“Ζούμε σε μια κοινωνία απολύτως εξαρτώμενη από την επιστήμη και την τεχνολογία, όπου σχεδόν κανένας δεν ξέρει τίποτα για την επιστήμη και την τεχνολογία”.

Καρλ Σαγκάν (1996 : 17)

3ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: Κοινωνιολογικά χαρακτηριστικά των ΜΚΔ

3.1 Τα ΜΚΔ ως οιονεί κοινωνικοτεχνικά συστήματα

Είναι βέβαιο ότι οι διαπροσωπικές σχέσεις μας παίζουν καθοριστικό ρόλο στην καθημερινή ζωή μας, είτε σε προσωπικό, είτε σε επαγγελματικό επίπεδο. Αναζητάμε την παρουσία των άλλων γύρω μας, είτε είναι φίλοι και γνωστοί, είτε γονείς και συγγενείς, είτε συνεργάτες ή σύντροφοι. Οι διαπροσωπικές κοινωνικές σχέσεις είναι ιδιαίτερα σημαντικές δότι μέσα από αυτές καλύπτονται βασικές ανάγκες, όπως το μοίρασμα προβλημάτων, ανησυχιών και συναισθημάτων, καθώς και η παροχή και αποδοχή φροντίδας και υποστήριξης (Boyd & Ellison 2007).

Το διαδίκτυο και τα ΜΚΔ αποτελούν εναλλακτικές λύσεις στη διαπροσωπική επικοινωνία, παρέχοντας άλλου τύπου επιλογές ή λειτουργώντας ως μια συμπληρωματική πτυχή επικοινωνίας. Αν και η έρευνα για την εξακρίβωση των θετικών ή αρνητικών επιπτώσεων σε κοινωνικό επίπεδο της χρήσης και συμμετοχής σε ΜΚΔ βρίσκεται ακόμα σε αρχικό στάδιο, πολλοί ερευνητές θεωρούν ότι η ολοένα και αυξανόμενη δημοτικότητα και χρήση των ΜΚΔ πιθανόν να επηρεάζει τη μορφή και ποιότητα των κοινωνικών σχέσεων των ανθρώπων (Ellison et al., 2011).

Ένα σημαντικό χαρακτηριστικό των *φιλικών σχέσεων* είναι η ποιότητα τους, η οποία εξαρτάται από το βαθμό στον οποίο ικανοποιούν αυτές οι σχέσεις βασικές κοινωνικές ανάγκες, όπως είναι, λόγου χάρη, η ανάγκη για τρυφερότητα, συντροφικότητα, αποδοχή και οικειότητα. Τα ερευνητικά ευρήματα δείχνουν, σε γενικές γραμμές, ότι οι διαδικτυακές φιλικές σχέσεις έχουν χαμηλότερη ποιότητα σε σχέση με τις φιλικές σχέσεις εκτός διαδικτύου, αλλά κάτω από ορισμένες συνθήκες μπορούν να γίνουν εξίσου ποιοτικές (Antheunis, et al., 2012 : 757-780).

Συμπερασματικά, όπως ισχυρίζονται οι Kietzmann & Hermkens (2011 : 241-251), μπορούμε να περιγράψουμε τα ΜΚΔ ως ένα σύνολο τεχνολογιών τα οποία παρέχουν υπηρεσίες κατασκευής και διαχείρισης δεδομένων και πληροφοριών, με στόχο την επικοινωνία. Ως εκ τούτου, η χρήση των ΜΚΔ

εισάγει μια ουσιαστική αλλαγή στον τρόπο με τον οποίο άνθρωποι, κοινότητες και οργανισμοί επικοινωνούν μεταξύ τους.

3.2 Τα αίτια της ανάπτυξης και διάδοσης των ΜΚΔ

Πριν από περίπου σαράντα πέντε χρόνια (1971), εστάλη το πρώτο ηλεκτρονικό μήνυμα (e-mail). Δεκαεπτά χρόνια μετά (1988), δημιουργήθηκε η IRC, η πρώτη υπηρεσία ανταλλαγής μηνυμάτων σε πραγματικό χρόνο (online chat). Τα ΜΚΔ, όπως αναφέρουμε στο πρώτο κεφάλαιο, έκαναν την εμφάνισή τους πριν από είκοσι περίπου χρόνια. Η διάδοσή τους, όμως, είναι ραγδαία σε όλο τον πλανήτη και γι' αυτό είναι χρήσιμο να διερευνήσουμε τους λόγους που συνέβη αυτό.

3.2.1 Η παγκοσμιοποίηση

Όπως ισχυρίζεται ο κοινωνιολόγος Anthony Giddens (2009 : 202): *«Μέχρι τις μέρες μας η ανθρώπινη κοινωνία δεν υπήρξε ποτέ»*. Εννοώντας πως μόλις στα πολύ πρόσφατα χρόνια μπορούμε να μιλάμε για κοινωνικές σχέσεις που καλύπτουν ολόκληρη την ανθρωπότητα. Ο κόσμος κατέστη από σημαντικές απόψεις ενιαίο κοινωνικό σύστημα, ως συνέπεια των αυξανόμενων δεσμών αλληλεξάρτησης που επηρεάζουν σήμερα σχεδόν όλους τους ανθρώπους. Το παγκόσμιο σύστημα δεν είναι απλώς ένα περιβάλλον στο οποίο αναπτύσσονται και μεταβάλλονται οι επιμέρους κοινωνίες. Οι κοινωνικές, πολιτικές και οικονομικές σχέσεις, που διαπερνούν τα σύνορα μεταξύ των χωρών, διαμορφώνουν αποφασιστικά την τύχη εκείνων που ζουν σε καθεμία από αυτές. Ο γενικός όρος που χρησιμοποιείται για την αύξουσα αμοιβαία εξάρτηση των κοινωνιών του κόσμου είναι παγκοσμιοποίηση (globalization).

Σχεδόν καμία κοινωνία στον κόσμο δεν ζει πια σε απόλυτη απομόνωση από τις άλλες. Ακόμα και στις πλουσιότερες κοινωνίες όλοι εξαρτώνται από τα αγαθά που μεταφέρονται από το εξωτερικό και τα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο κόσμος ανάγονται σε παγκόσμια κλίμακα. Οι οργανώσεις που υπήρχαν σε διάφορες χώρες του κόσμου, τώρα πλέον υπάρχουν κατά κύριο

λόγο υπό τη μορφή δικτύου και δραστηριοποιούνται σε αναδιαταγμένο χώρο και χρόνο. Η τεχνολογία της πληροφορίας και οι ψηφιακές επικοινωνίες έκαναν δυνατή την υπέρβαση των αποστάσεων και τον έλεγχο του χρόνου με τρόπους που θα ήταν αδιανόητοι παλιότερα (Giddens 2009 : 202). Οι διαδικασίες της παγκοσμιοποίησης, που από τη μία μεριά δημιουργούνται από τις τεχνολογίες της επικοινωνίας και από την άλλη συνιστούν τη δύναμη που τις προωθεί, μεταβάλλουν τη μορφή των οργανώσεων, των κοινωνιών και γενικότερα την αντίληψη της νέας γενιάς (πχ ηλικίες 20-45). Οι περισσότεροι νέοι, σε αντίθεση με τις παλιότερες γενιές, μεγαλώνουν σε μία χώρα και συχνά μεταβαίνουν σε κάποια άλλη για σπουδές. Ένας αρκετά μεγάλος αριθμός εργάζεται σε εταιρίες που δραστηριοποιούνται σε πολλές χώρες του κόσμου, ταξιδεύει και διαμένει σε αρκετά μέρη και ενδεχομένως να μην επιστρέψει ποτέ μόνιμα στον τόπο καταγωγής του. Με άλλα λόγια, οι άνθρωποι των νεότερων γενεών γίνονται παγκόσμιοι πολίτες, οι οποίοι έχουν συνήθως αλλάξει αρκετούς τόπους διαμονής και έχουν βρεθεί σε πολλές διαφορετικές θέσεις εργασίας (Κιτριδής 2014 : 67-70).

Κατά συνέπεια τα ΜΚΔ αντανakλούν σε σημαντικό βαθμό τον σημερινό τρόπο ζωής, όπου το διαδίκτυο αποτελεί πλέον τον “κοινό χώρο” συνεύρεσης. Θα μπορούσε να ισχυριστεί κανείς πως η δημιουργία αυτού του κοινού χώρου συνεύρεσης ακολουθεί δύο διαφορετικές πορείες. Σε κάποιες περιπτώσεις ακολουθεί μια πορεία, η οποία ξεκινάει από τον φυσικό κόσμο και συνεχίζεται στο διαδίκτυο. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το κοινωνικό δίκτυο των παλιών συμμαθητών, το οποίο δημιουργείται στον πραγματικό κόσμο, στην πορεία εξασθενεί λόγω συνθηκών και μετά από κάποιο χρονικό διάστημα επανασυγκροτείται σε ΜΚΔ. Ουσιαστικά, ένα κοινωνικό δίκτυο τέτοιου τύπου διαμορφώνεται και λειτουργεί σε φυσικό επίπεδο και όλα τα μέλη του γνωρίζονται μεταξύ τους προτού σχηματίσουν ένα δίκτυο σε κάποιο ΜΚΔ. Σε αυτές τις περιπτώσεις είναι σε γενικές γραμμές δυσκολότερη η αλλοίωση των προσωπικών στοιχείων που προβάλλει το κάθε μέλος του δικτύου, καθώς τα υπόλοιπα μέλη μπορούν εύκολα να επαληθεύσουν τα δεδομένα.

Στον αντίποδα, ακριβώς αντίστροφη πορεία ακολουθούν κάποια άλλα κοινωνικά δίκτυα, τα οποία απαρτίζονται από άτομα που συναντιούνται πρώτη φορά στο διαδίκτυο και έπειτα γνωρίζονται και στην πραγματικότητα.

Τέτοιου τύπου εξέλιξη εμφανίζουν τα ΜΚΔ, που συντίθενται με τη συσπείρωση ατόμων γύρω από μία κεντρική ιδέα και δομούνται γύρω από αυτήν. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν οι διαδικτυακές κοινότητες των ανθρώπων με συγκεκριμένα κοινά ενδιαφέροντα και στόχους (π.χ. φίλαθλοι ομάδας, επαγγελματίες που δραστηριοποιούνται σε κοινό χώρο) αλλά και οργανώσεις οι οποίες εξυπηρετούν και προωθούν μία ιδέα (π.χ. Διεθνής Αμνηστία). Τα μέλη τέτοιων κοινωνικών δικτύων αλληλεπιδρούν αρχικά στο διαδίκτυο και στη συνέχεια σε φυσικό επίπεδο, πραγματοποιώντας ομαδικές συναντήσεις.

Η ανάπτυξη των ΜΚΔ υποδηλώνει αλλαγή στον τρόπο που οργανώνονται οι διαδικτυακές κοινότητες. Ενώ οι διαδικτυακές κοινότητες με συγκεκριμένο θέμα ακολουθούν τη δεύτερη πορεία, συσπειρώνουν δηλαδή ανθρώπους γύρω από ένα θέμα ή μία ιδέα, τα ΜΚΔ είναι δομημένα πιο προσωποκεντρικά. Οι πρώτες διαδικτυακές κοινότητες, όπως το Usenet, και τα πρώτα διαδικτυακά fora ήταν δομημένα και ιεραρχημένα βάσει θεματολογίας (Cavanagh 2007). Αντίθετα, τα ΜΚΔ είναι οργανωμένα σαν προσωπικά ή προσωποκεντρικά δίκτυα, με τον κάθε χρήστη να βρίσκεται στο κέντρο του. Η εμφάνιση των ΜΚΔ έχει παρουσιάσει ένα νέο πλαίσιο οργάνωσης των μελών μιας διαδικτυακής κοινωνίας, στην οποία ο άνθρωπος, και κατ' επέκταση το προφίλ του στο διαδίκτυο, φαινομενικά βρίσκονται στο επίκεντρο. Κατά συνέπεια, αναδύονται πολύ ενδιαφέροντα ερευνητικά ερωτήματα, τα οποία αφορούν στον τρόπο που οργανώνονται αυτά τα κοινωνικά δίκτυα και στο ρόλο που παίζει το προφίλ του χρήστη σε αυτή τη διαδικασία (Καζάζη, 2008).

3.2.2 Ο σύγχρονος τρόπος ζωής

Στην ανάπτυξη των ΜΚΔ συμβάλλει αποφασιστικά και ο σύγχρονος τρόπος ζωής. Η μετακίνηση μιας ολοένα μεγαλύτερης μάζας ανθρώπων στον τομέα της παροχής υπηρεσιών και στις δουλειές γραφείου, τα βεβαρημένα ωράρια, ο ελάχιστος ελεύθερος χρόνος σε μία κοινωνία που κινείται με γρήγορους ρυθμούς και η απομόνωση, είναι από τα βασικότερα αίτια που ευνοούν την ανάπτυξη των ΜΚΔ.

Όταν πολλοί άνθρωποι βρίσκονται μονίμως σχεδόν καθηλωμένοι μπροστά σε μία οθόνη υπολογιστή, το μοναδικό διάλειμμα τους και η μοναδική κοινωνική διάδρασή τους είναι η επικοινωνία μέσω του ίδιου του υπολογιστή. Η αρχή έγινε με τη χρήση του ηλεκτρονικού μηνύματος (e-mail), έναν ασύγχρονο και απόμακρο τρόπο επικοινωνίας. Η συνέχεια δόθηκε με την διάδοση εφαρμογών στιγμιαίων μηνυμάτων και τη δημιουργία chat rooms. Έτσι, η *επιγραμμική* επικοινωνία απέκτησε πιο προσωπικό και πιο άμεσο χαρακτήρα.

Ακολούθησαν τα ιστολόγια (blogs) και η καθημερινή δημοσιοποίηση γεγονότων σε ένα κύκλο ανθρώπων και τέλος με τη σειρά τους τα ΜΚΔ, στο πλαίσιο των οποίων μεγάλο μέρος του κοινωνικού δικτύου ενός ανθρώπου εμφανίζεται στην οθόνη του υπολογιστή, η οποία είναι και το εργαλείο δουλειάς του.

Για την πλειοψηφία των ανθρώπων, σχεδόν όλες οι πτυχές της καθημερινής ζωής του είναι πλέον προσβάσιμες ηλεκτρονικά. Οι αγορές έχουν μετατραπεί σε μεγάλο βαθμό σε ηλεκτρονικές, η ενημέρωση εκπορεύεται από τον σελιδοδείκτη μιας πύλης ειδήσεων (portal) και οι εγκυκλοπαίδειες έχουν μετατραπεί σε φόρμες αναζήτησης. Το ίδιο φαίνεται να συμβαίνει και με την κοινωνική ζωή του ανθρώπου: οι φίλοι, οι παλιοί συμμαθητές και ο κοινωνικός περίγυρος ενός ατόμου εμφανίζονται στο παράθυρο του φυλλομετρητή (Livingston 2008).

Ο τρόπος ζωής που περιγράφηκε παραπάνω δεν δίνει, ενδεχομένως, τον απαιτούμενο χρόνο στους ανθρώπους να προσπαθήσουν για τη δημιουργία μιας νέας κοινωνικής σχέσης. Μέσω των ΜΚΔ, η σχέση ή έστω η ψευδαίσθησή της, δημιουργείται με πολύ μεγαλύτερη ευκολία και χωρίς την προσπάθεια που απαιτείται για την επίτευξη κάποιας σχέσης στη πραγματικότητα. Ο άνθρωπος δεν κινείται προς τις κοινωνικές ομάδες που τον περιβάλλουν, δεν ρισκάρει προκειμένου να γίνει αποδεκτός και δεν προσπαθεί για να διατηρήσει μία σχέση.

Εν κατακλείδι, η επικοινωνία μέσω των ΜΚΔ είναι πιο χαλαρή και με λιγότερες ευθύνες. Οι σχέσεις που δημιουργούνται δεν χρειάζονται προσπάθεια, για να διατηρηθούν, ούτε και θυσίες από τον πολύτιμο ελεύθερο

χρόνο των ανθρώπων, οι οποίοι σε γενικές γραμμές προσπαθούν να ανακτήσουν τη χαμένη κοινωνική ζωή τους χωρίς να βγουν από το σπίτι ή το γραφείο τους. Για την πλειοψηφία των χρηστών των ΜΚΔ, αυτός ο τρόπος κοινωνικής διάδρασης αποτελεί «γέμισμα των επικοινωνιακών κενών» που δημιουργείται λόγω του σύγχρονου τρόπου ζωής. Υπάρχει πάντως και ένας μη αμελητέος, αριθμός ανθρώπων, για τους οποίους αυτός ο τρόπος εικονικής κοινωνικοποίησης υποκαθιστά την ένταξη τους σε φυσικά κοινωνικά δίκτυα. Για ορισμένα εγκλωβισμένα και αποκομμένα άτομα αποτελεί τη μοναδική διέξοδο επικοινωνίας, ενώ άλλοι άνθρωποι παγιδεύονται στο σενάριο που οι ίδιοι έχουν δημιουργήσει για τους εαυτούς τους και δε μπορούν να ξεφύγουν (Γκατζαλιδής 2009).

3.2.3 Οικονομικοί παράγοντες

Πέρα από τους κοινωνικούς παράγοντες, που αναφέρθηκαν σε προηγούμενη παράγραφο, υπάρχουν και οικονομικά αίτια, τα οποία συντελούν στην ταχύτατη ανάπτυξη των ΜΚΔ. Το σημαντικότερο, ίσως, από αυτά είναι τα κέρδη από τις διαφημίσεις που εμφανίζονται στην εκάστοτε σελίδα, κατά την πλοήγηση του χρήστη σε αυτούς τους ιστότοπους. Το γεγονός που καθιστά αυτόν τον τρόπο προώθησης προϊόντων τόσο επικερδή, είναι ότι πρόκειται για μια μορφή πολύ καλά στοχευμένης διαφήμισης, εννοώντας πως οι διαφημίσεις δεν προβάλλονται τυχαία σε όλους τους χρήστες, αλλά κάθε διαφήμιση προβάλλεται σε συγκεκριμένο κοινό. Ουσιαστικά, τα δημογραφικά στοιχεία και τα ενδιαφέροντα που δηλώνουν οι χρήστες χρησιμοποιούνται, συνήθως από εταιρίες-μετόχους των εταιριών κοινωνικής δικτύωσης, οι οποίες «καταγράφουν» τις προτιμήσεις των χρηστών και τους προβάλλουν την αντίστοιχη διαφήμιση. Έτσι, οι διαφημιζόμενες εταιρίες προβάλλονται σε προκαθορισμένο αγοραστικό κοινό αποφέροντας, ταυτόχρονα, κέρδη στις εταιρίες στις οποίες ανήκουν τα ΜΚΔ. Συγκεκριμένα, στον ιστότοπο του Facebook, υπάρχει ειδική σελίδα, στην οποία μπορεί να δηλώσει κανείς την επιχείρησή του και το *απευθυνόμενο* κοινό του και στη συνέχεια να εμφανίζεται η διαφήμισή του σε προεπιλεγμένες ομάδες ανθρώπων (Qualman 2013).

Η στοχευμένη διαφήμιση και κατ' επέκταση η απόκτηση ενός μεγάλου όγκου δημογραφικών στοιχείων αποτελούν, μάλλον, τους βασικούς λόγους για τους οποίους μεγάλες εταιρίες επενδύουν σημαντικά ποσά στα ΜΚΔ. Αυτό ενισχύεται και από το γεγονός ότι η στοχευμένη διαφήμιση αποτελεί το επόμενο βήμα στον τομέα της προώθησης προϊόντων, εφόσον αντί αυτά να προβάλλονται μέσω τηλεοπτικών σποτ σε μία μεγάλη μερίδα πληθυσμού, προβάλλονται σε συγκεκριμένες πληθυσμιακές ομάδες. Τα ΜΚΔ αποτελούν τη μεγαλύτερη βάση δημογραφικών δεδομένων και προτιμήσεων, η οποία κατά συνέπεια προσελκύει μεγάλο αριθμό επενδυτών που στηρίζουν την εξέλιξή τους.

Τα ΜΚΔ παρέχουν, επίσης, πολλαπλές δυνατότητες ψυχαγωγίας, εφόσον πλέον είναι εφικτό το μοίρασμα διάφορων εφαρμογών -που ενδέχεται να αποτελούν και προσωπικό δημιούργημα κάποιου χρήστη-, μουσικής, βίντεο, κειμένων, διαδικτυακών παιχνιδιών κ.ά., που επιτρέπουν τη χωρίς οικονομική επιβάρυνση διασκέδαση και ψυχαγωγία των χρηστών.

3.3 Επιγραμμική και φυσική επικοινωνία

Οι άνθρωποι σχηματίζουν κάποια εντύπωση για άλλους με σκοπό να κρίνουν εάν θα επιδιώξουν ή θα απορρίψουν μία σχέση. Προκειμένου να επιτύχουν τη δημιουργία μιας σχέσης ή άλλους στόχους, τείνουν να διαχειρίζονται αυτές τις εντυπώσεις στρατηγικά, δίνοντας έμφαση σε κάποια χαρακτηριστικά και υποβαθμίζοντας άλλα. Αντίστοιχες συμπεριφορές υπάρχουν και στις διαδικτυακές προσωπικές σχέσεις ή αλλιώς επιγραμμικές. Παρ' όλ' αυτά, *επιγραμμική* επικοινωνία σφυρηλατείται ευκολότερα και υπόκειται σε μεγαλύτερο βαθμό σε προσωπική λογοκρισία σε σχέση με τη φυσική επικοινωνία. Αυτό συμβαίνει λόγω της *ασύγχρονης* φύσης της επικοινωνίας μέσω υπολογιστή και συγκεκριμένα διότι αυτού του είδους η επικοινωνία δίνει έμφαση στις λεκτικές και γλωσσικές νύξεις, παρά στις μη λεκτικές επικοινωνιακές νύξεις οι οποίες τιθασεύονται δυσκολότερα (Walther, 1996 : 1-43).

Ένα μεγάλο μέρος μελετών για τις συνέπειες της επιγραμμική επικοινωνίας, προϋποθέτουν ότι η μοναδική επίδραση στις επικοινωνιακές διαδικασίες προέρχεται από το περιβάλλον του υπολογιστή, που τις περισσότερες φορές είναι ένα περιβάλλον εκφράσης γραπτού λόγου. Δεδομένου ότι οι άνθρωποι, που επικοινωνούν μέσω υπολογιστή σε ένα περιβάλλον βασισμένο στο γραπτό κείμενο, δεν μπορούν να δουν, να ακούσουν ούτε να αισθανθούν τη φυσική παρουσία των ανθρώπων που επικοινωνούν, η απουσία της φυσικής ανατροφοδότησης στην επικοινωνία (που επιτυγχάνεται με χειρονομίες, νεύματα, τόνους φωνής κλπ.) μπορεί να δημιουργήσει προβλήματα συντονισμού και να αλλοιώσει εμφανή κοινωνικά γνωρίσματα. Χωρίς τα κοινωνικά γνωρίσματα (π.χ. προφορά) και τα σημάδια της συμπεριφοράς, που εκφράζονται πέρα από τις ανταλλασσόμενες λέξεις, η διαδικασία της επιγραμμικής επικοινωνίας μένει αποκλεισμένη σε ένα κοινωνικό κενό και αποτελεί μια εμπειρία ολοκληρωτικά διαφορετική από τη ζωντανή αλληλεπίδραση της φυσικής επικοινωνίας (Meng Hsiang et al., 2006 : 153-169).

Η αδυναμία αναγνώρισης φυσικών και κοινωνικών χαρακτηριστικών έχει ορισμένες συνέπειες. Οι άνθρωποι που επικοινωνούν *επιγραμμικά* αποκτούν μεγαλύτερη κοινωνική ανωνυμία, διότι δεν γίνονται αμέσως προφανή διάφορα χαρακτηριστικά «δημόσιας» ταυτότητας, όπως το φύλο, η φυλή, η φυσική εμφάνιση, η τάξη ή και άλλοι δείκτες κάθετης ιεραρχίας, κοινωνικής θέσης και κατοχής εξουσίας. Απομακρύνονται, λοιπόν, τα σημάδια της κοινωνικής κατάστασης και θέσης και δημιουργούνται κάποιες δυνητικά θετικές συνθήκες για μια ανεμπόδιστη και απελευθερωμένη συμπεριφορά. Όπως παρατηρούν οι Kiesler et al., «το λογισμικό των ηλεκτρονικών επικοινωνιών είναι τυφλό ως προς την κάθετη ιεραρχία στις κοινωνικές σχέσεις και δομές». Κατά συνέπεια, η συμμετοχή εμφανίζεται να εκτυλίσσεται με ένα μεγαλύτερο βαθμό ομοιόμορφης κατανομής στα μέλη των διάφορων κοινωνικών ομάδων. Ορισμένοι μελετητές, όπως ο Walther, υποστηρίζουν ότι η επιγραμμική επικοινωνία αποδίδει κοινωνική ισονομία αφού καθιστά δύσκολη την επικυριαρχία των ισχυρών και την επιβολή απόψεων στους άλλους (Walther 1992 : 52-90).

Στον αντίποδα, η επιτυγχανόμενη ισονομία με την διαμεσολάβηση των υπολογιστών στις επικοινωνιακές διαδικασίες μπορεί να δημιουργήσει και κάποια προβλήματα. Πράγματι, σε τέτοιες διαδικασίες, ενίοτε απαιτείται περισσότερος χρόνος για να ληφθούν αποφάσεις, να διεκπεραιωθεί ένα έργο ή να διαμορφωθεί συναίνεση. Επιπλέον, η ανωνυμία καθώς και η έλλειψη άλλων κοινωνικών πληροφοριών μπορούν να φθάσουν ως το σημείο της κατάργησης καθιερωμένων συμβάσεων και κανόνων σχέσεων επικοινωνίας. Καθόσον οι άνθρωποι, που επικοινωνούν μέσω υπολογιστών δεν μπορούν να δουν ή να ακούσουν τους συνομιλητές τους να γελούν, να μορφάζουν ή να εκδηλώνουν οποιαδήποτε άλλη κοινωνικοψυχολογική αντίδραση στα λεγόμενά τους, πολλές φορές κατανοούν να γίνονται μάλλον περισσότερο κοινωνικά αδιάφοροι (Μπουντουρίδης 2009 : 2).

Μεταγενέστερες μελέτες τοποθετούνται πιο αισιόδοξα, τονίζοντας ότι στην *επιγραμμική* επικοινωνία απαιτείται απλά περισσότερος χρόνος απ' ό,τι στη φυσική επικοινωνία προκειμένου να επιτευχθεί ισότιμη πρώτη εντύπωση. Η θεωρία της «Επεξεργασίας της Κοινωνικής Πληροφορίας» (Tidwell & Walther 2002 : 317-348), βασίζεται στην ιδέα ότι στην επικοινωνία μέσω υπολογιστή επιτυγχάνεται η προσαρμογή των υπαρκτών επικοινωνιακών χαρακτηριστικών, βάσει των οποίων εξασφαλίζεται η διαχείριση των κοινωνικών σχέσεων.

3.3.1 Εικονική Ταυτότητα Χρήστη

Η επικοινωνία μεταξύ ανθρώπων απαιτεί αδιάκοπη ανταλλαγή πληροφορίας, η οποία επιτυγχάνεται και μέσω του διαδικτύου. Οι άνθρωποι αναζητούν νέα μέσα και περιβάλλοντα διάδρασης, άρα και νέες ταυτότητες μέσα από τις οποίες βιώνουν σε αυτά τα εικονικά (virtual) περιβάλλοντα. Προσπαθούν να διαμορφώσουν έναν καθρέπτη εξωραΐζοντας πολλές φορές την πραγματική ζωή τους. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, όλα μοιάζουν να κινούνται στα πρότυπα της κοινωνικής νόρμας που προωθείται από παντού, εμφανίζοντας έναν κόσμο στον οποίο δεν υπάρχει έλλειψη επικοινωνίας, όλοι είναι πάντα καλά και όλοι οι άνθρωποι είναι χαμογελαστοί και ευχαριστημένοι.

Σε αυτό το παράλληλο σύμπαν, ομάδες ανθρώπων δημιουργούν εικονικές κοινωνίες οι οποίες ζουν στα σύνορα του εικονικού και του πραγματικού κόσμου. Ο νοητικός κόσμος στο πλαίσιο του οποίου αναπτύσσονται όλες αυτές οι σχέσεις είναι γνωστός με το όνομα κυβερνοχώρος (cyberspace). Πρόκειται για περιβάλλον στο οποίο η πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνία είναι αδύνατη. Οι ενοχλητικές ατέλειες της πραγματικής ζωής και του πραγματικού κόσμου δύσκολα γίνονται αποδεκτές, καθιστώντας τον κυβερνοχώρο και τις κοινωνίες του τόπο ιδανικό, στον οποίο αυτές οι ατέλειες παραβλέπονται. Κάθε μέλος δικτυακής κοινωνίας έχει τη δυνατότητα, ανάλογα με το είδος της κοινωνίας και την διασύνδεσή της με την πραγματική ζωή, να αλλοιώσει πλήρως ή μερικώς την ταυτότητά του. Κάποιες από αυτές, με χαρακτηριστικό παράδειγμα το Second Life, βασίζονται στο γεγονός ότι ο χρήστης τους είναι κάποιος άλλος με μία «δεύτερη ζωή» που δεν μπόρεσε να ζήσει, επιλέγοντας το όνομά του, το επάγγελμά του, το μέρος στο οποίο ζει και ξεκινά μία καινούργια εικονική ζωή. Στα ΜΚΔ όπως το Facebook, τα μέλη συχνά γνωρίζονται και στην πραγματική ζωή και επομένως οι αλλοιώσεις της πραγματικής ταυτότητας είναι εφικτές σε μικρότερο βαθμό (Μπίλιουρη 2008 : 63).

3.4 Επιπτώσεις και Κοινωνικές διαστάσεις

Το φαινόμενο των ΜΚΔ αποτελεί τα τελευταία χρόνια αδιαμφισβήτητη μια πραγματικότητα που εισβάλλει στην καθημερινότητα του μέσου ενεργού χρήστη του διαδικτύου, είτε άμεσα είτε έμμεσα, αποτελώντας μορφή ενημέρωσης, ψυχαγωγίας, διασκέδασης, επικοινωνίας και κοινωνικοποίησης, σύναψης φιλικών, διαπροσωπικών, ερωτικών, επαγγελματικών και κάθε άλλου είδους σχέσεων. Παράλληλα, όμως, αποτελεί νέα μόδα, ευκαιρία πρόκλησης του ίδιου του εαυτού, αλλά και δυνατότητα εύκολης και διασκεδαστικής διάδρασης με τα σύγχρονα υπολογιστικά συστήματα, ώστε να διευρυνθούν οι γνώσεις και δεξιότητες των χρηστών.

Με την ανάδυση του φαινομένου των ΜΚΔ που δεν είναι τίποτε άλλο παρά η εμφάνιση άλλης μίας τεχνολογικής σύλληψης, ανοίγει μία νέα σελίδα στην καθημερινή ζωή των ανθρώπων. Ακριβώς λόγω της μαζικής αποδοχής,

υιοθέτησης και συμμετοχής, τα ΜΚΔ φέρνουν μαζί τους και μία σειρά επιπτώσεων άλλοτε περισσότερο και άλλοτε λιγότερο θετικών, που επηρεάζουν κάθε πτυχή της σφαίρας διάδρασης ανθρώπου - μηχανής. Ο ίδιος ο άνθρωπος, επηρεάζεται από την εμφάνιση, τη μαζικοποίηση, την ανάπτυξη και εγκαθίδρυση του φαινομένου των ΜΚΔ στην καθημερινή δραστηριότητά του. Όπως είναι αναμενόμενο και ιδιαίτερα από τη στιγμή που ο ανθρώπινος παράγοντας αποτελεί πρωταγωνιστή, προκύπτουν σημαντικότερα και σοβαρότερα ζητήματα ηθικής και νομικής διάστασης. Καίρια παραμένουν τα ερωτήματα που διαπραγματεύονται το πότε σταματά η ελευθερία λόγου και έκφρασης, παραβαίνοντας τις ηθικές και νομικές επιταγές, που είναι άλλοτε σαφώς και νομοθετικά προσδιορισμένες και άλλοτε απλά παραβαίνουν το κοινώς αποδεκτό και επιθυμητό σύμφωνα με τα δεδομένα και τις επιταγές του κοινωνικού συνόλου.

Τα ΜΚΔ από τη φύση τους αποτελούν ασφαλώς μέσο επικοινωνίας μεταξύ δημιουργών και επισκεπτών, συγγραφέων και αναγνωστών, ανθρώπων και ανθρώπων. Η ελευθερία γνώμης και έκφρασης αποτελεί κεκτημένο δικαίωμα των απανταχού χρηστών και ακριβώς βασιζόμενοι σε αυτό οι συμμετέχοντες συζητούν, αναπτύσσουν διάλογο και αντιπαράθεση, καταλήγουν σε συμφωνίες και διαφωνίες.

Το ερωτήματα που προκύπτουν μεταξύ άλλων, είναι το κατά πόσο η γνώμη συνοδεύεται και βασίζεται σε γνώση και πολύ περισσότερο σε έγκυρη γνώση και κατά πόσο τα ΜΚΔ αποτελούν ικανή πηγή ενημέρωσης ή απλά σύνολο από *fora* ελεύθερης έκφρασης και προβληματισμού. Όλα αυτά, αναπτύσσονται και εξελίσσονται σε ένα διαρκώς μεταβαλλόμενο κοινωνικό και πολιτιστικό περιβάλλον. Διαμορφώνεται, λοιπόν, το ερώτημα του κατά πόσο είναι τα ΜΚΔ εκείνα που συμβάλλουν στην ανάπτυξη της κοινωνίας ή τελικά μήπως η κοινωνία λόγω της σύνθεσής της δημιουργεί τις κατάλληλες συνθήκες για την ανάπτυξη των ΜΚΔ. Ακόμη, διαμορφώνεται το ερώτημα περί του αν αποτελούν στοιχείο σύγχρονου πολιτισμού ή μπορούν να αποτελέσουν εργαλείο προώθησης του, χωρίς να είναι κομμάτι του. Μια πρακτική αξιοποίηση των ΜΚΔ, πέραν των όσων αναφέρθηκαν πιο πάνω, είναι ως εργαλείο επιχειρηματικότητας. Από την ιστορία είναι γνωστό ότι ο ανθρώπινους νους επιχειρεί αξιοποιώντας και εκμεταλλευόμενος στο έπακρο

όλες τις δυνατότητες που του παρέχονται από κάθε νέα ευκαιρία. Τα ΜΚΔ δεν θα μπορούσαν να αφήσουν αδιάφορο τον επιχειρηματικό νου, που τολμά και διακρίνει ευκαιρίες επιχειρηματικής κερδοφορίας, άλλοτε οικονομικής και άλλοτε απλά επιχειρησιακής, από ένα ίσως υβριδικό εντούτοις υπαρκτό εργαλείο επιχειρηματικότητας.

Στο ίδιο πρακτικό πλαίσιο, τα κοινωνικά δίκτυα δεν θα απουσίαζαν και από τον πολιτικό στίβο. Τον καθ' όλα ιδιαίτερα «δημιουργικό» και «ευρηματικό» πολιτικό κόσμο, που καταφέρνει να εξαντλεί κάθε περιθώριο αξιοποίησης μέσω έκφρασης, άλλοτε με στόχο την πολιτική προπαγάνδα και άλλοτε με στόχο τον πολιτικό διάλογο. Έτσι, εξηγείται πώς τα ΜΚΔ κατάφεραν να αποτελέσουν πρωταγωνιστή των νέων τεχνολογιών και γιατί απολαμβάνουν τόσο μαζικής και σε τέτοιο βαθμό έντονης αποδοχής. Εκεί μάλλον θα πρέπει να ληφθεί υπ' όψιν και η τεχνολογική διάσταση. Οπωσδήποτε αυτή παρέχει απλόχερα τη δυνατότητα σε κάθε χρήστη του διαδικτύου να συμμετέχει με τη δική του επικοινωνιακή παρουσία και να αξιοποιεί δημιουργικά τις νέες τεχνολογίες, σε αντίθεση με τις άλλοτε πολύπλοκες, πολυσύνθετες και μονόπλευρες τεχνολογίες κοινωνικής δικτύωσης, οι οποίες απαιτούσαν εξειδικευμένες τεχνολογικές γνώσεις, πολύπλοκες υποδομές, αλλά και εξαιρετικά περιορισμένες δυνατότητες της πλειονότητας των χρηστών να συμμετέχουν ενεργά σε αυτές (Ελπέκογλου 2011 : 51).

Βιβλιογραφικές αναφορές

- Sagan C. 1996. Σκεπτικιστής Vol. 4, no. 4, σελ. 10-17.
- Boyd D. M, Ellison, N. B. 2007. Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 11
- Ellison N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. 2011. Connection strategies: social capital implications of Facebook-enabled communication practices. *New Media & Society*
- Antheunis M. L., Schouten, A. P., Valkenburg, P. M., & Peter, J. 2012. Interactive uncertainty reduction strategies and verbal affection in computer-mediated communication. *Communication Research*, 39(6), σελ. 757-780
- Kietzmann J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. 2011. Socialmedia? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54, σελ. 241-251
- Giddens A. 2009. Κοινωνιολογία. Αθήνα: Gutenberg, σελ. 202
- Cavanagh A., 2007. *Sociology in the Age of Internet*. New York: Series Editors: Alan Warde & Nick Crossley
- Καζάζη Μ. 2008. Ανθρώπινες σχέσεις και επικοινωνία . Δεύτερη Έκδοση. Εκδόσεις Έλλην: Αθήνα
- Livingston J., 2008. *Founders at Work Stories of Startups' Early Days*. New York: Lead Editor Jeffrey Pepper.
- Γκατζιαλίδης Χ. 2009. Ο Νέος Παγκόσμιος Ιστός κι οι υπηρεσίες Κοινωνικής Δικτύωσης . Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης.
- Qualman E., 2013. *Socialmonics, How Social Media Transforms The Way we Live and Do Business*. Second Edition, Hoboken New Jersey, Published by John Wiley and Sons, Inc.
- Walther J.B. 1996. Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interactions. *Communication Research*, 23, σελ. 1-43
- Meng Hsiang Hsu, Teresa L. Ju, Chia-Hui Yen, Chun Ming Chang, 2006, "Knowledge sharing behavior in virtual communities: The relationship between trust, self-efficacy, and outcome expectations", *International Journal of Human - Computer Studies*, Volume 65, Issue 2, February 2007, σελ. 153-169

- Walther J.B. 1992. Interpersonal effects in computermediated communication: A relational perspective, *Communication Research*, 19,σελ. 52-90
- Μπουντουρίδης Μ. 2009. Κοινωνικά θέματα των επικοινωνιών μέσω υπολογιστή, σελ. 2
- Tidwell, L.C. & Walther, J.B. 2002. Computermediated communication effects on disclosure, impressions, and interpersonal evaluations: Getting to know one another a bit at a time. *Human Communication Research*, 28, σελ. 317-348
- Μπίλιουρη Χ. 2008. Ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης και η διαμόρφωση της ταυτότητας του χρήστη. Διπλωματική εργασία – Παν. Αιγαίου σελ. 63
- Ελπέκογλου Δ. 2011. Social Media Σύγχρονες μορφές επικοινωνίας με χρήση Η/Υ, Διπλωματική εργασία – Παν. Μακεδονίας, σελ. 51
- Κιτριδης Δ., 2014. Social Media Facebook Marketing. Αθήνα: Ευρασία

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Η διαμεσολάβηση της κοινωνικότητας από την τεχνολογία και τα κοινωνικά δίκτυα

*“Όταν μια παλιότερη τεχνολογία
δίνει τη θέση της σε μια καινούργια,
η παλιότερη επιστρέφει σαν τέχνη”.*
Marshall McLuhan (1964 : 18)

4ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: Η διαμεσολάβηση της κοινωνικότητας από την τεχνολογία και τα κοινωνικά δίκτυα

4.1 Εισαγωγή

Σε αυτό το κεφάλαιο πραγματευόμαστε την έννοια της διαμεσολάβησης της κοινωνικότητας από την τεχνολογία και τα ΜΚΔ. Η διαμεσολάβηση γίνεται με τη βοήθεια των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών και συγκεκριμένα με την αξιοποίηση των δικτύων που διαμορφώνονται τόσο των τεχνολογικών όσο και των κοινωνικών. Η εξάπλωση και βελτίωση των τεχνολογικών δικτύων σύγκλισης πληροφορίας, επικοινωνίας και υπολογιστών, συμβάλλει στην εξάπλωση των ΜΚΔ. Η εξάπλωση των ΜΚΔ με τη σειρά της αλλάζει τη δομή της κοινωνίας. Σε ένα πιο ειδικό επίπεδο μεταβάλλει τον τρόπο που διαμορφώνουμε και διατηρούμε τις κοινωνικές σχέσεις μας και εκφράζουμε την κοινωνικότητά μας. Αυτά τα τρία σημεία, τα ΜΚΔ, η διαμεσολάβηση της κοινωνικότητας και οι κοινωνικές σχέσεις μας θα αποτελέσουν τα θέματα των τριών επόμενων ενοτήτων (Μπαρμποπούλου 2012 : 11).

Η διαμεσολάβηση αποτελεί για τη σημερινή κοινωνία, αλλά και για τη σημερινή κοινωνική επιστήμη, ό,τι αποτελούσαν οι έννοιες της *βιομηχανοποίησης* και της *αστικοποίησης* για τη μοντέρνα κοινωνία του περασμένου αιώνα και της κοινωνιολογίας εκείνης της εποχής. Υποστηρίζοντας τη θέση αυτή, ο Hjarvard (2008 : 105-134) υπογραμμίζει δύο σημαντικές εξελίξεις στην πορεία εξέλιξης των μέσων επικοινωνίας. Η μια αναφέρεται στο 1980 και έπειτα όταν άρχισαν όλο και περισσότερο να υφίστανται ως διακριτοί και ανεξάρτητοι κοινωνικοί θεσμοί. Η δεύτερη αφορά στη δυνατότητα και στη δύναμη που έχουν, ως τεχνολογία και ως θεσμός, να προσφέρουν νοσηματοδότηση της ζωής και του κόσμου. Να περιγράψουν, δηλαδή, μian άποψη και μια αντίληψη για τον κόσμο και την ύπαρξή μας σε αυτόν.

Έχει ενδιαφέρον να αναφερθούμε σε τρία σημεία από την έρευνα του McLuhan (1964/2001) ως προβληματισμούς για αυτό το κεφάλαιο. Το πρώτο είναι ότι, αναφερόμενος στις αλλαγές που έφερε η τεχνολογία των

ηλεκτρονικών μέσων της εποχής του, παρατήρησε ότι αυτά εξαλείφουν τους παράγοντες του χώρου και του χρόνου από την ανθρώπινη επαφή. Έτσι, διέβλεψε τη σημασία των δικτύων στην υπό διαμόρφωση τεχνολογική πραγματικότητα της εποχής του. Το δεύτερο είναι ότι η επίδραση της τεχνολογίας στον άνθρωπο δεν έγκειται στο περιεχόμενό της, δηλαδή στις απόψεις και στις ιδέες, αλλά στη διαφοροποίηση της αναλογίας των αισθήσεων ή αλλιώς των αντιληπτικών σχημάτων μας. Επιπλέον, καθώς κάθε νεότερο μέσο έχει ως περιεχόμενο κάποιο προγενέστερο μέσο, αυξάνεται η επιρροή του στον άνθρωπο. Το τρίτο είναι ότι αντιλήφθηκε πως χρησιμοποιώντας την ηλεκτρική τεχνολογία ως προέκταση του νευρικού συστήματός μας, έχουμε ενεργοποιήσει μια δυναμική κατά την οποία το περιβάλλον και οι ζωές μας έχουν μεταβληθεί σε συστήματα επεξεργασίας πληροφοριών. Μόνη δουλειά μας πλέον είναι η μάθηση και η γνώση. Συνεπώς, όλα τα είδη πλούτου δημιουργούνται από την μετάδοση της πληροφορίας (McLuhan 1969 : 53-74).

Από την εποχή του McLuhan μέχρι σήμερα, πλέον γίνεται λόγος για μετα-τεχνολογική εποχή. Καθώς οι νέες τεχνολογίες έχουν τη δυνατότητα να εξομοιώνουν όλα τα προηγούμενα Μέσα, αλλά ταυτόχρονα να επιτρέπουν και νέες επεμβάσεις στο περιεχόμενο των Μέσων, έχουν τη δυνατότητα να μεταβάλλουν τα Μέσα σε μετα-μέσα. Ο Manovich υποστηρίζει ότι αυτή ακριβώς η δυνατότητα να λειτουργούν ως μετα-μέσα βρίσκεται στο κέντρο της κουλτούρας των υπολογιστών. Η δε λογική των μετα-μέσων είναι συμβατή με άλλα σημερινά παραδείγματα, όπως η σύμμιξη (remix) προγενέστερων πολιτισμικών μορφών ενός μέσου και σε ένα δεύτερο επίπεδο, η σύμμιξη εθνικών πολιτισμικών παραδόσεων στο περιβάλλον της παγκοσμιοποίησης. Στη βάση της λογικής αυτής ως ένα τρίτο επίπεδο σύμμιξης μπορεί να θεωρηθεί η σύμμιξη του πολιτισμού με τους υπολογιστές (Manovich, 2005).

4.2 Κοινωνικά δίκτυα και κοινωνία των δικτύων

Ένας γενικός ορισμός για την έννοια του δικτύου που δόθηκε από τον van Dijk (2006 : 9) αναφέρει: «Ένα δίκτυο ορίζεται ως συγκέντρωση συνδέσμων μεταξύ των στοιχείων ενός συνόλου. Τα στοιχεία ονομάζονται κόμβοι. Τα σύνολα συνήθως αποκαλούνται συστήματα. Ο μικρότερος αριθμός κόμβων είναι τρεις και ο μικρότερος αριθμός συνδέσμων είναι δύο. Ο σύνδεσμος μεταξύ δύο στοιχείων αποτελεί σχέση. Τα δίκτυα αποτελούν τρόπο οργάνωσης πολύπλοκων συστημάτων στη φύση και την κοινωνία». Ουσιαστικά, τα δίκτυα υφίστανται ως οργανωτικές δομές των συστημάτων. Μπορούν τα ίδια να θεωρηθούν ανοιχτά συστήματα που έχουν τη δυνατότητα να συνδέουν πιο κλειστά συστήματα μεταξύ τους. Τα σχετικά κλειστά συστήματα λειτουργούν πρωταρχικά με αυτοτελείς όρους αναπαραγωγής ή διατήρησης. Όταν τα κλειστά συστήματα αναγκάζονται να απευθυνθούν και να διαδράσουν με το περιβάλλον τους, συνδέονται με άλλα παρόμοια κλειστά συστήματα δημιουργώντας ένα ανοιχτό σύστημα, ένα δίκτυο. Η έννοια των δικτύων έχει αρχικά χρησιμοποιηθεί στο πλαίσιο της επιστήμης της βιολογίας ως μέθοδος εξήγησης της προσπάθειας των ζωντανών οργανισμών να προσαρμοστούν στο περιβάλλον τους και να εξελιχθούν, καθώς και στα μαθηματικά για την ανάλυση πολύπλοκων συστημάτων όπως αυτά δημιουργούνται από τη σύνδεση τυχαία κατανεμημένων στοιχείων ενός συνόλου επιφέροντας τάξη στο χάος και αυξημένη προσαρμογή στις περιβαλλοντικές αλλαγές (van Dijk, 2004 : 30).

Για να εισάγουμε τη μαθηματική θεώρηση των δικτύων στην κοινωνική θεωρία, είναι χρήσιμο να διερευνήσουμε, στο κοινωνικό περιβάλλον, με ποιους όρους οι κόμβοι επιλέγουν να συνδεθούν με άλλους στο πλαίσιο ενός δικτύου. Ο Barabasi (2010 : 12-14) υποστηρίζει ότι η συνήθης δομή των δικτύων σε κοινωνικό επίπεδο παρουσιάζει δύο βασικά χαρακτηριστικά: Πρώτον, είναι ελεύθερη κλίμακας (scale-free). Αυτό σημαίνει ότι η κατανομή των δεσμών γίνεται στη βάση του νόμου της ισχύος, που επιτρέπει να συνυπάρχουν πολλοί μικροί κόμβοι με ελάχιστες συνδέσεις και λίγοι μεγάλοι κόμβοι με πολλαπλές συνδέσεις. Αυτοί οι λίγοι, αλλά μεγάλοι και πολλαπλά συνδεδεμένοι κόμβοι, κρατούν το δίκτυο σταθερό, καθώς οι νεοεισερχόμενοι κόμβοι επιλέγουν να συνδέονται σε μεγαλύτερο ποσοστό με αυτούς τους

λίγους μεγάλους κόμβους ως πλέον γνωστούς. Αυτό έχει επιπλέον ως συνέπεια οι μεγαλύτεροι κόμβοι να αναπτύσσονται πιο γρήγορα από τους μικρούς και να μετατρέπονται σε κεντρικούς κόμβους (hubs). Δεύτερον, το δίκτυο παραμένει σταθερό σε μεγάλο βαθμό έστω κι αν αφαιρεθεί μεγάλο ποσοστό των κόμβων του, αλλά με τίμημα την κατάρρευσή του, εάν αφαιρεθεί κάποιος από τους λίγους κεντρικούς κόμβους. Επίσης, η δομή των δικτύων είναι απαλλαγμένη από την έννοια του φυσικού χώρου. Παρατηρείται το φαινόμενο του «μικρού κόσμου» (small world) όπως αναλύσαμε στο πρώτο κεφάλαιο κατά το οποίο κάθε στοιχείο του δικτύου βρίσκεται το πολύ ως έξι βαθμούς απόσταση (six degrees of separation) από κάθε άλλο. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι η απόσταση μεταξύ των κόμβων ενός δικτύου είναι συνάρτηση, όχι του αριθμού των κόμβων του, αλλά του λογαρίθμου του αριθμού των κόμβων του, που πρακτικά μεταφράζεται σε ένα σχετικό μικρό αριθμό. Το σημαντικό συμπέρασμα που προκύπτει για την κοινωνική επιστήμη είναι ότι, όσο μεγάλη κι αν είναι η φυσική απόσταση δύο στοιχείων ενός δικτύου, π.χ. δύο ανθρώπων, αυτό που μετράει για τα μέλη ενός δικτύου, είναι ότι η κοινωνική απόστασή τους είναι πολύ μικρή. Επομένως, είναι μικρός ο αριθμός των ατόμων μέσω των οποίων μπορεί να βρεθεί μια σύνδεση για αυτούς τους δύο.

Τα πιο πάνω χαρακτηριστικά της δομής των δικτύων εισάγονται στην κοινωνιολογική ανάλυση όταν εκλαμβάνει την κοινωνική δομή ως οργάνωση δικτύων. Κοινωνιολογικά, το δίκτυο ορίζεται ως σύνολο δεσμών που συνδέουν τα μέλη ενός κοινωνικού συστήματος δια μέσου των κοινωνικών κατηγοριών και ομάδων. Επομένως, η μονάδα ανάλυσης στο επιστημονικό παράδειγμα των δικτύων είναι η *σχέση* και όχι το *άτομο* (Wellman 1983 : 155-200). Επίσης, οι κόμβοι, ή αλλιώς τα στοιχεία του δικτύου, μπορεί να είναι άτομα, ομάδες ατόμων, οργανισμοί ακόμη και έθνη. Η ιδιαιτερότητα της μελέτης των σχέσεων, έναντι της μελέτης των ιδιοτήτων των ατόμων ή των μονάδων ενός συστήματος στη βάση της κοινωνικής θέσης τους ή άλλων χαρακτηριστικών τους, είναι ότι φέρνει στην επιφάνεια μια κοινή δυαδική αξία που διαρκεί τόσο όσο αμφοτέρωτα τα μέρη της επιλέγουν να τη διατηρούν. Πολλές σχέσεις, οι οποίες δημιουργούνται μέσα στα δίκτυα, διαφοροποιούνται σε βάθος χρόνου, γεγονός που επιτρέπει να μελετηθούν πιο λεπτές

διεργασίες στα κοινωνικά συστήματα, από αυτές που μας επιτρέπει να αντιληφθούμε η μελέτη δημογραφικών χαρακτηριστικών και ιδιοτήτων των μελών των κοινωνικών συστημάτων, όπως για παράδειγμα η κοινωνική, η επαγγελματική, η γεωγραφική θέση κ.α. (Knocke & Yang 2008 : 5).

Μια άλλη άποψη που συσχετίζει την έννοια των ΜΚΔ με τον τρόπο οργάνωσης της σημερινής κοινωνίας, διατυπώνεται από τον Manuel Castells (1996/2010 : 441-502) ο οποίος αναδεικνύει έναν νέο τρόπο κοινωνικής οργάνωσης, αυτόν της κοινωνίας των δικτύων. Στην κοινωνία των δικτύων διαμορφώνεται η «ελεύθερη κλίμακος» οργανωτική δομή σε συνδυασμό με το φαινόμενο του «μικρού κόσμου», με όλα τα παρεπόμενα που αναλύθηκαν παραπάνω. Όπως υποστηρίζει ο Castells, τα δίκτυα σαν ανοικτές και δυναμικές δομές, μπορούν να εξαπλωθούν χωρίς όρια και να επιδέχονται της καινοτομίας χωρίς να θέτουν σε κίνδυνο την ισορροπία τους. Η μόνη προϋπόθεση που τίθεται είναι πως οι κόμβοι πρέπει να μοιράζονται τον ίδιο επικοινωνιακό κώδικα. Και συνεχίζει υποστηρίζοντας ότι στην κοινωνία των δικτύων η μορφολογία του δικτύου επιτρέπει την αναδιοργάνωση των σχέσεων εξουσίας, καθιστώντας τους κεντρικούς κόμβους (hubs) που ελέγχουν την μετάβαση από το ένα δίκτυο στο άλλο, ως τους διαμορφωτές της μορφολογίας της κατανομής των πόρων του συστήματος και συνεπώς τους φορείς της ισχύος και της εξουσίας (Castells, 1996/2010 : 502).

Όσο για το φαινόμενο του «μικρού κόσμου», μπορούμε και αυτό να το σκιαγραφήσουμε στο κοινωνικό επίπεδο με βάση τις προτάσεις του Castells. Στην κοινωνία που απαρτίζεται από δίκτυα η κοινωνική δομή στηρίζεται σε συνεχείς ροές, όπως κεφαλαίου, πληροφοριών, τεχνολογίας, διάδρασης, εικόνων, ήχων, συμβόλων κ.ο.κ. Οι ροές δεν είναι μόνο το οργανωτικό στοιχείο, αλλά και η έκφραση των διαδικασιών κυριαρχίας στην οικονομική και πολιτική ζωή και στον συμβολισμό τους. Αντίστοιχα και ο χώρος, ο οποίος στην κοινωνική θεωρία νοείται ως το υλικό υπόβαθρο της κοινωνικής δράσης, στην κοινωνία των δικτύων μετασχηματίζεται σε χώρο των *ροών* ως το υλικό πλαίσιο της ταυτόχρονης κοινωνικής δράσης που διαδραματίζεται σε ροές. Ωστόσο, η πολλαπλή στον ίδιο χρόνο παρουσία και δράση που επιτρέπουν τα δίκτυα, συρρικνώνει την κοινωνική απόσταση μεταξύ των ανθρώπων

νοούμενων ως κόμβων σε δίκτυα, καθιστά όμως, ταυτόχρονα, τη σύνδεσή τους εφήμερη (Castells, 1996/2010 : 497).

Η νέα κοινωνική δομή προέκυψε από τη συνένωση τριών ανεξάρτητων διαδικασιών. Αρχικά, την ανάγκη της οικονομίας για ευελιξία στη διοίκηση και για παγκοσμιοποίηση του κεφαλαίου της παραγωγής και του εμπορίου. Δεύτερον, τις απαιτήσεις της κοινωνίας στη βάση αξιών για ανοιχτή επικοινωνία και ατομική ελευθερία. Και τρίτον, την πρόοδο στον τομέα των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών που συνέβησαν με την επανάσταση της μικρο-ηλεκτρονικής. Κάτω από αυτές τις συνθήκες το διαδίκτυο, ως η σύνοψη της έννοιας των δικτύων της εποχής μας, κατέστη το όχημα για τη μετάβαση στη νέα δομή, την δικτυωμένη κοινωνία. Το σημαντικό στοιχείο που προκύπτει, είναι ότι η εισαγωγή και χρήση των ΜΚΔ στην καθημερινή ζωή μας, επέφερε αλλαγές στην κοινωνική δομή, σε συνδυασμό με τις πρακτικές και τους θεσμούς που δημιουργήθηκαν σε κοινωνικό επίπεδο. Θα πρέπει, όμως, να επισημάνουμε ότι το διαδίκτυο ενσωματώνει τόσο το *τεχνολογικό εργαλείο* όσο και την οργανωτική μορφή που κατανέμει τη δύναμη των πληροφοριών, την παραγωγή των γνώσεων και την ικανότητα δικτύωσης σε όλα τα πεδία δραστηριότητας. Εξάλλου, παρέχει τη δυνατότητα συνάρθρωσης των κεντρικών κόμβων σε ένα δυναμικό σύστημα και ταυτόχρονα απομακρύνει εκείνα τα τμήματα των κοινωνιών, τα οποία έχουν μικρή δυνατότητα δημιουργίας αξίας (Castells 2005 : 274-306).

4.3 Η μεσολάβηση της κοινωνικότητας από τα τεχνολογικά μέσα επικοινωνίας

Το διαδίκτυο ως προς την λειτουργία του εμφανίζει πολλές ομοιότητες με άλλα τεχνολογικά μέσα όπως, λόγου χάρη, το κινητό τηλέφωνο. Κοινό χαρακτηριστικό τους είναι η αμφίδρομη επικοινωνία και η διάδραση μεταξύ ανθρώπων που η φυσική παρουσία τους δεν συμπίπτει στο χώρο. Αυτό έχει ως συνέπεια, όπως παρατηρεί ο Meyrowitz (2004), τη δημιουργία εικόνων στο μυαλό από άλλα μέρη, πόλεις, χώρες, επαγγέλματα, τρόπους ζωής, οι οποίες συντελούν στη διαμόρφωση της αντίληψής μας για το φανταστικό «αλλού» σε σύγκριση με το οποίο αντιλαμβανόμαστε το «εδώ». Το σημαντικό σε αυτή τη

διαδικασία είναι ότι, άσχετα με τον σκοπό λειτουργίας τους, τα Μέσα λειτουργούν και ως παγκόσμια νοητικά συστήματα εντοπισμού. Κι εδώ αναφερόμαστε στο δεύτερο σημείο προβληματισμού από τη σκέψη του McLuhan (1964/2001), όπως αναφέραμε στην εισαγωγή του κεφαλαίου, ότι η επίδραση της τεχνολογίας στον άνθρωπο συνίσταται στη διαφοροποίηση των αντιληπτικών μας σχημάτων. Ή αλλιώς, ότι ο βαθύτερος τεχνολογικός μετασχηματισμός που λαμβάνει χώρα, αφορά στις κατηγορίες με τις οποίες σκεφτόμαστε όλες τις διαδικασίες (Castells, 1996/2010 : 73).

Όπως υποστηρίζει η Livingstone (2009 : 1-18), το φαινόμενο της μεσολάβησης της επικοινωνίας από την τεχνολογία, εξαπλώνεται τόσο στη σύγχρονη κοινωνία, ώστε κανείς κοινωνικός θεσμός να μη μένει ανεπηρέαστος. Ένα μέρος της εξουσίας οποιουδήποτε θεσμού μεταφέρεται από τον ίδιο στα Μέσα που διαμεσολαβούν την επικοινωνία του με το κοινό. Έτσι, ο λόγος που μας ενδιαφέρει επιστημονικά το φαινόμενο είναι όχι τόσο για τα ίδια τα Μέσα, αλλά επειδή μας επιτρέπει να ανακαλύψουμε τις σχέσεις των ατόμων μεταξύ τους και ιδιαίτερα των ατόμων με την κοινωνία διαμέσου των ΜΚΔ. Η Livingstone συνεχίζοντας υποστηρίζει ότι η έννοια της μεσολάβησης της έννοιας της επικοινωνίας, επειδή κατευθύνει την ανάλυση από τα τεχνολογικά μέσα και τις πρακτικές της χρήσης τους στις κοινωνικές και οργανωτικές μεθόδους θεσμοποίησης της επικοινωνίας και των μέσων.

Ωστόσο, στο σημείο αυτό είναι χρήσιμο να οριοθετήσουμε την έννοια της μεσολάβησης. Ο Silverstone (2002 : 761-780), την όρισε ως το φαινόμενο της επικοινωνίας και της κατασκευής νοημάτων που γίνεται εφικτό μέσω της τεχνολογίας. Την αντιλαμβάνεται ως διαλεκτική διαδικασία, κατά την οποία τα ΜΜΕ, όπως ο τύπος, η τηλεόραση ή το διαδίκτυο, συμβάλλουν στη γενική κυκλοφορία των συμβόλων της κοινωνικής ζωής. Είναι διαλεκτική διότι, οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα επίδρασης των Μέσων έστω και αν οι εκπρόσωποι των Μέσων έχουν το προνόμιο της διαμόρφωσης των συμβόλων σε μεγαλύτερο βαθμό. Το σημαντικό είναι ότι πρόκειται για διαδικασία τεχνολογική και κοινωνική ταυτόχρονα (Silverstone 2002 : 777) και (Lienrouw 2009 : 303-325), που έχει επιπτώσεις στον τρόπο που ο κόσμος εμφανίζεται και γίνεται αντιληπτός από τους χρήστες. Ουσιαστικά, για τον Silverstone η σύνδεση που προσφέρουν τα νέα Μέσα μεταξύ των χρηστών

τους αποτελεί ψευδαίσθηση. Το υποστηρίζει αυτό, επειδή η φύση της αναπαράστασης του άλλου και της σχέσης μας με αυτόν μέσω της τεχνολογίας, είναι εκ προοιμίου περιορισμένη. Το μέσο μας συνδέει, αλλά και μας αποσυνδέει, μας ενώνει και μας χωρίζει. Άρα, στην πραγματικότητα, προωθεί ένα είδος κοινωνικότητας που δεν μπορεί να θεωρηθεί δεδομένη, αλλά ισχύει εάν και εφόσον επιβεβαιώνεται. Υπάρχουν πάντως και αντίθετες απόψεις, όπως αυτή του Meyrowitz (2004), ο οποίος την αποκαλεί «διαμεσολαβημένη προοπτική αντίληψης». Σύμφωνα με τη θεωρία αυτή, τα προσωπικά ζητήματα επαναπροσδιορίζονται και συνδέονται με ευρύτερα κοινωνικά θέματα ως εκφάνσεις ευρύτερων παγκόσμιων κοινωνικών κατηγοριών. Ουσιαστικά για τον Meyrowitz, η παγκοσμιοποίηση παίζει τον πρωταρχικό ρόλο και οδηγεί τις εξελίξεις στην κοινωνική ζωή μας.

Το είδος κουλτούρας που αναδύεται στη δικτυωμένη κοινωνία είναι, κατά τον Castells (2005 : 214-238), η «κουλτούρα της πραγματικής εικονικότητας». Εικονικότητας γιατί διεξάγεται μέσω υπολογιστών και εικονικών διαδικασιών επικοινωνίας. Πραγματικής γιατί αφορά την πραγματική και όχι κάποια φανταστική υλική βάση της ζωής μας, όπως τον τρόπο που οικοδομούμε τα συστήματα αναπαράστασης, που ασκούμε την εργασία μας, που συνδεόμαστε με τους άλλους ανθρώπους, που διαμορφώνουμε τις απόψεις μας. Πρόκειται για ένα σύστημα επικοινωνίας, στο οποίο η υλική και συμβολική πραγματικότητα των ανθρώπων βασίζεται σε ένα εικονικό πλαίσιο, όπου όλων των ειδών τα περιεχόμενα και όλα τα Μέσα ενσωματώνονται σε ένα τόσο ευρύ, περιεκτικό, ευέλικτο και διευρυμένο μέσο, που μπορεί να μεταδίδει όλη την ανθρώπινη εμπειρία. Σε αυτό το σημείο, μπορούμε να πούμε ότι η αντίληψη της πραγματικής εικονικότητας συμβαδίζει με τη σύμμιξη πολιτισμού και υπολογιστών του Manovich, που αναφέραμε στην εισαγωγή του δεύτερου κεφαλαίου. Στη πραγματικότητα, μεγάλο μέρος της καθημερινής ζωής, που περιλαμβάνει την εργασία, την αναψυχή, τις προσωπικές σχέσεις, συντελείται στο διαδίκτυο. Επομένως σε μεγάλο βαθμό η ανθρώπινη δραστηριότητα αποτελεί υβρίδιο της επιγραμμικής (online) και της άμεσης διαπροσωπικής διάδρασης. Η θεωρία αυτή, που περιγράφει ένα πρότυπο κοινωνικότητας, διατυπώθηκε από τον Castells και την ονόμασε «δικτυωμένη ατομοκρατία» (networked individualism).

Στη σημερινή εποχή, οι διαπροσωπικές σχέσεις που αναπτύσσονται στο διαδίκτυο, αποτελούν τη συνέχεια ενός μετασχηματισμού της φύσης των προσωπικών κοινωνικών δικτύων, που ήταν γνωστή πριν την εμφάνιση του διαδικτύου. Στο πλαίσιο αυτό, οι κοινωνικές σχέσεις δεν παύουν να υφίστανται, ούτε οι άνθρωποι απομονώνονται. Αντίθετα, μετασχηματίζεται ο χαρακτήρας των κοινωνικών και διαπροσωπικών σχέσεων καθιστώντας τις περισσότερο διεσπαρμένες στον χώρο, πιο χαλαρές, με λιγότερες απαιτήσεις για δέσμευση, μεταβατικές και κοινωνικά διαφοροποιημένες (Boase & Wellman 2006 : 709-726). Αυτή η εξέλιξη οδηγεί στην αναθεώρηση της κοινωνικής θεωρίας σχετικά με τον ορισμό και το νόημα των κοινωνικών σχέσεων. Το πρότυπο της κοινωνικότητας που βασιζόταν στην φυσική παρουσία και στην πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνία, παύει να είναι πλέον το μοναδικό ή έστω το κυρίαρχο παράδειγμα. Το πρότυπο της κοινωνικότητας, που ορίζεται από την μοναχικότητα της φυσικής παρουσίας με ταυτόχρονη επικοινωνία με πολλούς άλλους απομακρυσμένους στο χώρο ανθρώπους ταυτόχρονα και σε πραγματικό χρόνο, κερδίζει όλο και περισσότερο έδαφος στην καθημερινή πρακτική των ανθρώπων. Για το λόγο αυτό, αρκετοί επιστήμονες στρέφονται και μελετούν αυτήν την αλλαγή στον τρόπο που επικοινωνούν πλέον οι άνθρωποι, αποδεχόμενοι ότι η φυσική επαφή ορίζει ένα μόνο από τα διαφορετικά πρότυπα κοινωνικότητας, στα οποία εντάσσεται η διαμεσολαβημένη επικοινωνία, χωρίς η τελευταία να εκλαμβάνεται ως δευτερεύουσα ή υποδεέστερη μορφή (Zhao 2006 : 458-474).

4.4 Κοινότητες και κοινωνικές σχέσεις

Μελετώντας τις κοινωνικές σχέσεις μέσω του Διαδικτύου συναντούμε συχνές αναφορές στην έννοια της *κοινότητας*. Η κοινωνιολογική έννοια της κοινότητας δόθηκε από τον Tonnies (2002), ο οποίος διαχώρισε τη συμμετοχή και την ένταξη των ανθρώπων σε κοινωνικούς σχηματισμούς, με βάση τη φυσική κλίση και το ενδιαφέρον τους, από τη συμμετοχή και τη δράση των ανθρώπων σε κοινωνικούς σχηματισμούς διαμορφωμένους στη βάση της λογικής και της επιδίωξης συγκεκριμένων ευρύτερων στόχων, που όρισε ως *κοινωνία*. Στην ιστορική πορεία της ανθρώπινης κοινωνίας παρατηρείται κατά

τον ίδιο συρρίκνωση της κοινωνικής ζωής σε κοινότητες και εξάπλωση της κοινωνικής ζωής σε κοινωνίες. Η εξάπλωση της χρήσης των ΜΚΔ, ώθησε ξανά την επιστημονική αναζήτηση προς την έννοια της κοινότητας. Ορισμένοι επιστήμονες υποστήριξαν ότι η *επιγραμμική* κοινωνική δικτύωση προσφέρει ένα νέο υπόβαθρο υποστήριξης των κοινωνικών σχέσεων στη βάση της φυσικής κλίσης και των ενδιαφερόντων, δηλαδή του τύπου της κοινότητας.

Όπως υποστηρίζει η E. Siapera (2012 : 191-208), υπάρχει μια επιστημονική διαμάχη σχετικά με την έννοια της κοινότητας στη σύγχρονη εποχή. Ένα κεντρικό θέμα στη διαμάχη αυτή αφορά στο κατά πόσο η συνοχή και η αίσθηση ταυτότητας που προσέφεραν οι κοινότητες στο παρελθόν στη χωρική βάση της, υπάρχει και στην εποχή του διαδικτύου, με τη μορφή δυνητικών εικονικών κοινοτήτων (*virtual communities*) που σχηματίζονται θεμελιωμένες σε κοινά ενδιαφέροντα. Έτσι, υπάρχουν θεωρητικοί που απαντούν αρνητικά, υποστηρίζοντας ότι βαδίζουμε σε μια εποχή στην οποία οι άνθρωποι απομονώνονται σε κοινωνικό και φυσικό επίπεδο, αφιερώνοντας τον χρόνο που, παλιότερα, αφιέρωναν στις διαπροσωπικές σχέσεις, σε μοναχικές «περιηγήσεις» μέσω του υπολογιστή τους και σε μια επίφαση κοινωνικότητας μέσω της οθόνης του. Από την άλλη πλευρά, υπάρχουν θεωρητικοί που βλέπουν αισιόδοξα τις εξελίξεις ως συμπληρωματικές της παραδοσιακής κοινότητας και των σχέσεων που μεταβάλλονται αλλά και εξελίσσουν την κοινωνικότητα. Όπως υποστηρίζει η ίδια, *«η διαμάχη σχετικά με τις εικονικές κοινότητες αποκαλύπτει, περισσότερο από κάθε τι άλλο, ότι τα αντιληπτικά σχήματα και οι έννοιες που διαθέτουμε για το θέμα είναι ακατάλληλες, για να περιγράψουν τις σχέσεις που αναδύονται από τα νέα μέσα»* (2012 : 197). Στο επόμενο κεφάλαιο αναλύουμε εκτενέστερα τα θετικά και τα αρνητικά στοιχεία που προκύπτουν από την χρήση των ΜΚΔ. Ένας άλλος θεωρητικός, ο Jankowski (2002 : 55-84) σε μια επισκόπηση του θέματος κοινότητες και τεχνολογικά μέσα, υποστηρίζει ότι *«καθώς απαντώνται περισσότερο από 94 επιστημονικοί ορισμοί για την έννοια της κοινότητας, η επιστημονική χρησιμότητα της είναι εύλογα αμφισβητήσιμη»*. Ο ίδιος αναφέρει ότι η έννοια της κοινότητας αποτελεί μια από τις πιο ασαφείς και αόριστες έννοιες στην Κοινωνιολογία και συνάμα μια έννοια έντονα φορτισμένη από το συλλογικό φαντασιακό. Έτσι, η θεωρία των κοινωνικών δικτύων και των

κοινωνικών δεσμών προτείνεται ως ένας από τους πιθανούς τρόπους να ξεπεραστεί το πρόβλημα περί την ασάφεια της έννοιας της κοινότητας, επικεντρώνοντας και εξετάζοντας το κεντρικό δομικό στοιχείο οποιασδήποτε μορφής κοινότητας, δηλαδή τις κοινωνικές σχέσεις και τους κοινωνικούς δεσμούς μεταξύ των υποκειμένων που τις αποτελούν, και, συγκεκριμένα τα είδη και την ένταση των δεσμών αυτών.

Ένας σύγχρονος ορισμός της έννοιας της κοινότητας, προσαρμοσμένο στα σημερινά δεδομένα, δίνεται από τον Wellman (2001 : 227-252), ο οποίος ορίζει τις κοινότητες ως δίκτυα διαπροσωπικών δεσμών, που παρέχουν κοινωνικότητα, στήριξη, πληροφόρηση, αίσθηση του ανήκειν και κοινωνική ταυτότητα. Ωστόσο, αντί ο καθένας να προσπαθεί να προσαρμοσθεί στις κοινότητες που υπάρχουν γύρω του, ανάλογα με τους φυσικούς και γεωγραφικούς του περιορισμούς, σήμερα έχει τη δυνατότητα να δημιουργήσει τη δική του προσωπική κοινότητα (personal community). Όπως παρατηρεί ο Meyrowitz (2004) αντιλαμβανόμαστε πλέον τον φυσικό τόπο, όπου βρισκόμαστε, όχι ως την κοινότητα που ανήκουμε, αλλά ως μία από τις πολλές πιθανές κοινότητες που μπορούμε να ανήκουμε.

Αφού λοιπόν αντιλαμβανόμαστε πλέον την «κοινότητα» ως δίκτυα κοινωνικών σχέσεων, μπορούμε να μεταφέρουμε την εστίαση της ανάλυσης των κοινωνικών σχέσεων στα κοινωνικά δίκτυα και στους συγκεκριμένους τρόπους μελέτης τους μέσω της έννοιας του κοινωνικού κεφαλαίου. Τα δίκτυα διαμορφώνονται ώστε να εξαπλώσουν και να διαδώσουν τις ιδέες, τη γνώση και την επιρροή (Barabasi 2010 : 12). Στο ίδιο μήκος κύματος ο Castells (2001 : 31) υποστηρίζει ότι *«κεντρικές οικονομικές, κοινωνικές, πολιτικές και πολιτιστικές δραστηριότητες σε όλο τον πλανήτη διαρθρώνονται από το Διαδίκτυο και γύρω από αυτό, καθώς και από άλλα δίκτυα μέσω ηλεκτρονικών υπολογιστών. Στην πραγματικότητα, ο αποκλεισμός από αυτά τα δίκτυα είναι μία από τις ζημιόγρονες μορφές αποκλεισμού στην οικονομία μας και στον πολιτισμό μας»*, εφόσον, *«η παραγωγή γνώσεων και η επεξεργασία των πληροφοριών είναι οι πηγές της αξίας και της δύναμης στην Εποχή της Πληροφορίας»*. Οι απόψεις αυτές προσδιορίζουν το τρίτο σημείο εκκίνησης, που αναφέραμε στην εισαγωγή του κεφαλαίου, από τη σκέψη του McLuhan ότι όλα τα είδη πλούτου δημιουργούνται από τη μετάδοση της πληροφορίας.

Σήμερα, σε κοινωνικό επίπεδο, η δυνατότητα να λαμβάνουμε αυτές τις πληροφορίες καθορίζεται από την άποψη του κοινωνικού κεφαλαίου (social capital) που διαθέτουμε.

Καταλήγοντας, ως κοινωνικό κεφάλαιο οι Wellman, Quan-Haase & et al., (2006 : 436-455) συνοψίζουν δύο αντιλήψεις: την κοινωνική επαφή, όποια μορφή κι αν λαμβάνει (π.χ. επισκέψεις, συναντήσεις, τηλεφωνήματα, κοινωνικά γεγονότα κ.ά.) και την ενεργή ή παθητική συμμετοχή στα κοινά (π.χ. πολιτική, πολιτιστική, κοινωνική δράση κ.ά.). Με άλλα λόγια, η έννοια του κοινωνικού κεφαλαίου αναφέρεται στους ανθρώπους που γνωρίζουμε, στις σχέσεις που διατηρούμε με αυτούς και στα οφέλη που αποκομίζουμε από αυτές τις σχέσεις (Siarera 2012 : 197). Δύο είναι οι βασικές μορφές κοινωνικού κεφαλαίου που διακρίνονται στη βιβλιογραφία με κριτήριο τη διαφοροποίηση των μορφών των κοινωνικών σχέσεων και της ποιότητας των ωφελειών που αυτές συνεπάγονται. Από τη μια, το κοινωνικό κεφάλαιο δέσμευσης (bonding), το οποίο περικλείει στενές προσωπικές σχέσεις (όπως οι οικογενειακές και οι στενές φιλικές), που δύνανται να παρέχουν στους ανθρώπους τόσο ισχυρούς συναισθηματικούς δεσμούς, όσο στήριξη και αμοιβαιότητα. Ευνοούν ωστόσο σχέσεις που τείνουν να είναι αποκλειστικές και απομονωτικές με περιορισμένο εύρος επιλογών. Αφετέρου, το κοινωνικό κεφάλαιο γεφύρωσης (bridging), αντιπροσωπεύει κοινωνικές σχέσεις με χαλαρούς, διαπραγματεύσιμους δεσμούς, ικανούς να γεφυρώσουν ανθρώπους από διαφορετικά κοινωνικά περιβάλλοντα, προσφέροντας εναλλακτικές αντιλήψεις και ευκαιρίες πληροφόρησης και δράσης. Φαίνονται όμως ότι υστερούν σε συναισθηματική δύναμη και βάθος (Williams, 2006 : 593-628).

Συμπερασματικά θα μπορούσαμε να πούμε ότι σήμερα το διαδίκτυο χρησιμοποιείται σε συντριπτικό βαθμό ως εργαλείο και οι χρήσεις του συνδέονται στενά με την εργασία, την οικογένεια, και την καθημερινή ζωή των χρηστών. Όπως άλλωστε υποστηρίζει και ο M. Castells (2005 : 150-151), το Διαδίκτυο αποτελεί προέκταση της καθημερινής ζωής, έτσι όπως είναι αυτή σε όλες της τις διαστάσεις και με όλες της τις ιδιότητες. Η πρωτοπόρος των μελετών για την οικοδόμηση της ταυτότητας στο Διαδίκτυο S. Turkle (1995 : 267), υποστηρίζει ότι οι άνθρωποι που ζουν παράλληλες ζωές στην οθόνη

εξακολουθούν να είναι δεμένοι με τις επιθυμίες, τον πόνο και την θνητότητα των πραγματικών εαυτών τους. Οι εικονικές κοινότητες προσφέρουν ένα δραματικό νέο πλαίσιο στοχασμού σχετικά με την ανθρώπινη ταυτότητα στην εποχή του Διαδικτύου. Το γεγονός ότι τα άτομα υποδύονται ρόλους αποτελεί εντυπωσιακή κοινωνική εμπειρία που σήμερα όμως δεν αντιπροσωπεύει σημαντικό μερίδιο της κοινωνικής διάδρασης στο Διαδίκτυο.

Βιβλιογραφικές αναφορές

- McLuhan M. 1964. *Understanding Media*. Εκδόσεις Πολιτεία, σελ. 18
- Μπαρμποπούλου Μ. 2012. *Νέα Μέσα και Κοινωνικά Δίκτυα. Οι Ιστοσελίδες Κοινωνικής Δικτύωσης ως Κοινωνικά Μέσα: Οι αντιλήψεις των χρηστών των ιστοτόπων κοινωνικής δικτύωσης για το κοινωνικό τους κεφάλαιο*. Διδακτορική διατριβή, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, σελ. 125-147
- Hjarvard S. 2008. The Mediatization of Society. *Nordicom Review* 29:2, σελ. 105-134
- McLuhan M. 1964/2001. *Understanding Media*. London and New York: Routledge, Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: http://robynbacken.com/text/nw_research.pdf. Τελευταία προσπέλαση 5/10/2017
- McLuchan M. 1969. The playboy interview: Marshall McLuhan. *Playboy*, March 1969, σελ. 53-74.
- Manovich L. 2005. *Understanding Meta-Media. 1000 Days of theory*. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: www.ctheory.net/articles.aspx?id=493. Τελευταία προσπέλαση 5/10/2017
- van Dijk J. 2006. *The Network Society* (2η έκδ.). London: Sag, σελ. 9
- van Dijk J. 2006. *The Network Society* (2η έκδ.). London: Sag, σελ. 30
- Barabasi A. L. 2010. Introduction and Keynote to A Networked Self. Στο Z.Papacharissi (επιμ.) *A Networked Self. Identity, Community, and Culture on Social Network Sites* 1-14. New York and London: Routledge, σελ. 12-14
- Wellman, B. 1983. *Network Analysis: Some Basic Principles*. *Sociological Theory* 1, σελ. 155-200
- Knoke, D. & Yang, S. 2008. *Social Network Analysis* (2η έκδ.). Los Angeles, London, New Delhi, Singapore: Sage, σ. 5
- Castells, M. 1996/2010. *The information age. Economy, Society and Culture*. (τ.1 The rise of the network society) (2η έκδ.). Oxford: Wiley-Blackwell, σελ. 73, σελ. 441-502
- Castells, M. 2005. Ο γαλαξίας του Διαδικτύου. Στοχασμοί για το Διαδίκτυο, τις επιχειρήσεις και την κοινωνία (μετάφραση Ε. Αστερίου). Αθήνα: Καστανιώτης [The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business

and Society. Oxford: Oxford University Press, 2001], σελ. 214-238 και σελ. 274-306

Meyrowitz J. (2004). The Rise of Glocality. New Senses of Place and Identity in the Global Village. The Global and the Local in Mobil Communication. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: http://www.hunfi.hu/mobil/Passagen_engl4_Meyrowitz.pdf. Τελευταία προσπέλαση 5/10/2017

Livingstone S. 2009. On the Mediation of Everything. Journal of Communication 59:1, σελ. 1-18

Silverstone R. 2002. Complicity and Collusion in the Mediation of Everyday Life. New Literary History 33:4, σελ. 761-780

Lievrouw L. 2009, New Media, Mediation, and Communication Study. Information, Communication & Society 12: 3, σελ. 303-325

Boase J., Wellman B. 2006. Personal Relationships: On and Off the Internet. Στο A.L. Vangelisti & D. Perlman (επιμ.) The Cambridge Handbook of Personal Relationships. Oxford: Blackwell, σελ. 709 – 726

Zhao S. 2006. The internet and the Transformation of the Reality of Everyday Life: Toward a New Analytic Stance in Sociology. Sociological Inquiry 76:4, σελ. 458-474

Tonnies F. (2002). Community and society. New York: Dover Publications, Inc. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: http://www.langtoninfo.com/web_content/9780521561198_frontmatter.pdf. Τελευταία προσπέλαση 5/10/2017

Siapera E. 2012. Understanding New Media. London: Sage Publications Ltd, σελ. 191-208

Jankowski N. 2002. Creating Community with Media: History, Theories and Scientific Investigations. Στο L. Lievrouw & S. Livingstone (επιμ.) The Handbook of New Media. London: Thousand Oaks [Calif.]: Sage, σελ. 55-74

Wellman B. 2001. Physical Place and Cyberplace: The Rise of Personalized Networking. International Journal of Urban and Regional Research 25:2, σ. 227-252

Wellman B., Quan-Haase A., Witte J., Hampton K. 2001. Does the Internet, Decrease, or Supplement Social Capital?: Social Networks, Participation, and Community Commitment. American Behavioral Scientist 45: σελ. 436-455

Williams D. 2006. On and Off the Net: Scales for Social Capital in an Online Era. *Journal of Computer Mediated Communication* 11: σελ. 593-628

Castells M. 2005. Ο γαλαξίας του Διαδικτύου. Στοχασμοί για το Διαδίκτυο, τις επιχειρήσεις και την κοινωνία (μετάφραση Ε. Αστερίου). Αθήνα: Καστανιώτης [The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business and Society. Oxford: Oxford University Press, 2001], σελ.150-151

Turkle S., 1995. Life on the screen: Identity in the age of Internet. Νέα Υόρκη: Simon & Schuster , σελ.267

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Ο επικοινωνιακός ρόλος του Διαδικτύου και των ΜΚΔ

*“Ο τρόπος που επικοινωνούμε
με τους άλλους και με τον εαυτό μας,
είναι καθοριστικός για την ποιότητα
της ζωής μας”.*
Anthony Robbins (1986 : 68)

5ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: Ο ρόλος του διαδικτύου και των ΜΚΔ στην επικοινωνία

5.1 Εισαγωγή

Ανέκαθεν ο άνθρωπος είχε την ανάγκη να επικοινωνεί όντας κοινωνικό όν. Οι Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνίας (ΤΠΕ) του προσφέρουν αυτήν τη δυνατότητα μέσα από τη διαμόρφωση ενός ευρύτερου κοινωνικού κύκλου αξιοποιώντας τα ΜΚΔ. Προκειμένου να διερευνήσουμε διεξοδικότερα το ρόλο των ΜΚΔ στην ανθρώπινη επικοινωνία, θα πρέπει να επισημάνουμε τέσσερα βασικά στοιχεία:

- 1ο. Η ανάπτυξή τους ξεκίνησε από τους ίδιους τους χρήστες, δηλαδή, τις κοινότητες ανθρώπων με κοινά ενδιαφέροντα.
- 2ο. Δεν είναι μια νέα εφεύρεση, αλλά μια *μετεξέλιξη* των παραδοσιακών κοινωνικών δικτύων.
- 3ο. Επιτρέπει στους χρήστες να δημιουργούν οι ίδιοι *περιεχόμενο* στο διαδίκτυο και να το μοιράζονται με άλλους χρήστες, χωρίς να έχουν εξειδικευμένες γνώσεις πληροφορικής.
- 4ο. Τα ΜΚΔ επιτρέπουν στο χρήστη να δημιουργήσει και να επικαιροποιεί την προσωπική ιστοσελίδα του, blog ή ημερολόγιο χωρίς κανένα κόστος.

Στα ΜΚΔ έχουν όλοι πρόσβαση, γι' αυτό το λόγο ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο έχει και η έννοια της ισότητας, στις σημαντικότερες διαστάσεις της: κοινωνική, οικονομική, πολιτική, πολιτισμική και τεχνολογική. Ασφαλώς, υπάρχουν διάφορες ομάδες του πληθυσμού που επιθυμούν να ανατρέψουν τα επακόλουθα αυτής της βασικής έννοιας, κυρίως για οικονομικό, αλλά και για πολιτικό όφελος. Στο κεφάλαιο αυτό, διερευνούμε το ρόλο που έχουν τα ΜΚΔ στην επικοινωνία και στο πώς αυτή έχει διαφοροποιηθεί μέσα από τη χρήση τους. Η χρήση των ΜΚΔ στην καθημερινή ζωή μας, ιδιωτική και επαγγελματική, συνιστά πλέον ένα κοινωνικό φαινόμενο και ως τέτοιο αναζητάμε τα θετικά και τα αρνητικά στοιχεία της εξέλιξης του.

5.2 Η ιδέα πίσω από τα ΜΚΔ

Σύμφωνα με τον καθηγητή Safran (2010), η βασική ιδέα της κοινωνικής δικτύωσης απαρτίζεται από τρεις παραμέτρους: την επικοινωνία, τη συνεργασία και το διαμοιρασμό. Σε θεωρητικό πλαίσιο πολλές διαδικτυακές εφαρμογές εν τίνι μέτρω ανταποκρίνονται σε αυτές τις παραμέτρους, ωστόσο κάθε μια από αυτές συνδέεται άμεσα με τα ΜΚΔ. Αναλυτικά:

1. Η επικοινωνία, αποτελεί μια ζωτικής σημασίας παράμετρο στο πλαίσιο της επικοινωνίας με διαμεσολάβηση του υπολογιστή, όπως αναλύσαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο, που συνήθως υποκαθιστά τη φυσική επικοινωνία. Υπάρχουν τριών ειδών ΜΚΔ που αναφέρονται στην επικοινωνία και είναι: α) οι χώροι συζητήσεων, β) τα μικροϊστολόγια και γ) οι εφαρμογές διαμοίρασης των ΜΚΔ.

- *Χώροι συζητήσεων (chatrooms)*: Αποτελούν τον πρόδρομο των σύγχρονων ΜΚΔ. Πρόκειται για μια *ασύγχρονη* και διαδραστική μορφή επικοινωνίας, στηριζόμενη σε προσωπικές αναρτήσεις ή απαντήσεις γύρω από ένα θέμα που έχει τεθεί προς συζήτηση. Οι χώροι αυτοί μπορούν να υλοποιηθούν ως αυτόνομες ιστοσελίδες, αλλά συχνότερα ενσωματώνονται σε άλλες διαδικτυακές εφαρμογές (Safran 2010).
- *Μικροϊστολόγια*: Είναι ένα Web 2.0 μέσο μετάδοσης πληροφοριών για ασύγχρονη επικοινωνία. Πρόκειται για ΜΚΔ, στα οποία οι χρήστες μπορούν να κάνουν μικρές αναρτήσεις κειμένου (έως 140 χαρακτήρων), που αφορούν τα ενδιαφέροντά τους, τις δραστηριότητές τους, τις απόψεις τους και άλλα. Ο κάθε χρήστης μπορεί να παρακολουθεί και να παρακολουθείται από άλλους χρήστες (followers). Αυτό σημαίνει ότι μπορεί να βλέπει τις αναρτήσεις άλλων ατόμων, και άλλα άτομα να βλέπουν τις δικές του αναρτήσεις. Το γεγονός ότι οι αναρτήσεις έχουν περιορισμένο μέγεθος δίνει τη δυνατότητα στους χρήστες να παρακολουθούν πολλές διαφορετικές αναρτήσεις από διαφορετικά άτομα (Safran 2010).

Η αλληλεπίδραση μέσω ενός μικρο-ϊστολογίου γίνεται σε πραγματικό χρόνο, πράγμα που σημαίνει ότι σε σύγκριση με τα συνηθισμένα ιστολόγια, τα μικρο-ϊστολόγια ικανοποιούν την ανάγκη για ακόμα πιο γρήγορη μορφή επικοινωνίας. Το γεγονός ότι οι αναρτήσεις είναι μικρές σημαίνει ότι θα είναι περιεκτικές και ότι έχουμε τη δυνατότητα να διαβάσουμε πολλές, χωρίς να αφιερώσουμε χρόνο και κόπο. Οι πιο γνωστές πλατφόρμες μικροϊστολογίων είναι το Twitter, το tumblr και το Six Apart.

- *Εφαρμογές δημιουργίας και διαμοιρασμού κοινωνικών δικτύων:* Οι εφαρμογές αυτές αποτελούν ένα νέο φαινόμενο, το οποίο κέρδισε έδαφος πολύ γρήγορα. Διαδικτυακοί τόποι, όπως το Facebook, συγκαταλέγονται ανάμεσα στις γρηγορότερα αναπτυσσόμενες διαδικτυακές υπηρεσίες. Τα ΜΚΔ αποσκοπούν στην οπτικοποίηση και υποστήριξη της κοινωνικής δικτύωσης των χρηστών. Η λειτουργικότητά τους συνίσταται:

- α) στη δυνατότητα δημιουργίας και διατήρησης ενός δημόσιου προφίλ, με πολλές επιλογές για τον έλεγχο της ιδιωτικότητας (privacy) των παρεχόμενων πληροφοριών,
- β) στη δυνατότητα να αρθρώνεται ένας αριθμός από συνδεδεμένους χρήστες και
- γ) στην πιθανότητα να δει και να διασταυρωθεί κανείς με τις «γραμμές επικοινωνίας» μεταξύ των άλλων χρηστών.

Υπό αυτές, όμως, τις συνθήκες, τα ΜΚΔ αντιμετωπίζουν δυο πολύ σημαντικές προκλήσεις. Αφενός την προστασία των προσωπικών δεδομένων των χρηστών, και αφετέρου την προστασία της ιδιωτικότητας των συζητήσεών τους μέχρι στιγμής φαίνεται ανεπαρκής (Safran 2010).

2. Η συνεργασία, η οποία ειδικά για τις νέες τεχνολογίες, στο πεδίο έρευνας αναφέρεται ως «*υποστηριζόμενη* από υπολογιστή συνεργατική εργασία», μπορεί να αναπτυχθεί χωροχρονικά. Δηλαδή, τόσο με ασύγχρονες υπηρεσίες, όσο και με σύνθετες σύγχρονες υπηρεσίες, συνδυάζοντας μεταβλητές χρόνου για σύγχρονη ή ασύγχρονη επικοινωνία και μεταβλητές χώρου για εκπόνηση έργου στον ίδιο χώρο ή από απόσταση. Τα ΜΚΔ αυτής της κατηγορίας παρέχουν τη δυνατότητα στους χρήστες να καταθέτουν ισότιμα τη συμβολή τους για την παραγωγή ενός κοινού έργου προς όφελος όλων (Safran 2010).

Το δημοφιλέστερο συνεργατικό εργαλείο που συνδέεται με τα ΜΚΔ είναι το wiki, το οποίο αποτελεί το πρώτο συνεργατικό διαδικτυακό συγγραφικό εργαλείο και η φιλοσοφία του έχει τις ρίζες του στο υπερκείμενο (hypertext). Το wiki επιτρέπει τη συνεργατική έκδοση ιστοσελίδων και βασίζεται σε μια απλοποιημένη γλώσσα που χρησιμοποιείται για τη δημιουργία σελίδων στον φυλλομετρητή (browser). Οι υπερσύνδεσμοι, παραπέμπουν σε άλλες σελίδες wiki ή σε άλλες εξωτερικές ιστοσελίδες. Η υποστήριξη της συνεργασίας σε αυτού του είδους την τεχνολογία, βασίζεται στη λεπτομερή περιγραφή των τροποποιήσεων του περιεχομένου που αντιστοιχούν σε κάθε χρήστη (Cole 2009 : 141-146).

3. Ο διαμοιρασμός, αναφέρεται στην έκδοση περιεχομένου και στη διάθεση πηγών πληροφόρησης σε συγκεκριμένη κοινότητα ενδιαφέροντος. Έτσι μπορούμε να διακρίνουμε τέσσερις περιπτώσεις:

- *Κοινωνική σελιδοσήμανση (Social bookmarking)*: Πρόκειται για ένα τρόπο, ώστε οι χρήστες του διαδικτύου να διαμοιράζονται, να σχολιάζουν, να αναζητούν, να διαχειρίζονται και να οργανώνουν επισημάνσεις για διάφορες ιστοσελίδες. Ουσιαστικά πρόκειται για την εξέλιξη των «Αγαπημένων», καθώς δίδεται η δυνατότητα στους χρήστες να αποθηκεύουν τους συνδέσμους σε σελίδες και να τους διαμοιράζονται με άλλους. Η όλη ιδέα της κοινωνικής σελιδοσήμανσης στηρίζεται στην ανάγκη διαμοιρασμού μιας σελίδας με άλλα άτομα. Σε αυτό το σημείο έγκειται και η χρησιμότητά του. Βασική διαφορά με την

προσθήκη μιας σελίδας στον φάκελο με τα αγαπημένα ενός φυλλομετρητή είναι ότι εκεί αποθηκευόταν όλη η σελίδα, ενώ τώρα ο χρήστης μπορεί να αποθηκεύσει μόνο το κείμενο και το κομμάτι εκείνο της ιστοσελίδας που τον ενδιαφέρει και όχι αναγκαστικά όλο το περιεχόμενό της. Μια υπηρεσία κοινωνικής σελιδοσήμανσης δίνει τη δυνατότητα στους χρήστες να καταχωρίζουν χρήσιμες γι' αυτούς διευθύνσεις ιστοσελίδων διαδικτυακά (bookmark) και να έχουν πρόσβαση σε αυτές από οποιοδήποτε υπολογιστή συνδεδεμένο στο Διαδίκτυο. Ο πυρήνας της κοινωνικής σελιδοσήμανσης είναι οι ετικέτες (tags). Η διαφοροποίηση αυτού του είδους καταχώρισης έγκειται στο γεγονός πως οι χρήστες μπορούν να χαρακτηρίζουν (tag) κάθε μια από αυτές τις διαδικτυακές διευθύνσεις που αποθηκεύουν με την χρήση λέξεων - ετικετών (tags), προσδίδοντας με τον τρόπο αυτό το δικό τους σημασιολογικό περιεχόμενο στις καταχωρίσεις τους. Ο κοινωνικός χαρακτήρας των υπηρεσιών αυτών ενισχύεται μέσω του διαμοιρασμού αυτών των λέξεων - ετικετών (tags) με του υπόλοιπους χρήστες της εφαρμογής, αναπτύσσοντας με τον τρόπο αυτό ένα δίκτυο χρηστών που συγκροτείται από τα tags που χρησιμοποιούν. Στα ΜΚΔ οι συνδέσεις και η αρχειοθέτησή τους συνδυάζονται με σχόλια, που αποτελεί μια μορφή αδόμητης αλλά ρητής δημιουργίας μεταδεδομένων (metadata) από τους ίδιους τους χρήστες της πληροφορίας. Η διαδικασία αυτή είναι η κοινωνική σήμανση, το λεγόμενο «social tagging» (Farwell & Waters 2010).

- *Ιστολόγια (Blogs)*: Η αρχική τους ονομασία είναι weblog και προέρχεται από τον όρο “log of the web”. Τα ιστολόγια χρησιμοποιούνται για μια πληθώρα εφαρμογών (π.χ. δημοσίευση ειδήσεων για ένα συγκεκριμένο θέμα). Κάποια ιστολόγια λειτουργούν ως διαδικτυακά ημερολόγια, δηλαδή ως ένας τρόπος προσωπικής έκφρασης για τον κάθε χρήστη. Ένα τυπικό ιστολόγιο μπορεί να συνδυάσει κείμενο μαζί με εικόνες και βίντεο, αλλά μπορεί και να περιέχει συνδέσμους σε άλλα

ιστολόγια και ιστοσελίδες και γενικά σε άλλα μέσα που σχετίζονται με το συγκεκριμένο θέμα. Οι εγγραφές στα ιστολόγια ή αλλιώς *αναρτήσεις*, παρουσιάζονται με αντίστροφη χρονολογική σειρά. Τα κύρια χαρακτηριστικά ενός ιστολογίου είναι (Sim & Hew 2010 : 151-163).

- α) *Ατομική ιδιοκτησία*. Το ιστολόγιο ανήκει στο δημιουργό του, ο οποίος είναι υπεύθυνος για το περιεχόμενο που δημοσιεύει. Ο δημιουργός έχει το δικαίωμα να επιτρέψει ή να απαγορεύει την πρόσβαση τρίτων στο ιστολόγιό του και να καθορίζει σε ποιον βαθμό αυτοί μπορούν να σχολιάζουν τις αναρτήσεις του.
- β) *Δομή με υπερσυνδέσμους*. Τα λογισμικά δημιουργίας ιστολογίων επιτρέπουν τη δημιουργία υπερσυνδέσμων, που παραπέμπουν σε άλλους ιστότοπους και ιστολόγια, οπουδήποτε στον παγκόσμιο ιστό.
- γ) *Ενημερώσεις αναρτήσεων που εμφανίζονται σε αντίστροφη χρονολογική σειρά*. Επειδή η τελευταία ανάρτηση τοποθετείται στην αρχή της ιστοσελίδας, το πρώτο πράγμα που βλέπει ο επισκέπτης είναι η πιο πρόσφατη αλλαγή ή δημοσίευση.
- δ) *Αρχείο αναρτήσεων*. Οι παλαιότερες αναρτήσεις αρχειοθετούνται κατά εβδομάδα, μήνα, έτος και η πρόσβαση σε αυτές είναι πολύ εύκολη με έναν υπερσύνδεσμο που βρίσκεται μόνιμα στο ιστολόγιο.

Η κοινωνική διάσταση των ιστολογίων έγκειται στη διασύνδεση μεταξύ των κοινοτήτων των συγγραφέων των ιστολογίων (bloggers). Η τεχνολογία των ιστολογίων προσφέρει τη δυνατότητα σχολιασμού και των «trackbacks». Οι χρήστες μπορούν να σχολιάσουν κάθε ανάρτηση είτε ανώνυμα είτε δίνοντας ένα όνομα χρήστη και ένα σύνδεσμο στη δική τους σελίδα ή ιστολόγιο. Η τεχνολογία trackback «ενημερώνει» τα ιστολόγια κατά πόσο άλλα ιστολόγια συνδέονται με προσωπικές

αναρτήσεις και δημιουργεί συνδέσμους προς αυτά. Αυτοί οι σύνδεσμοι περιέχουν το όνομα της συνδεόμενης σελίδας, τον τίτλο της ανάρτησης και ένα απόσπασμα και τοποθετούνται στο τέλος της αναφερόμενης ανάρτησης.

- *Podcasting*: Πρόκειται για μια μέθοδο επικοινωνίας που επιτρέπει στον χρήστη να δημιουργεί ηχητικές δημοσιεύσεις που μπορούν άλλοι χρήστες να «κατεβάζουν» και να τις ακούν οποιαδήποτε στιγμή και σε διαφορετικές συσκευές. Αναφέρεται ότι ο όρος podcast προέκυψε από το συνδυασμό των λέξεων pod (Portable Device = φορητή συσκευή) και broadcast. Το περιεχόμενο των podcast μπορεί να περιλαμβάνει ακουστικές, οπτικοακουστικές ή εμπλουτισμένες πολυμεσικές εκπομπές, η διαχείριση και αναπαραγωγή των οποίων γίνεται σε ηλεκτρονικούς υπολογιστές, σε φορητές συσκευές αναπαραγωγής πολυμέσων και στις περισσότερες συσκευές κινητών τηλεφώνων (Στυλιάρης & Δήμου 2015 : 214-215).

Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να παρακολουθήσουν ένα podcast στην ιστοσελίδα δημοσίευσής του ή αφού το «κατεβάσουν» ή γίνουν συνδρομητές. Η αυτόματη, περιοδική ενημέρωση των συνδρομητών για τα νέα επεισόδια ενός podcast, η αυτόματη μεταφορά τους και η δυνατότητα αναπαραγωγής τους οπουδήποτε και οποτεδήποτε, προσέδωσαν στο ακρωνύμιο podcast μια νέα σημασία (Personal On Demand broadcast = προσωπική εκπομπή κατ' απαίτηση). Οι χρήστες ενημερώνονται για κάθε νέο ηχητικό αρχείο που δημοσιεύεται μέσω των ειδικών τεχνολογιών ενημέρωσης που χρησιμοποιούν, έχοντας προηγουμένως ζητήσει να λαμβάνουν ειδήσεις σε σχέση με τα podcasts που τους ενδιαφέρουν. Επιπλέον, με μια απλή ρύθμιση ο χρήστης μπορεί να συγχρονίσει τη φορητή συσκευή του με τον προσωπικό του υπολογιστή και να μεταφέρει τα podcasts σε εκείνη την συσκευή, που θα χρησιμοποιήσει ο χρήστης για την ακρόασή τους, οπουδήποτε και κυρίως οποιαδήποτε στιγμή θελήσει (Κέντρου 2010 : 763-768).

- *Διαμοιρασμός πολυμέσων:* Πρόκειται για τα ΜΚΔ που δημιουργήθηκαν με στόχο το διαμοιρασμό πολυμεσικού υλικού. Αυτές οι ιστοσελίδες έχουν ορισμένα κοινά χαρακτηριστικά, όπως, η ευκολία της έκδοσης και η δυνατότητα σχολιασμού και αξιολόγησης του περιεχομένου, όπως επίσης και η σύνδεση και αναφορά στο υλικό άλλων χρηστών. Παράδειγμα αυτών αποτελούν το YouTube, το οποίο έχει εξελιχθεί σε βασική διαδικτυακή πύλη διαμοιρασμού αρχείων βίντεο, το Instagram και Flickr, τα οποία χρησιμοποιούνται για την ανάρτηση, το διαμοιρασμό, τη γεωγραφική τοποθέτηση, την οργάνωση και την προσθήκη ετικετών σε φωτογραφίες καθώς και περισσότερο εξειδικευμένες ιστοσελίδες όπως για παράδειγμα το Slideshare που χρησιμοποιείται για την ανάρτηση παρουσιάσεων PowerPoint (Στυλιάρης & Δήμου 2015 : 214-215).

Αυτές οι τρεις συνιστώσες, αποτελούν τους βασικούς πυλώνες πάνω στους οποίους δομήθηκαν οι πλατφόρμες των ΜΚΔ. Ασφαλώς και μπορεί κάποιος να ισχυριστεί ότι υπάρχουν και άλλες συνιστώσες με σημαντικό ρόλο στην διεύρυνση των ΜΚΔ, όμως θεωρούμε ότι η βάση όλων είναι το τρίπτυχο που αναπτύξαμε πιο πάνω.

5.3 Οι λειτουργικές μονάδες των ΜΚΔ

Προκειμένου να διερευνήσουμε περαιτέρω το ρόλο των ΜΚΔ στην επικοινωνία, είναι χρήσιμο να αναφερθούμε στα βασικά χαρακτηριστικά τους. Οι Kietzmann, Hermkens, McCarthy & Silvestre (2011 : 241-251) παρουσίασαν επτά *λειτουργικές μονάδες* των ΜΚΔ (functional building blocks), καθεμιά από τις οποίες επιτρέπει στον χρήστη να εξετάσει μια συγκεκριμένη πτυχή της εμπειρίας του σε αυτά. Οι λειτουργικές μονάδες των ΜΚΔ, που δεν είναι αλληλοεξαρτώμενες ούτε είναι απαραίτητο να συνυπάρχουν, είναι οι εξής:

- *Ταυτότητα:* Αντιπροσωπεύει το κατά πόσον ο χρήστης θέλει να αποκαλύψει την ταυτότητά του στις ρυθμίσεις ενός ΜΚΔ.

Περιλαμβάνει πληροφορίες όπως όνομα, ηλικία, τόπος γέννησης ή κατοικίας, εργασία, οικογενειακή κατάσταση, καθώς και πληροφορίες που σκιαγραφούν το προφίλ του χρήστη με συγκεκριμένους τρόπους. Υπάρχουν πολλά ΜΚΔ οικοδομημένα γύρω από την ταυτότητα που απαιτούν από το χρήστη να περιλάβει στο προφίλ του, όπως για παράδειγμα το ιδιαίτερα δημοφιλές Facebook.

- *Συζητήσεις*: Αναπαριστούν την έκταση της επικοινωνίας μεταξύ των χρηστών ενός ΜΚΔ. Πολλά από αυτά έχουν σχεδιαστεί πρωτίστως, για να διευκολύνουν τη συζήτηση για οποιοδήποτε θέμα μεταξύ ατόμων ή ομάδων.
- *Διαμοιρασμός*: Αντιπροσωπεύει το εύρος της ανταλλαγής, της διανομής και της λήψης ψηφιακού περιεχομένου. Η λέξη «κοινωνική» συχνά υπονοεί ότι η ανταλλαγή πληροφοριών είναι κρίσιμη. Σε πολλές περιπτώσεις, ωστόσο, η κοινωνικότητα αφορά στους σκοπούς που διαμεσολαβούν μεταξύ των δεσμών των ανθρώπων, των λόγων που δικτυώνονται, αλλά και που συσχετίζονται μεταξύ τους.
- *Παρουσία*: Αντιπροσωπεύει το κατά πόσο οι χρήστες είναι σε θέση να γνωρίζουν εάν άλλοι χρήστες είναι διαθέσιμοι. Περιλαμβάνει και τη γνώση του πού βρίσκονται οι άλλοι στον εικονικό ή/και στον πραγματικό κόσμο. Στον εικονικό κόσμο αυτό συμβαίνει με μια γραμμή κατάστασης, όπου δηλώνεται η κατάσταση του χρήστη, δηλαδή: διαθέσιμος ή μη. Δοθέντος του αυξανόμενου αριθμού χρηστών, που δικτυώνονται εν κινήσει, η *παρουσία* γεφυρώνει το πραγματικό με το εικονικό.
- *Σχέσεις*: Αναπαριστά το κατά πόσο είναι δυνατόν οι χρήστες να *σχετιστούν* με άλλους χρήστες. Με τον όρο «σχέση» εννοούνται δύο ή περισσότεροι χρήστες, οι οποίοι έχουν μια μορφή συνδέσμου που τους επιτρέπει να συζητούν, να μοιράζονται ψηφιακό υλικό, να συναντώνται ή απλά να προσθέτουν ο ένας τον άλλο στη λίστα φίλων ή ακολούθων. Συνεπώς, το πώς οι

χρήστες ενός ΜΚΔ συνδέονται, καθορίζει και το ποιες πληροφορίες θα ανταλλάξουν και τον τρόπο που θα το κάνουν. Σε ορισμένες περιπτώσεις αυτές οι σχέσεις είναι αρκετά τυπικές, ρυθμισμένες και δομημένες, όπως λόγω χάρη το LinkedIn.

- *Φήμη*: Αφορά στο κατά πόσο οι χρήστες μπορούν να αναγνωρίσουν τη στάση των άλλων στο πλαίσιο της κοινωνικής δικτύωσης. Η «φήμη» μπορεί να έχει διαφορετικό νόημα ανάλογα με το ΜΚΔ. Στις περισσότερες, όμως περιπτώσεις πρόκειται για θέμα *εμπιστοσύνης*. Καθώς όμως οι ΤΠΕ δεν μπορούν να ανιχνεύσουν επαρκώς ποιοτικά κριτήρια, τα ΜΚΔ βασίζονται σε εργαλεία που συναθροίζουν απλώς τις πληροφορίες οι οποίες προέρχονται από κάθε χρήστη για να καθορίσουν την αξιοπιστία.
- *Ομάδες*: Το βασικό χαρακτηριστικό των ομάδων αναπαριστά το κατά πόσο οι χρήστες μπορούν να διαμορφώσουν κοινότητες. Όσο πιο «κοινωνικό» γίνεται ένα δίκτυο, τόσο μεγαλύτερη και η ομάδα των επαφών. Μια γνωστή μετρική μεταξύ σχέσης και ομάδας, είναι ο αριθμός Dunbar, που προτάθηκε από τον ανθρωπολόγο Robin Dunbar (1992 : 469-493). Σύμφωνα με τη θεωρία αυτή οι άνθρωποι έχουν ένα γνωστικό όριο που περιορίζει τον αριθμό των σταθερών κοινωνικών σχέσεων που μπορούν να έχουν στον αριθμό 150. Οι κοινότητες που αναπτύσσονται στα ΜΚΔ ξεπερνούν κατά πολύ αυτόν τον αριθμό και προσφέρουν εργαλεία, ώστε να μπορούν οι χρήστες να διαχειρίζονται τα μέλη τους.

5.4 Ο ρόλος της προσωπικότητας του χρήστη στο Διαδίκτυο και στα ΜΚΔ

Σύμφωνα με το μοντέλο των Πέντε Παραγόντων (Five-Factor Model) των McCrae και Costa (1987 : 81-90), η προσωπικότητα μπορεί να περιγραφεί από διαστάσεις ή παράγοντες που συγκροτούν τη λεγόμενη «Μεγάλη Πεντάδα». Αυτές οι διαστάσεις των ατόμων, οι οποίες επηρεάζουν τις σκέψεις, τα συναισθήματα και τις δραστηριότητές τους μπορούν να βοηθήσουν στην κατανόηση της χρήσης ή μη των ΜΚΔ, ανάλογα με την προσωπικότητα του χρήστη (Κουλάκογλου, 2002). Οι πέντε παράγοντες που θα περιγραφούν στη συνέχεια είναι ο *νευρωτισμός*, η *εξωστρέφεια*, η *δεκτικότητα στην εμπειρία*, η *προσήνεια* και η *ευσυνειδησία*.

5.4.1 Νευρωτισμός

Ο νευρωτισμός, ή αλλιώς συναισθηματική σταθερότητα, αναφέρεται στο βαθμό με τον οποίο ένα άτομο μπορεί να βιώσει αρνητικά συναισθήματα όπως λύπη, άγχος, ανασφάλεια, ντροπή, ενοχές, θυμό και ψυχολογική πίεση. Συχνά τα άτομα βιώνουν έντονες φοβίες και νιώθουν αρκετά ανασφαλή. Πρόκειται για άτομα ευερέθιστα, που χάνουν εύκολα την ψυχραιμία τους και συχνά ξεσπούν, κάτι που συμβαίνει επειδή συχνά βιώνουν τα συναισθήματα τους με μεγάλη ένταση.

Επιστημονικές έρευνες συνδέουν τον νευρωτισμό με τη χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ ειδικότερα. Άτομα που παρουσιάζουν μεγάλο ενδιαφέρον για κοινωνικά θέματα και ταυτόχρονα πετυχαίνουν υψηλό βαθμό στην κλίμακα του νευρωτισμού είναι εκείνα που επιδεικνύουν τη μεγαλύτερη επιθυμία για επικοινωνία μέσω Διαδικτύου.

Στον νευρωτισμό επίσης αποδόθηκε και η τάση των ατόμων που αναρτούν αληθείς πληροφορίες στα προφίλ τους. Οι νευρωτικοί χρήστες του Facebook ειδικότερα έχει βρεθεί ότι αποκαλύπτουν προσωπικά στοιχεία για τον εαυτό τους, επειδή αποζητούν επιβεβαίωση. Με τη συμμετοχή τους σε ομάδες και με το να δηλώνουν *αρέσκεια* (like) σε σχόλια που αναρτούν οι

άλλοι στον τοίχο τους, ελπίζουν ότι οι φίλοι τους θα τους το ανταποδώσουν (Γιώτα 2015 : 53-55).

5.4.2 Εξωστρέφεια ή εσωστρέφεια

Η διάσταση της εξωστρέφειας ή εσωστρέφειας, αναφέρεται στο κατά πόσο ένα άτομο διαθέτει χαρακτηριστικά που επηρεάζουν την ποσότητα και την ένταση της διαπροσωπικής διάδρασης του. Άνθρωποι με υψηλή βαθμολογία στον παράγοντα της εξωστρέφειας έχουν αυτοπεποίθηση και είναι περισσότερο κοινωνικοί σε σχέση με τους πιο εσωστρεφείς που τείνουν να είναι περισσότερο μοναχικοί και λιγομίλητοι. Οι εξωστρεφείς χρήστες εντοπίζουν τον αληθινό εαυτό τους στην πραγματική ζωή τους, ενώ οι εσωστρεφείς έχουν μια τάση να εκφράζουν τον αληθινό εαυτό τους μέσω των ΜΚΔ. Άτομα που βιώνουν φόβο κατά τη διάρκεια της φυσικής επικοινωνίας (όπως ορίστηκε πιο πάνω στην ενότητα 3.3), τείνουν να έχουν λιγότερους φίλους και ξοδεύουν περισσότερο χρόνο στα ΜΚΔ, για να νιώθουν λιγότερο μόνοι. Οι εσωστρεφείς χρήστες των ΜΚΔ έχουν χαμηλή αυτοεκτίμηση, ενώ οι πιο εξωστρεφείς χρήστες έχουν υψηλή αυτοεκτίμηση και είναι αρκετά πιο δημοφιλείς τόσο στον πραγματικό κόσμο όσο και στα ΜΚΔ. Τα άτομα με χαμηλότερη αυτοεκτίμηση τείνουν να αποκαλύπτουν στα ΜΚΔ περισσότερες πληροφορίες, συχνά υπερβολικές, για τον εαυτό τους στην προσπάθεια τους να ενισχύσουν την εικόνα τους και να δείχνουν δημοφιλείς (Zywica & Danowski 2008 : 1-34).

5.4.3 Δεκτικότητα σε εμπειρίες

Η δεκτικότητα σε εμπειρίες αναφέρεται στο εύρος, στο βάθος και στην πολυπλοκότητα της ζωής ενός ατόμου. Χρήστες των ΜΚΔ με υψηλή βαθμολογία σε αυτό τον παράγοντα χαρακτηρίζονται από φαντασία, περιέργεια, δημιουργικότητα και αναζήτηση νέων εμπειριών. Αντίθετα, χρήστες των ΜΚΔ με χαμηλή βαθμολογία χαρακτηρίζονται ως συντηρητικά άτομα στις πράξεις και στις ιδέες τους, που αποστρέφονται τις αλλαγές και προτιμούν τις παλαιές και συντηρητικές μεθόδους.

5.4.4 Προσήνεια

Η προσήνεια αναφέρεται στην ποιότητα των διαπροσωπικών διαδράσεων του ατόμου. Χρήστες των ΜΚΔ με αυξημένη τάση προς το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό, συνεργάζονται και εμπιστεύονται εύκολα τους άλλους και χαρακτηρίζονται από *ευθύτητα, συναίσθηση και αλtruισμό*. Αντίθετα, χρήστες των ΜΚΔ με χαμηλή προσήνεια, διέπονται από αρνητικά συναισθήματα, όπως τάση για κριτική, εχθρικότητα ή επιθετικότητα. Επιπλέον, ενώ οι χρήστες των ΜΚΔ με υψηλά επίπεδα προσήνειας δείχνουν αγάπη και ενδιαφέρον για το συνάνθρωπο τους, μεγάλη ευαισθησία απέναντι στον ανθρώπινο πόνο, μεγάλη θέληση για συνεργασία και αποφεύγουν τις συγκρούσεις, οι χρήστες των ΜΚΔ με χαμηλή προσήνεια, χαρακτηρίζονται ως ανταγωνιστικά, εριστικά, ορισμένες φορές εχθρικά και γενικά καχύποπτα με τους άλλους. Χρήστες των ΜΚΔ με χαμηλό δείκτη προσήνειας και χαμηλό δείκτη εξωστρέφειας, δυσκολεύονται να αναπτύξουν φιλίες στον πραγματικό κόσμο και φαίνεται ότι έχουν λιγότερους φίλους στα ΜΚΔ (Landers & Lounsbury 2006 : 283-293).

5.4.5 Ευσυνειδησία

Τέλος, η ευσυνειδησία αναφέρεται στον έλεγχο των παρορμήσεων για την επίτευξη στόχων του κάθε ατόμου. Η υψηλή βαθμολογία στον παράγοντα αυτό χαρακτηρίζει άτομα με αυτοπειθαρχία, επίμονα και οργανωτικά. Αντίθετα, άτομα με χαμηλή βαθμολογία στην ευσυνειδησία, δυσκολεύονται να ελέγξουν τις επιθυμίες ή τις ανάγκες τους. Έχει αποδειχθεί ότι τα ευσυνείδητα άτομα επιθυμούν να αποφεύγουν τη χρήση των ΜΚΔ, ενώ τα άτομα με χαμηλό δείκτη ευσυνειδησίας χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ προκειμένου να αναβάλλουν άλλες υποχρεώσεις τους (Wilson, et al. 2010 : 173-177).

5.4.6 Σημαντικά συμπεράσματα

Σύμφωνα με σχετική μελέτη, οι πτυχές της προσωπικότητας μπορούν να επηρεάσουν σε μεγάλο βαθμό τη χρήση των ΜΚΔ. Συγκεκριμένα, η

εξωστρέφεια έχει περισσότερο σχέση με τον αριθμό των διαδικτυακών φίλων, παρά με τον αριθμό ομάδων που συμμετέχει κάποιος στα ΜΚΔ. Επίσης, η προσήνεια και η ευσυνειδησία επιδρούν καίρια στη χρήση των ΜΚΔ και στον αριθμό των φίλων ή των ακολούθων (Amichai-Hamburger & Vinitzky 2010: 1289-1295).

Άλλες σχετικές έρευνες εξετάζουν τους παράγοντες της προσωπικότητας σε σχέση με τη χρήση συγκεκριμένων δυνατοτήτων ή εφαρμογών των ΜΚΔ και προσθέτουν στοιχεία για μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα αναφορικά με τη χρήση τους. Συγκεκριμένα, οι νευρωτικοί χρήστες παρουσιάζουν έντονη ανάγκη εξομολόγησης των συναισθημάτων τους, με το να αναρτούν και να αναλύουν θέματα της προσωπικής ζωής τους στα ΜΚΔ. Από την άλλη πλευρά, οι πιο εξωστρεφείς χρήστες επιλέγουν να ενημερώνουν πιο συχνά την κατάσταση τους (status update), αναφερόμενοι στις κοινωνικές δραστηριότητές τους. Η προσήνεια φαίνεται να συνδέεται θετικά με την ανάρτηση πληροφοριών στα ΜΚΔ για λόγους επικοινωνίας και αρνητικά για λόγους αναζήτησης προσοχής ή για λόγους συκοφαντίας άλλων (Seidman 2013 : 402-407).

Τέλος, σε πρόσφατες έρευνες που παρουσιάζονται αναλυτικά στη διατριβή της Κ. Γιώτα (2015 : 58-59) προκύπτουν σημαντικά συμπεράσματα ως προς τη συσχέτιση της προσωπικότητας των χρηστών με τους πέντε παράγοντες που αναλύσαμε προηγουμένως. Έτσι, προκύπτει ότι ο υψηλός δείκτης νευρωτισμού συνδέεται με συχνή χρήση των ΜΚΔ, η εξωστρέφεια με μεγάλο αριθμό φίλων, η δεκτικότητα σε εμπειρίες με την ενασχόληση με τα ΜΚΔ από την αρχή της δημιουργίας τους και με πολλούς φίλους σε αυτά, ενώ η ευσυνειδησία συνδέεται με τη φειδωλή χρήση του.

Οι συντελεστές του μοντέλου των Πέντε Παραγόντων Προσωπικότητας, σχετίζονται ιδιαίτερα με την προβληματική χρήση των ΜΚΔ. Συγκεκριμένα, υπάρχει ισχυρή θετική συσχέτιση του εθισμού σε αυτά με την εξωστρέφεια και αρνητική συσχέτιση με την ευσυνειδησία. Η συχνότητα της χρήσης των ΜΚΔ σχετίζεται σημαντικά με υψηλά επίπεδα νευρωτισμού, εξωστρέφειας και δεκτικότητας σε εμπειρίες. Τα πιο εξωστρεφή άτομα, χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ για την ενίσχυση της ήδη αυξημένης κοινωνικότητας

τους, ενώ αντίθετα τα πιο εσωστρεφή, χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ κυρίως για *κοινωνική αποζημίωση*. Επομένως, το συμπέρασμα που προκύπτει είναι ότι ο στόχος και των δύο, είναι η διεύρυνση του κοινωνικού κύκλου τους, δεδομένου ότι και οι δύο περιπτώσεις εμφανίζονται ως συνδεδεμένες με αυξημένη χρήση στα ΜΚΔ (Kuss & Griffiths 2011 : 226-234).

5.5 Η ανθρώπινη επικοινωνία στα ΜΚΔ

Επί χιλιάδες χρόνια, οι κοινωνικές αλληλεπιδράσεις χτίζονταν αποκλειστικά και μόνο πάνω στην άμεση, τη *διαπροσωπική* επικοινωνία. Αυτό άλλαξε με την εδραίωση των ΤΠΕ στην καθημερινή ζωή. Ωστόσο, η εφεύρεση κάθε νέας μεθόδου επικοινωνίας έχει συνεισφέρει σε έναν προβληματισμό που αναπτύσσεται εδώ και αιώνες σχετικά με το πώς η τεχνολογία επηρεάζει τον κοινωνικό ιστό ενός χώρου. Η χρήση των ΤΠΕ, σήμερα, απλώς πραγματοποιεί την αρχέγονη προδιάθεση του ανθρώπου να συνδέεται με συνανθρώπους του. Ειδικότερα, με τη χρήση των ΜΚΔ, αντί να έχουμε προσωπικούς δεσμούς με ένα μικρό αριθμό ανθρώπων, έχουμε πιο χαλαρούς δεσμούς με εκατοντάδες ή χιλιάδες ανθρώπους. Οι άνθρωποι έχουν εθιστεί στις νέες αυτές τεχνολογίες και πιστεύουν πως η αποκοπή τους από αυτές, ουσιαστικά οδηγεί στην δυνητική ανυπαρξία τους. Το παρόν πόρισμα σχετίζεται ασφαλώς με την αποκαθήλωση των παραδοσιακών δεσμών της κοινότητας, της κοινοτικής ζωής δηλαδή, και την εγκαθίδρυση νεότερων ή μεταμοντέρνων μορφών συλλογικότητας. Αυτό το ζήτημα όμως, χρήζει περαιτέρω ερευνητικής (ιστορικής, πολιτισμικής ανθρωπολογικής κ.ά.) ανάλυσης που ξεφεύγει όμως από το θεωρητικό πλαίσιο της διατριβής μας.

Η χρήση των ΜΚΔ αποτελεί αντικείμενο μελέτης από ερευνητές κοινωνιολόγους, ψυχολόγους και ανθρωπολόγους, οι οποίοι επικεντρώθηκαν στην συμπεριφορά των ατόμων που είναι μέλη σε αυτά. Ο καθηγητής Κοινωνικής Ιατρικής του Χάρβαρντ, Ν. Χρηστάκης, και συγγραφέας του βιβλίου «Συνδεδεμένοι», υποστηρίζει ότι *«οι επιστήμονες μελετώντας τις σχέσεις και τις επιδράσεις μεταξύ των ατόμων σ' ένα κοινωνικό δίκτυο παρατήρησαν πως ένα άτομο επηρεάζει το άλλο διά της διάδρασης και*

κατέληξαν στο συμπέρασμα, ότι μπορούμε να κάνουμε διαγνώσεις έως και μεταδοτικών ασθενειών από το Facebook» (Christakis & Fowler 2009 : 337).

Όπως αποδεικνύει και ο Castells (2005 : 148-151), ένα πλήθος ερευνών την τελευταία δεκαετία δεν στηρίζει τη θέση ότι η χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ ειδικότερα οδηγεί σε μικρότερη κοινωνική διάδραση και σε μεγαλύτερη κοινωνική απομόνωση. Ωστόσο, υπάρχουν ενδείξεις ότι υπό ορισμένες συνθήκες η χρήση των ΜΚΔ μπορεί να λειτουργεί ως υποκατάστατο άλλων κοινωνικών δραστηριοτήτων. Επειδή οι μελέτες που στηρίζουν διαφορετικές θέσεις έγιναν σε διαφορετικούς χρόνους, σε διαφορετικές περιστάσεις και σε διαφορετικές φάσεις διάδοσης του Διαδικτύου, είναι δύσκολο να καταλήξουμε σε ασφαλή συμπεράσματα για τις επιπτώσεις που έχει το Διαδίκτυο στην κοινωνικότητα των χρηστών του. Όμως, το πραγματικό ζήτημα μπορεί να είναι, εάν τίθεται το πραγματικό ερώτημα, δηλαδή, η μελέτη της κοινωνικότητας μέσω των ΜΚΔ και εκτός των ΜΚΔ πρέπει να τοποθετηθεί εντός του πλαισίου μετασχηματισμού των προτύπων κοινωνικότητας στη κοινωνία μας. Αυτό δεν σημαίνει ότι υποτιμούμε τη σημασία του τεχνολογικού μέσου, αλλά ενσωματώνουμε τις συγκεκριμένες επιπτώσεις του στη συνολική εξέλιξη των προτύπων κοινωνικής διάδρασης, καθώς και στη σχέση τους με τα υλικά στηρίγματα αυτής της αλληλενέργειας, δηλαδή τον χώρο, τις οργανώσεις και τις τεχνολογίες επικοινωνίας.

5.5.1 Θετικά στοιχεία των ΜΚΔ

Ένα από τα πιο σημαντικά πλεονεκτήματα των ΜΚΔ είναι ασφαλώς η δυνατότητα επικοινωνίας που προσφέρουν. Επικοινωνία που βασίζεται κυρίως στον γραπτό λόγο και η οποία ξεπερνά πλήρως τους χωρικούς περιορισμούς. Έτσι, φέρνει σ' επαφή ανθρώπους απ' όλα τα μέρη του κόσμου. Σε αντίθεση, μάλιστα, με τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας, οι χρήστες έχουν την ευκαιρία να επικοινωνήσουν με άτομα που δεν γνωρίζουν προσωπικά, αλλά με τα οποία διαπιστώνουν ότι έχουν κοινά ενδιαφέροντα και παρόμοιες ανησυχίες. Η δυνατότητα αυτής της επικοινωνίας, που δεν απαιτεί κατ' ανάγκη δια ζώσης γνωριμία, διευρύνει κατά πολύ τον κύκλο επαφών κάθε

ατόμου και του επιτρέπει να εντοπίσει ανθρώπους με τους οποίους έχει πολλά κοινά στοιχεία και ενδιαφέροντα (Μάντης 2016).

Τα ΜΚΔ μπορούν να αξιοποιηθούν και σε ό,τι αφορά την επαγγελματική δραστηριότητα του ατόμου, αφού του επιτρέπουν να διαμορφώσει μία ή περισσότερες σελίδες, όπου θα προωθεί την επαγγελματική ιδιότητά του, αλλά και θα επικοινωνεί με πιθανούς πελάτες ή συνεργάτες. Αντιστοίχως, βέβαια, μπορεί να επιτευχθεί και η προώθηση μιας επιχείρησης, ενός καταστήματος ή ενός συλλόγου, εφόσον διευκολύνεται τόσο η παροχή πληροφοριών όσο και η άμεση επικοινωνία με τους ενδιαφερόμενους.

Τα ΜΚΔ έχουν αναδειχθεί τα τελευταία χρόνια στον πιο σημαντικό φορέα ενημέρωσης. Αφενός, διότι επιτρέπουν την αναμετάδοση ειδήσεων από επίσημες, ειδησεογραφικές ιστοσελίδες κι, αφετέρου επειδή επιτρέπουν στους ίδιους τους χρήστες να καταγράφουν και να μεταδίδουν πληροφορίες για γεγονότα που συμβαίνουν στην πόλη ή στην περιοχή τους. Αν ληφθεί, μάλιστα, υπόψη πως πολύ συχνά η ενημέρωση είναι ελεγχόμενη και σε ορισμένες περιπτώσεις εντελώς καθοδηγούμενη, τότε η συμβολή των ΜΚΔ είναι καθοριστική για τη διαμόρφωση μιας πραγματικής εικόνας για διάφορες καταστάσεις και γεγονότα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν τα κράτη που περιορίζουν τις ανθρώπινες ελευθερίες κι έχουν υπό τον έλεγχό τους τα δημόσια μέσα ενημέρωσης.

Τα ΜΚΔ επιτρέπουν την ανταλλαγή ιδεών και απόψεων ανάμεσα σε χρήστες απ' όλες τις χώρες, λειτουργώντας συνάμα και ως μέσα διάδοσης και προώθησης της σκέψης και του πνευματικού πολιτισμού σε παγκόσμιο επίπεδο. Πλέον οι ιδέες και οι προβληματισμοί ενός μεμονωμένου ατόμου μπορούν να κοινοποιηθούν παγκοσμίως μέσα σε λίγες στιγμές, επιταχύνοντας τις αντίστοιχες ζυμώσεις που θα γίνονταν με πολύ πιο αργούς ρυθμούς, αν η διάδοση των ιδεών του επρόκειτο να πραγματοποιηθεί με παραδοσιακά μέσα, όπως είναι η έκδοση ενός βιβλίου ή η δημοσίευση ενός δοκιμίου, δηλαδή έντυπα.

Οι χρήστες έχουν πλέον τη δυνατότητα να παρακολουθούν, να σχολιάζουν και να αξιολογούν πολύ πιο αποτελεσματικά τη δράση της

εκάστοτε κυβέρνησης, γεγονός που προσφέρει στη δημοκρατία των ημερών μας μια πιο ουσιαστική διάσταση. Ενδεικτική, ως προς αυτό είναι η δυνατότητα των χρηστών να οργανώνουν και να συντονίζουν δράσεις πανελλήνιας εμβέλειας προκειμένου να διαμαρτυρηθούν ή να εναντιωθούν σε μια απόφαση της κυβέρνησης που ζημιώνει το κοινωνικό σύνολο.

Τα ΜΚΔ παρέχουν, επίσης, πολλαπλές δυνατότητες ψυχαγωγίας, εφόσον πλέον είναι εφικτός ο διαμοιρασμός διάφορων εφαρμογών (που ενδέχεται να αποτελούν και προσωπικό δημιούργημα κάποιου χρήστη) μουσικής, βίντεο, κειμένων, διαδικτυακών παιχνιδιών κ.ά., που επιτρέπουν τη χωρίς οικονομική επιβάρυνση διασκέδαση και ψυχαγωγία των χρηστών.

Επιπλέον, τα ΜΚΔ επιτρέπουν στους χρήστες να ενισχύουν τις μεταξύ τους σχέσεις, καθώς τους δίνεται η ευκαιρία να συζητούν για τα συναισθήματα και τις εμπειρίες τους, απαλλαγμένοι από τις φοβίες και το δισταγμό που δημιουργεί ενδεχομένως η φυσική επικοινωνία. Η εκμυστήρευση που προκύπτει οδηγεί συχνά στην εμβάθυνση των σχέσεων και στην αλληλοϋποστήριξη.

5.5.2 Οι αρνητικές πτυχές των ΜΚΔ

Το Διαδίκτυο, τα έξυπνα τηλέφωνα και τα ΜΚΔ θεωρούνται από πολλούς ως η τριπλή επανάσταση του 21ου αιώνα. Πλέον κάνουμε λόγο για έναν νέο εξατομικευμένο κόσμο και για μια εν δικτύω ατομοκρατία (Network Individualism), κοντολογίς για ένα διαδικτυακά μεταλλαγμένο άτομο, σύμφωνα με τη Ζ. Παπαχαρίση, καθηγήτρια και πρόεδρο της Σχολής Επικοινωνίας του Πανεπιστημίου του Ιλινόι στο Σικάγο (2014).

Στην εποχή της διαρκούς διασύνδεσης σύμφωνα με μια έρευνα της Focus Bari, το 2017, ο μέσος Έλληνας αφιερώνει κάθε ημέρα 5 ώρες και 46 λεπτά μπροστά σε μια οθόνη ψηφιακού μέσου (υπολογιστή, τηλέφωνο, τηλεόραση), ήτοι 35 λεπτά περισσότερα από ό,τι το 2016.

Φεύγουμε πλέον από την εποχή των μαζικών μέσων και μεταβαίνουμε στην εποχή της εξατομικευμένης μαζικής επικοινωνίας, δηλαδή

καταναλώνουμε μεν μαζικά, αλλά σε εξατομικευμένο επίπεδο. Όπως αναφέρει ο Στέλιος Παπαθανασόπουλος καθηγητής του Πανεπιστημίου Αθηνών (2011 : 24), στην εποχή αυτή της σύγκλισης, το κοινό κατακερματίζεται, η βασικότερη συνέπεια αυτού του κατακερματισμού είναι η διάσπαση της προσοχής. Η διάσπαση επιταχύνεται από το Διαδίκτυο, όταν γράφει κάποιος π.χ. ένα κείμενο και ταυτόχρονα μπαίνει στο φυλλομετρητή, ελέγχει τα email του, κάνει status update στη σελίδα του στο Facebook ή κάνει tweet. Όλες αυτές οι επιδράσεις είναι σωρευτικές και μας οδηγούν σταδιακά σε μια κοινωνία που δεν μπορεί να εστιάσει.

Το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό της εποχής μας αφορά στο χρόνο υιοθέτησης των νέων τεχνολογιών που είναι πολύ μικρός σε σχέση με το παρελθόν. Αυτό προκαλεί ταχύτερη διείσδυση στο μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού. Επιπλέον, έχει ελαχιστοποιηθεί ο χρόνος ενσωμάτωσης (digestion) αυτής της νέας τεχνολογίας, που τρέχει πλέον με τριπλάσια ταχύτητα έτσι ώστε να μην προλαβαίνεις να την κατηγοριοποιήσεις και να την ταξινομήσεις, πόσο δε μάλλον να την αφομοιώσεις και να την κατανοήσεις.

Τα ΜΚΔ, παρά τις ποικίλες δυνατότητες που προσφέρουν και παρά τις σαφείς επιδράσεις τους στον τομέα της επικοινωνίας, όπως αναλύσαμε σε προηγούμενη ενότητα, έχουν και αξιοσημείωτες αρνητικές πτυχές. Συχνά οι χρήστες των ΜΚΔ, αντί να τα χρησιμοποιούν επικουρικά στις διαπροσωπικές σχέσεις τους, καταλήγουν στο σημείο να τις υποκαθιστούν με τη διαδικτυακή επικοινωνία. Περιορίζουν δηλαδή δραστικά την άμεση επαφή, συνομιλία και συναναστροφή, και προτιμούν την εικονική επικοινωνία, συμμετέχοντας στα ΜΚΔ. Η επιλογή αυτή όμως εντείνει το αίσθημα μοναξιάς, καθώς η διαδικτυακή επικοινωνία δεν προσφέρει την αμεσότητα και τα ψυχολογικά οφέλη της διαπροσωπικής συνομιλίας. Ελλείπουν από αυτή όλα εκείνα τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν την ανθρώπινη επαφή, όπως οι χειρονομίες, τα βλέμματα, οι κινήσεις του σώματος, το άγγιγμα κ.λπ.

Παράλληλα οι φιλίες και οι γνωριμίες των ΜΚΔ δεν βασίζονται πάντοτε στην ειλικρίνεια και στην πραγματική προσωπικότητα των ατόμων, αφού οι χρήστες έχουν την τάση να παρουσιάζουν στα προφίλ τους μια διαφορετική και, κυρίως, ωραιοποιημένη εικόνα του εαυτού και της ζωής τους.

Δημιουργούνται έτσι σχέσεις επικοινωνίας οι οποίες στηρίζονται σε μια παραποιημένη εντύπωση για τον χαρακτήρα και για την αληθινή φύση των χρηστών.

Η επιλογή των χρηστών να δίνουν μεγαλύτερη σημασία στο διαδικτυακό προφίλ και στην εικόνα που παρουσιάζουν στα ΜΚΔ τους οδηγεί στην παραμέληση τόσο των πραγματικών σχέσεων που ήδη έχουν, όσο και στη μέριμνα για δημιουργία νέων γνωριμιών στην πραγματική ζωή τους. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να εντείνεται η μοναξιά του ατόμου, το οποίο απομονώνεται όλο και περισσότερο στον εικονικό κόσμο του διαδικτύου. Ο χρήστης περιορίζεται στις διαδικτυακές «φιλίες» του και διατηρεί μια *ψευδαίσθηση κοινωνικότητας*, η οποία όμως δεν ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα αφού οι φίλοι αυτοί υπάρχουν και κινούνται σ' έναν εικονικό κόσμο μάλιστα, πολλοί από αυτούς δεν τους γνωρίζει πραγματικά εφόσον δεν τους έχει συναντήσει ποτέ. Η αληθινή φιλία, που μπορεί να δημιουργηθεί μέσα από τις κοινές εμπειρίες και τα κοινά βιώματα, υποκαθίσταται από μια εικονική φιλία, η οποία διαμορφώνεται σ' ένα σαθρό υπόβαθρο απλής ανταλλαγής αρχείων ψηφιακού υλικού.

Στις αρνητικές πτυχές των ΜΚΔ συγκαταλέγεται και το γεγονός ότι ο χρήστης βρίσκεται συχνά εκτεθειμένος σε φαινόμενα παρενόχλησης και εκφοβισμού από κακόβουλα άτομα. Η ανωνυμία ή η πλαστοπροσωπία που είναι εφικτές στα Μέσα αυτά, επιτρέπουν σε κακοπροαίρετα άτομα κάθε πιθανή κακομεταχείριση άλλων χρηστών, όπως είναι η εξύβριση, η εξαπάτηση ή ακόμη και ο εκβιασμός (bullying).

Το γεγονός, άλλωστε, ότι το ανέβασμα αρχείων είναι τόσο εύκολο παρασύρει πολλά νέα κυρίως άτομα στο να μοιράζονται με αγνώστους επί της ουσίας, ακόμη και πολύ προσωπικά δεδομένα τους, όπως φωτογραφίες, βίντεο κ.ά., τα οποία μπορούν να τύχουν επικίνδυνης εκμετάλλευσης από άτομα με εγκληματική διάθεση. Επιπλέον είναι πιθανή η υποκλοπή ευαίσθητων προσωπικών δεδομένων, που μπορούν να επιτρέψουν την οικονομική ή άλλη εκμετάλλευση του χρήστη.

Τέλος πρέπει να σημειωθεί, πως στο πλαίσιο της επικοινωνίας με άτομα, όχι πάντα αγαθής προαίρεσης, είναι πιθανή η έκθεση των νέων

ατόμων σε υλικό επιζήμιο για την ηλικία τους, όπως πορνογραφικό, προπαγανδιστικό, δογματικό, ρατσιστικό ή εθνικιστικό. Επίσης είναι πιθανή και η έκθεση των χρηστών σε κακόβουλο λογισμικό, το οποίο είτε ενδεχομένως καταστρέφει τον υπολογιστή είτε χρησιμοποιείται για την υποκλοπή στοιχείων και δεδομένων, για παράνομη χρήση ή εκβιασμό.

Βιβλιογραφικές αναφορές

- Robbins A. 1986. *Unlimited Power*. Εκδόσεις Διόπτρα, σελ. 68
- Safran C. 2010. Social Media in Education. Institute for Information Systems and Computer Media, Graz University of Technology
- Cole, M. 2009. Using Wiki technology to support student engagement: Lessons from the trenches. *Computers & Education* 52, σ.141–146
- Tricia M. Farwell & Richard D. Waters 2010. Exploring the Use of Social Bookmarking Technology in Education: An Analysis of Students' Experiences using a Course-specific Delicious.com Account. *MERLOT Journal of Online Learning and Teaching*, Vol. 6, No. 2, June 2010.
- Sim Wee Sing J., Hew K. 2010. "The use of weblogs in higher education settings: A review of empirical research", *Educational Research Review* 5, σελ. 151-163
- Στυλιάρης Γ. & Δήμου Β. 2015. Διδακτική της Πληροφορικής. Εκδόσεις Κάλλιπος σελ. 214-215
- Κέντρου Ε. 2010. Η χρήση των Podcasts ως εργαλεία μη τυπικής μάθησης σε φορείς πολιτισμού. Πρακτικά Εργασιών 7ου Πανελληνίου Συνεδρίου με Διεθνή Συμμετοχή «Οι ΤΠΕ στην Εκπαίδευση», τόμος II, Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου, Κόρινθος, σελ. 763-768
- Kietzmann J., Hermkens K., McCarthy I. & Silvestre B. 2011. Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54 (3), σελ. 241-251
- Dunbar Robin I. M. 2010. How many friends does one person need?: Dunbar's number and other evolutionary quirks. London: Faber and Faber. σελ. 469–493
- McCrae R. R. & Costa P. T. 1987. Validation of the five-factor model of personality across instruments and observers, *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(1), σελ. 81-90
- Κουλάκογλου Κ. 2002. Ψυχομετρία και Ψυχολογική Αξιολόγηση (2η Έκδ.). Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση
- Γιώτα Κ. 2015. Διδακτορική διατριβή: «Ο ρόλος της επικοινωνίας μέσω Διαδικτύου με τη χρήση υπολογιστή στη διαδικασία κοινωνικής αλληλεπίδρασης και ανάπτυξης διαπροσωπικών σχέσεων», Παν. Θεσσαλίας, σελ.53-55

- Zywica J., & Danowski J. 2008. The faces of Facebookers: Investigating social enhancement and social compensation hypotheses; Predicting Facebook™ and offline popularity from sociability and self-esteem, and mapping the meanings of popularity with semantic networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(1), σελ. 1-34
- Landers R. N., & Lounsbury J. W. 2006. An investigation of Big Five and narrow personality traits in relation to Internet usage. *Computers in Human Behavior*, 22, σελ.283-293
- Wilson K., Fornasier S., & White K. M. 2010. Psychological Predictors of Young Adults' Use of Social Networking Sites. *Cyberpsychology, Behavior & Social Networking*, 13(2), σελ. 173-177
- Amichai-Hamburger Y. & Vinitzky G. 2010. Social network use and personality. *Computers in Human Behavior*, 26, σελ.1289-1295
- Seidman G. 2013. Self-presentation and belonging on Facebook: How personality influences social media use and motivations. *Personality and Individual Differences*, 54, σελ. 402-407
- Γιώτα Κ. 2015. Διδακτορική διατριβή: «Ο ρόλος της επικοινωνίας μέσω Διαδικτύου με τη χρήση υπολογιστή στη διαδικασία κοινωνικής αλληλεπίδρασης και ανάπτυξης διαπροσωπικών σχέσεων», Παν. Θεσσαλίας, σελ.58-59
- Kuss D.J. & Griffiths M. D. 2011. Online Social-Networking and Addiction – A Review of the Psychological Literature, *International Journal of Environmental Research and Public Health*. Nottingham Trent University:UK σελ.226-234
- Christakis N. and Fowler J. 2009. *Connected: The Surprising Power of our Social Networks and How they Shape our Lives*. Εκδόσεις Κάτοπτρο, σελ. 337
- Castells M. 2005. Ο γαλαξίας του Διαδικτύου. Στοχασμοί για το Διαδίκτυο, τις επιχειρήσεις και την κοινωνία (μετάφραση Ε. Αστερίου). Αθήνα: Καστανιώτης [The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business and Society. Oxford: Oxford University Press, 2001], σελ.148-151
- Μάντης Κ. 2016. Μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media). Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <https://latistor.blogspot.com/2015/08/social-media.html>. Τελευταία προσπέλαση 13/02/2018
- Παπαχαρίση Ζ. 2014. Πολιτικοί, social media και επικοινωνία.. Οικονόμου, Συνέντευξη) kathimerini.gr. Τελευταία προσπέλαση 20/12/2017, Διαθέσιμο στο:

<http://www.kathimerini.gr/769549/article/proswpa/syney3eis/politiko-social-media-kai-epikoinwnia>

Papathanasopoulos S. 2011. European Media: Structures, Policies and Identity, Εκδόσεις: Polity, σελ. 24

Μέρος Β'

ΕΡΕΥΝΑ ΠΕΔΙΟΥ



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

Στατιστική επισκόπηση της χρήσης του Διαδικτύου και των ΜΚΔ βάσει της Digital in 2018

*“Η ζωή είναι ωραία για δυο πράγματα,
για να ανακαλύπτεις τη στατιστική και
για να διδάσκεις στατιστική”.*

Poisson S. 1826

6ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: Στατιστική επισκόπηση της χρήσης του Διαδικτύου και των ΜΚΔ βάσει της Digital in 2018

6.1 Εισαγωγή

Τα ΜΚΔ εμφανίστηκαν την τελευταία δεκαετία ως τεχνολογική δυνατότητα την οποία προσέφερε το Διαδίκτυο και έκτοτε έφεραν επανάσταση στον τρόπο επικοινωνίας και διαδρασης των ανθρώπων σε παγκόσμιο επίπεδο. Ουσιαστικά πρόκειται για υπηρεσίες του Διαδικτύου, που είναι προσβάσιμες από ηλεκτρονικό υπολογιστή, ταμπλέτα ή κινητό και στις οποίες τα άτομα εγγράφονται δημιουργώντας έναν «δυναμικό εαυτό» (προφίλ), μέσω του οποίου στη συνέχεια εμπλέκονται διαδραστικά με άλλους χρήστες της ίδιας εφαρμογής. Κάθε ΜΚΔ προσφέρει διαφορετικές δυνατότητες πληροφόρησης, δικτύωσης και ψυχαγωγίας, οπότε τα άτομα επιλέγουν αυτό που ανταποκρίνεται καλύτερα στις ανάγκες τους και μπορούν να εγγράφονται σε πολλά ΜΚΔ. Σε αυτό το κεφάλαιο, παρουσιάζουμε τα πιο πρόσφατα στατιστικά δεδομένα για τη χρήση των ΜΚΔ τόσο σε παγκόσμιο επίπεδο όσο και σε ελληνικό.

6.2 Έρευνα “Digital in 2018”

Η έρευνα “Digital in 2018” είναι η πιο πρόσφατη καταγραφή σε παγκόσμιο επίπεδο για το Διαδίκτυο, την κινητή τηλεφωνία και τα ΜΚΔ και τα στοιχεία της αναλύονται σε έξι ενότητες. Το πιο αξιοσημείωτο χαρακτηριστικό της έκθεσης είναι ότι αποκαλύπτει ορισμένες σημαντικές νέες τάσεις και ορόσημα. Ίσως το πιο συναρπαστικό στοιχείο της πρόσφατης έκθεσης είναι ότι οι χρήστες του Διαδικτύου παγκοσμίως έχουν πλέον ξεπεράσει τα 4 δισεκατομμύρια. Αν λάβουμε υπόψη ότι ο συνολικός πληθυσμός της γης είναι περίπου 7,5 δισεκατομμύρια, τότε πάνω από το ήμισυ του παγκόσμιου πληθυσμού χρησιμοποιεί το Διαδίκτυο. Ένα άλλο αξιοσημείωτο εύρημα δείχνει ότι οι άνθρωποι πλέον αφιερώνουν περισσότερο χρόνο στο Διαδίκτυο, αφού ο μέσος χρήστης ξοδεύει περίπου 6 ώρες κάθε μέρα. Η χρήση των ΜΚΔ συνεχίζει να αυξάνεται γρήγορα, όπως και ο αριθμός των ατόμων που τα

χρησιμοποιεί, αφού περισσότεροι από 3 δισεκατομμύρια άνθρωποι συνδέονται πλέον με κάποια πλατφόρμα.

Στην πρώτη ενότητα παρουσιάζουμε μια παγκόσμια θεώρηση της κατάστασης, όπως αποτυπώθηκε από την έκθεση “Digital in 2018”. Συγκεκριμένα ο πίνακας 1 δείχνει ότι το 53% του συνολικού πληθυσμού της Γης χρησιμοποιεί το Διαδίκτυο ενώ το 42% είναι ενεργοί χρήστες των ΜΚΔ.

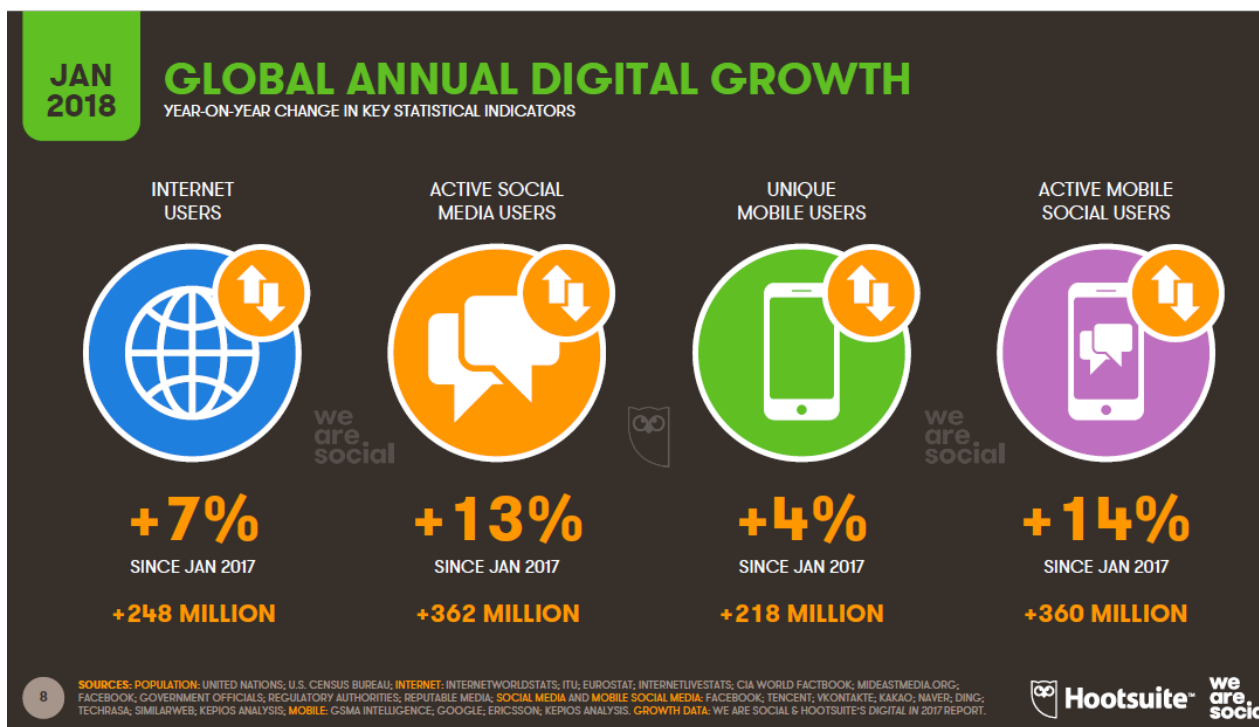


Πίνακας 1: Γενική θεώρηση των ψηφιακών χρηστών

Πηγή: <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-global-overview-86860338>

Τελευταία προσπέλαση 12/02/2018

Η ετήσια αύξηση των χρηστών ΜΚΔ είναι σχεδόν διπλάσια σε σχέση με την ετήσια αύξηση των χρηστών Διαδικτύου, όπως φαίνεται στον πίνακα 2. Αξιοσημείωτο είναι ότι η αύξηση των χρηστών ΜΚΔ σχεδόν ταυτίζεται με την αύξηση χρηστών ΜΚΔ μέσω κινητών τηλεφώνων.



Πίνακας 2: Παγκόσμιος ετήσιος ρυθμός αύξησης των ψηφιακών χρηστών

Πηγή: <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-global-overview-86860338>

Τελευταία προσπέλαση 12/02/2018

Στον πίνακα 3 παρατηρούμε ότι ενεργοί χρήστες των ΜΚΔ στην Ευρώπη αποτελούν το 53% του συνολικού πληθυσμού, ενώ καθημερινή πρόσβαση στο Διαδίκτυο έχει το 80%.

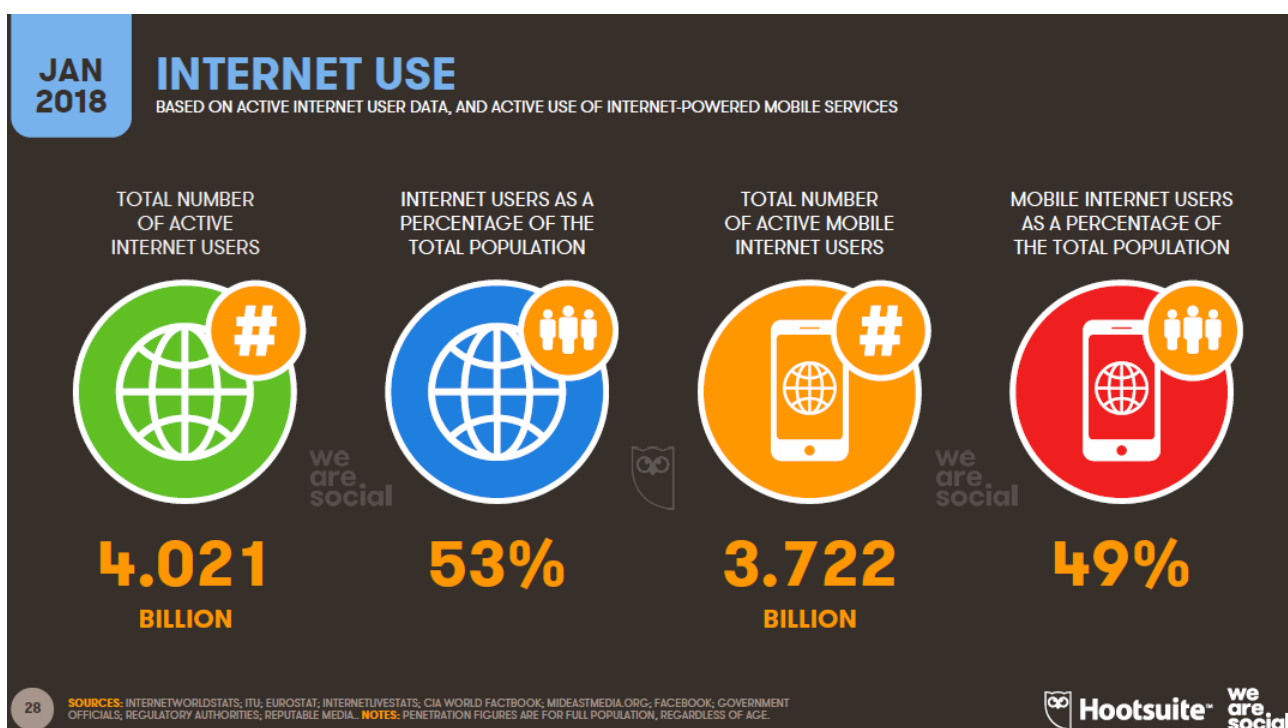


Πίνακας 3: Ψηφιακοί χρήστες στην Ευρώπη

Πηγή: <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-global-overview-86860338>

Τελευταία προσπέλαση 12/02/2018

Στη δεύτερη ενότητα παρουσιάζουμε μια θεώρηση της χρήσης του Διαδικτύου παγκοσμίως, όπως αποτυπώθηκε στην έκθεση “Digital in 2018”. Συγκεκριμένα στο πίνακα 4 παρουσιάζονται οι απόλυτοι και οι σχετικοί αριθμοί των συνολικών χρηστών του Διαδικτύου. Το αξιοσημείωτο στον πιο κάτω πίνακα, δείχνει ότι το 92,5% του συνολικού αριθμού χρηστών του Διαδικτύου, χρησιμοποιεί κινητό τηλέφωνο και μόλις το 7,5% χρησιμοποιεί Η/Υ ή ταμπλέτα.

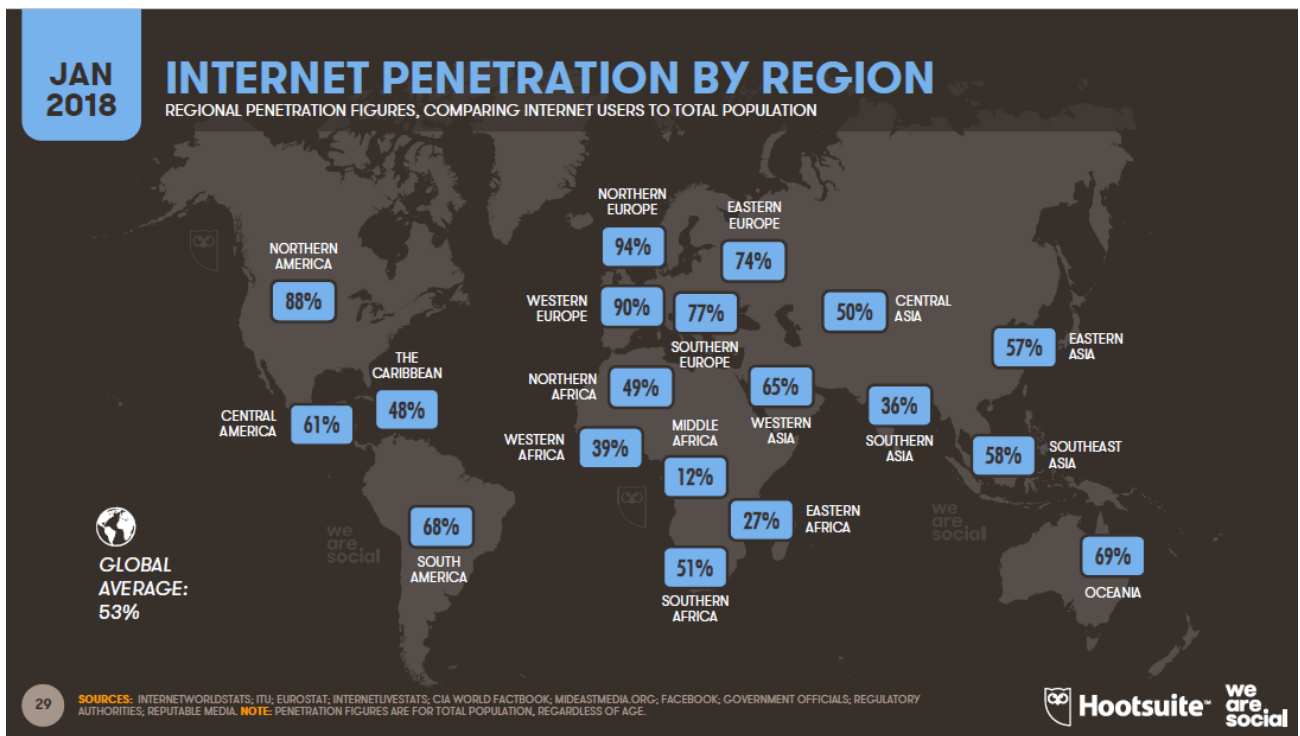


Πίνακας 4: Χρήση Διαδικτύου

Πηγή: <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-global-overview-86860338>

Τελευταία προσπέλαση 12/02/2018

Στον πίνακα 5 παρουσιάζονται τα ποσοστά διείσδυσης στο Διαδίκτυο για τις περιοχές του πλανήτη. Είναι προφανές ότι η Βορειοδυτική Ευρώπη και η Βόρεια Αμερική εμφανίζουν τα υψηλότερα ποσοστά που κυμαίνονται γύρω στο 90%.



Πίνακας 5: Χρήση Διαδικτύου ανά περιοχή

Πηγή: <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-global-overview-86860338>

Τελευταία προσπέλαση 12/02/2018

Στον πίνακα 6 εμφανίζονται οι δέκα δημοφιλέστερες ιστοσελίδες παγκοσμίως μεταξύ των πρώτων θέσεων στην κατάταξη υπάρχουν ιστοσελίδες ΜΚΔ με κυρίαρχο το Facebook. Είναι προφανές λοιπόν ότι οι χρήστες χρησιμοποιούν σε πολύ μεγάλο βαθμό το Διαδίκτυο προκειμένου να έχουν πρόσβαση σε ΜΚΔ.

JAN 2018 **THE WORLD'S MOST VISITED WEBSITES**
RANKINGS OF THE WEBSITES THAT ATTRACT THE GREATEST VOLUME OF WEB TRAFFIC IN THE WORLD

SIMILARWEB RANKING, BASED ON TOTAL TRAFFIC TO WEBSITE

#	WEBSITE	CATEGORY	TIME PER VISIT
01	GOOGLE.COM	SEARCH	07:07
02	FACEBOOK.COM	SOCIAL	13:41
03	YOUTUBE.COM	VIDEO	19:56
04	BAIDU.COM	SEARCH	08:49
05	XVIDEOS.COM	ADULT	13:01
06	YIDIANZIXUN.COM	SEARCH	15:12
07	GOOGLE.CO.IN	SEARCH	07:47
08	SOGO.COM	SEARCH	06:23
09	XNXX.COM	ADULT	13:16
10	YAHOO.COM	NEWS	06:14

ALEXA RANKING, BASED ON AVERAGE DAILY VISITORS AND PAGE VIEWS

#	WEBSITE	CATEGORY	TIME PER DAY
01	GOOGLE.COM	SEARCH	07:35
02	YOUTUBE.COM	VIDEO	08:18
03	FACEBOOK.COM	SOCIAL	10:20
04	BAIDU.COM	SEARCH	07:32
05	WIKIPEDIA.ORG	REFERENCE	04:16
06	REDDIT.COM	SOCIAL	15:47
07	YAHOO.COM	NEWS	04:03
08	GOOGLE.CO.IN	SEARCH	07:05
09	QQ.COM	NEWS	04:34
10	AMAZON.COM	SHOPPING	08:29

43 SOURCES: SIMILARWEB (DATA FOR NOVEMBER 2017); ALEXA (DATA FOR 3 MONTHS ENDING 12 JANUARY 2018). TIMES ARE IN MINUTES AND SECONDS.

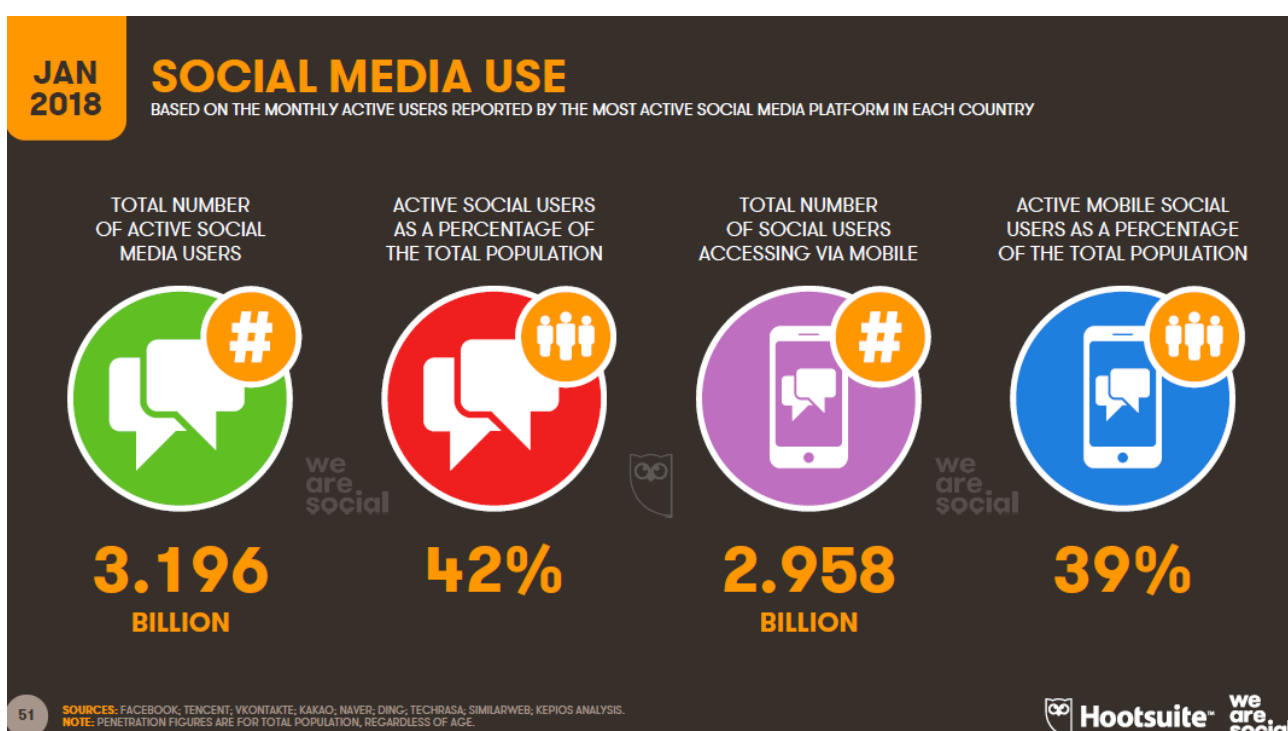
Hootsuite we are social

Πίνακας 6: Δημοφιλέστερες ιστοσελίδες παγκοσμίως

Πηγή: <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-global-overview-86860338>

Τελευταία προσπέλαση 12/02/2018

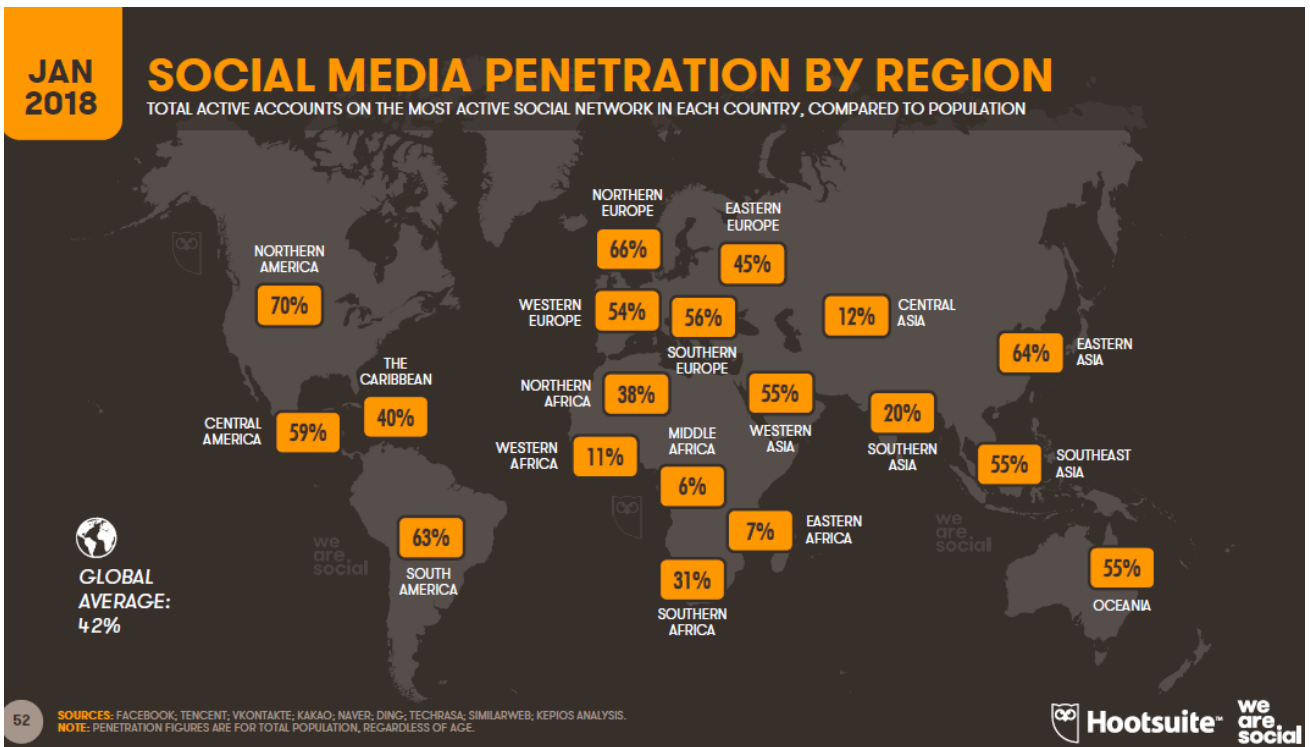
Στην τρίτη ενότητα παρουσιάζουμε μια θεώρηση της χρήσης των ΜΚΔ παγκοσμίως όπως αποτυπώθηκε στην έκθεση “Digital in 2018”. Συγκεκριμένα, στον πίνακα 7 παρατηρούμε ότι το 42% του συνολικού πληθυσμού παγκοσμίως είναι ενεργοί χρήστες τουλάχιστον ενός ΜΚΔ. Σε απόλυτους αριθμούς δηλαδή 3,2 δισεκατομμύρια άτομα χρησιμοποιούν καθημερινά τα ΜΚΔ. Σύμφωνα με την πιο πάνω έκθεση, οι περιοχές με τα υψηλότερα ποσοστά διείσδυσης είναι η Βόρεια Αμερική, η Βόρεια Ευρώπη και η Ανατολική Ασία (Κίνα), τα ποσοστά των οποίων είναι πάνω από το 65 % όπως μπορούμε να διαπιστώσουμε στον πίνακα 8.



Πίνακας 7: Χρήση ΜΚΔ παγκοσμίως

Πηγή: <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-global-overview-86860338>

Τελευταία προσπέλαση 12/02/2018

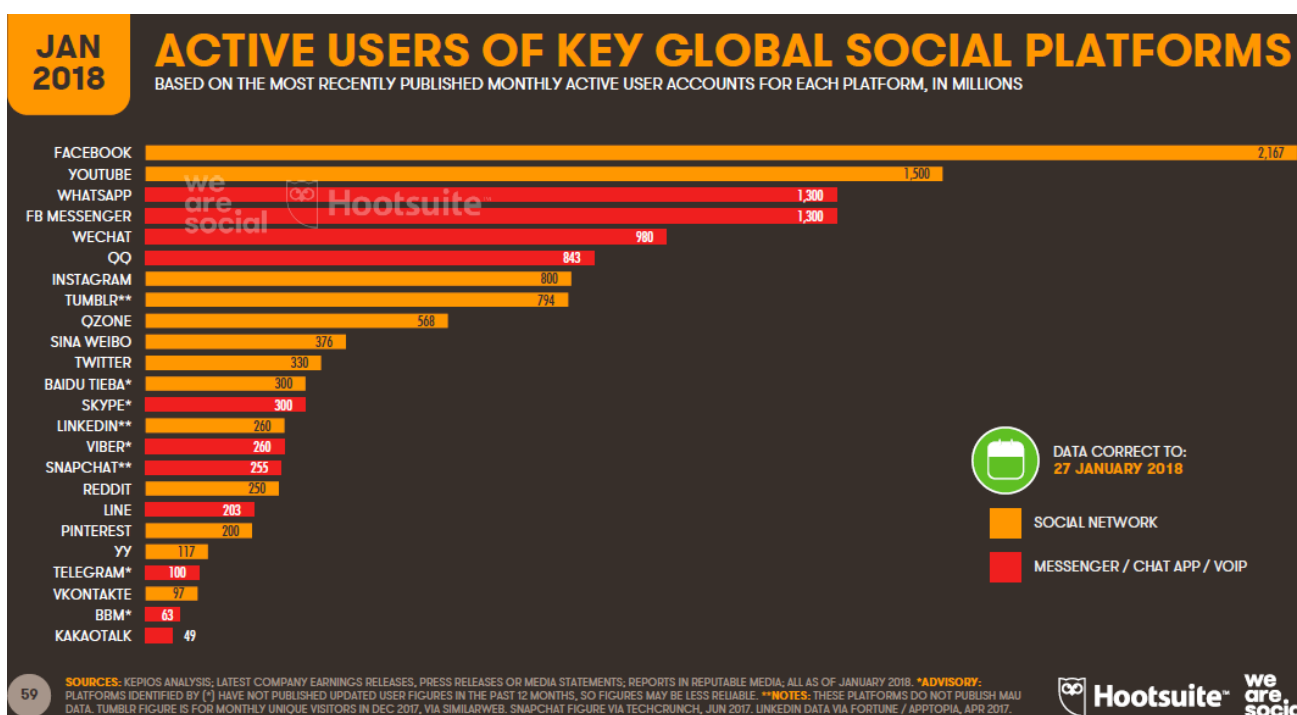


Πίνακας 8: Χρήση ΜΚΔ ανά περιοχή

Πηγή: <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-global-overview-86860338>

Τελευταία προσπέλαση 12/02/2018

Ένα πολύ ενδιαφέρον γράφημα παρουσιάζεται στον πίνακα 9 και αφορά στις πλατφόρμες των ΜΚΔ που χρησιμοποιούνται περισσότερο. Στην πρώτη θέση βρίσκεται το Facebook με 2,1 εκατομμύρια χρήστες και ακολουθεί το YouTube με 1,5 εκατομμύριο χρήστες. Ενδιαφέρον επίσης παρουσιάζει ότι στις επόμενες τρεις θέσεις βρίσκουμε τρεις εφαρμογές ανταλλαγής μηνυμάτων, κάτι που δείχνει ότι είναι πλέον εξαιρετικά δημοφιλής αυτός ο τρόπος επικοινωνίας.

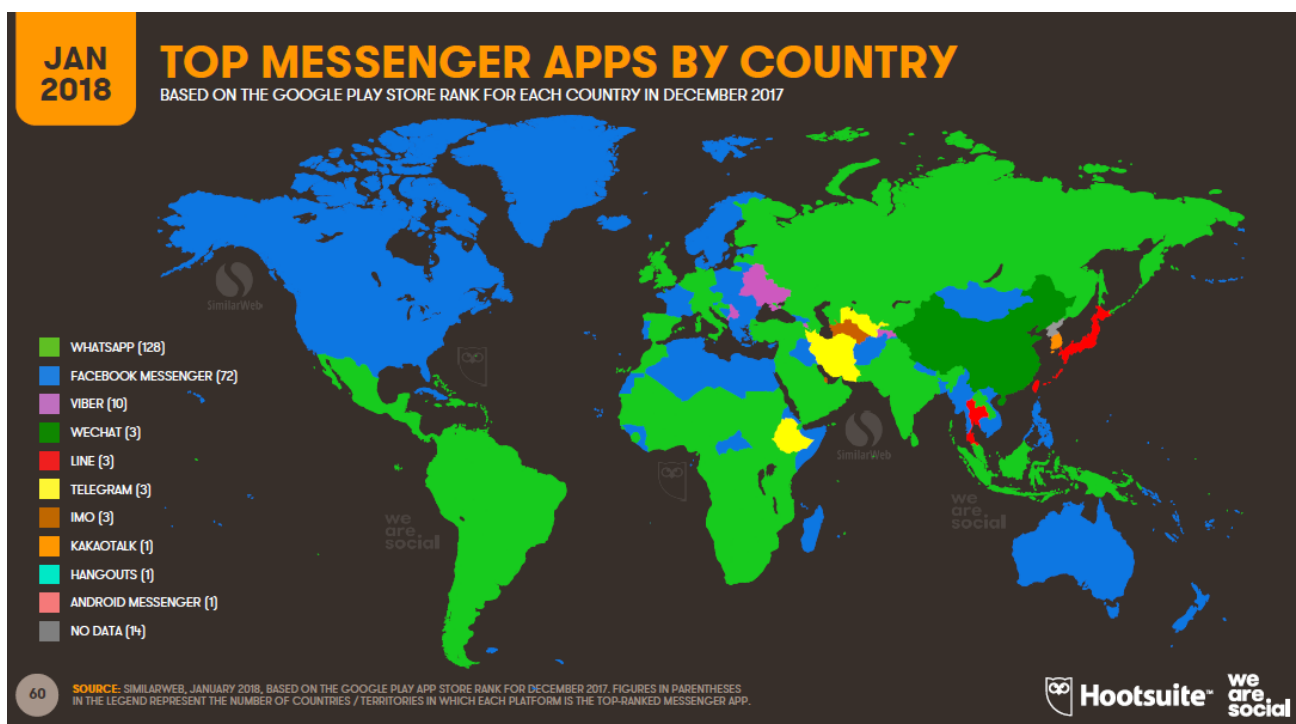


Πίνακας 9: Ενεργοί χρήστες ΜΚΔ παγκοσμίως

Πηγή: <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-global-overview-86860338>

Τελευταία προσπέλαση 12/02/2018

Σε συνέχεια της πιο πάνω παρατήρησης αναφορικά με τις εφαρμογές ανταλλαγής μηνυμάτων, ο πίνακας 10 δείχνει έναν παγκόσμιο χάρτη με τις δημοφιλέστερες εφαρμογές. Όπως είναι προφανές, δυο είναι οι εφαρμογές που κυριαρχούν: το WhatsApp και το FB Messenger.

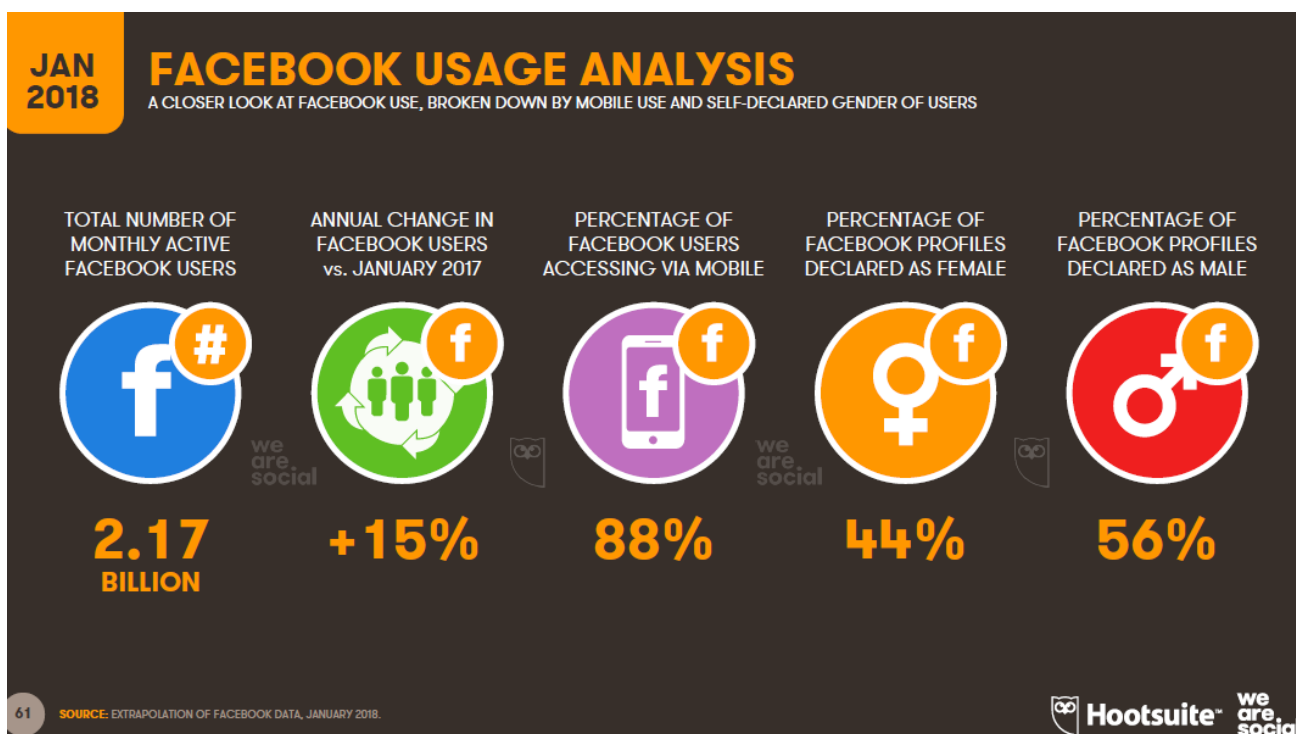


Πίνακας 10: Ενεργοί χρήστες ΜΚΔ παγκοσμίως

Πηγή: <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-global-overview-86860338>

Τελευταία προσπέλαση 12/02/2018

Όπως αποδεικνύεται από τα στατιστικά δεδομένα της εν λόγω έκθεσης, το Facebook αποτελεί το πιο διαδεδομένο ΜΚΔ σε όλο τον κόσμο. Εξαιτίας αυτού και μόνο είναι σκόπιμο σε αυτό το σημείο να διερευνήσουμε περαιτέρω τα ευρήματα αυτής της έρευνας, προκειμένου να προβούμε σε ορισμένες ουσιώδεις διαπιστώσεις. Ξεκινώντας με τον πίνακα 11, διαπιστώνουμε ότι οι ενεργοί χρήστες του Facebook σε όλο τον κόσμο είναι πάνω από δυο εκατομμύρια και μάλιστα σε σχέση με την αντίστοιχη περυσινή μέτρηση παρουσιάστηκε αύξηση στον αριθμό τους κατά 15%. Η συντριπτική πλειοψηφία αυτών (σημ. 88%), χρησιμοποιεί το κινητό τηλέφωνο προκειμένου να περιηγηθεί στο Facebook. Μια άλλη παρατήρηση αφορά στο φύλο του χρήστη, όπου διαπιστώνουμε ότι υπάρχει ένα μικρό προβάδισμα των ανδρών, έναντι των γυναικών.

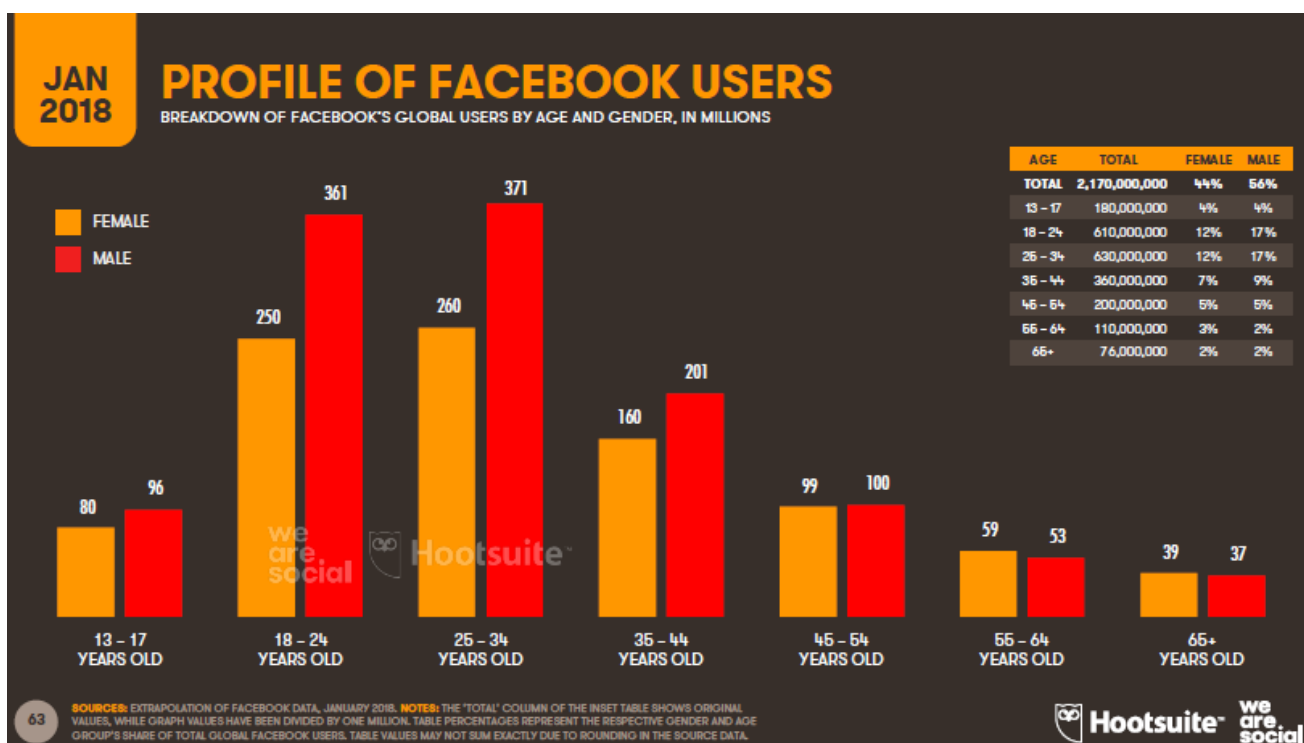


Πίνακας 11: Χρήση του Facebook παγκοσμίως,

Πηγή: <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-global-overview-86860338>

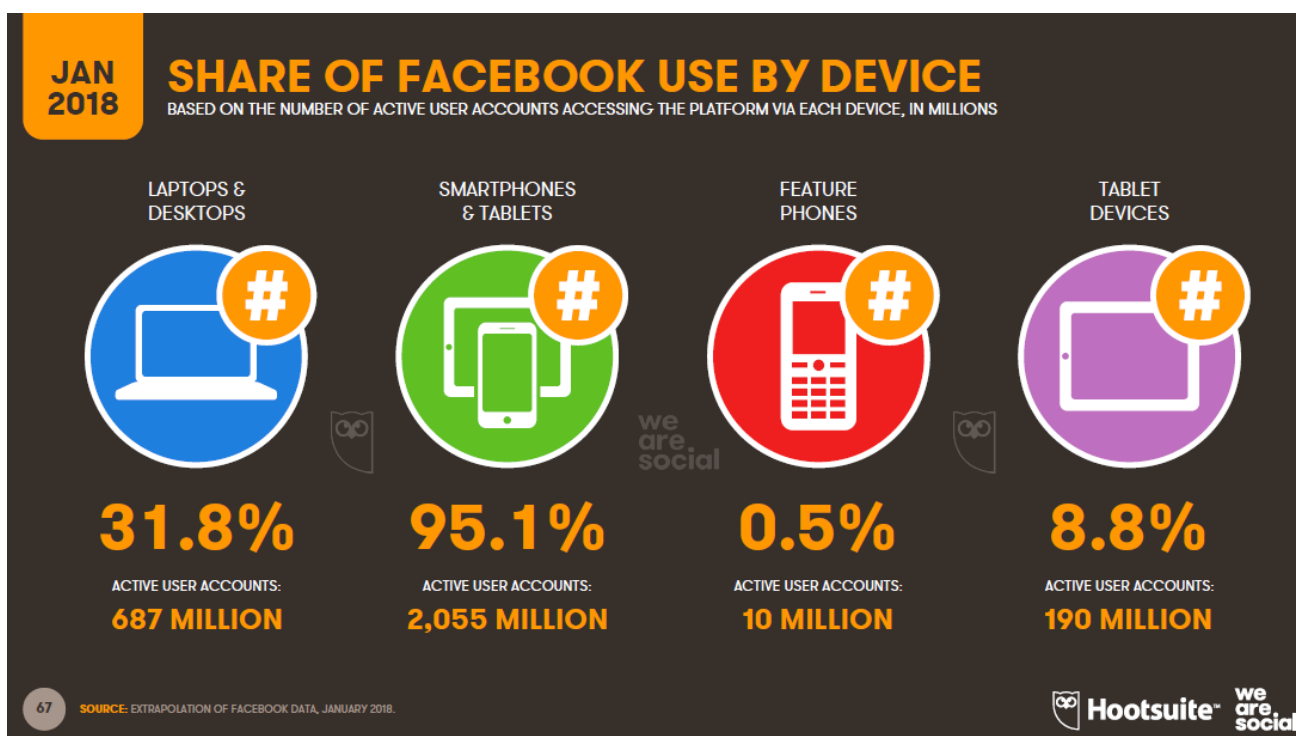
Τελευταία προσπέλαση 12/02/2018

Εξαιρετικό ενδιαφέρον παρουσιάζει ο πίνακας 12 στον οποίο καταγράφονται τα ηλικιακά προφίλ των χρηστών του Facebook. Συγκεκριμένα, παρουσιάζονται οι ηλικιακές ομάδες των χρηστών ανά φύλο. Μια πρώτη διαπίστωση δείχνει ότι τα αντρικά προφίλ στο Facebook υπερτερούν των γυναικείων κατά πολύ, ιδιαίτερα στις μικρές ηλικιακές ομάδες (18-34). Σε αυτές τις ηλικιακές ομάδες, άλλωστε, εμφανίζονται και τα υψηλότερα ποσοστά χρηστών του Facebook. Μια δεύτερη διαπίστωση είναι ότι στις ηλικίες άνω των 45 ετών τα ποσοστά των χρηστών του Facebook είναι τα χαμηλότερα και είναι λογικό σε ένα βαθμό, όμως παρουσιάζουν συντριπτική ταύτιση των ποσοστών σε άνδρες και γυναίκες.



Πίνακας 12: Ηλικιακό προφίλ χρηστών του Facebook παγκοσμίως
 Πηγή: <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-global-overview-86860338>
 Τελευταία προσπέλαση 12/02/2018

Μια αξιοσημείωτη αλλαγή ως προς τη συσκευή που χρησιμοποιούν οι ενεργοί χρήστες του Facebook, προκειμένου να έχουν πρόσβαση στην αγαπημένη τους εφαρμογή, αποδεικνύεται από τον πίνακα 13. Συγκεκριμένα, ενώ κατά την προηγούμενη δεκαετία οι πιο δημοφιλείς συσκευές πρόσβασης ήταν οι φορητοί υπολογιστές και οι ταμπλέτες, τα τελευταία χρόνια η δημοφιλέστερη συσκευή, μακράν της δεύτερης, είναι το κινητό τηλέφωνο. Αυτό βέβαια εξηγείται, αφού πλέον τα «έξυπνα» κινητά τηλέφωνα τελευταίας γενιάς, δεν είναι απλές τηλεφωνικές συσκευές. Με το κατάλληλο λογισμικό που διαθέτουν αποτελούν ουσιαστικά έναν μικροϋπολογιστή τσέπης με απεριόριστες δυνατότητες.

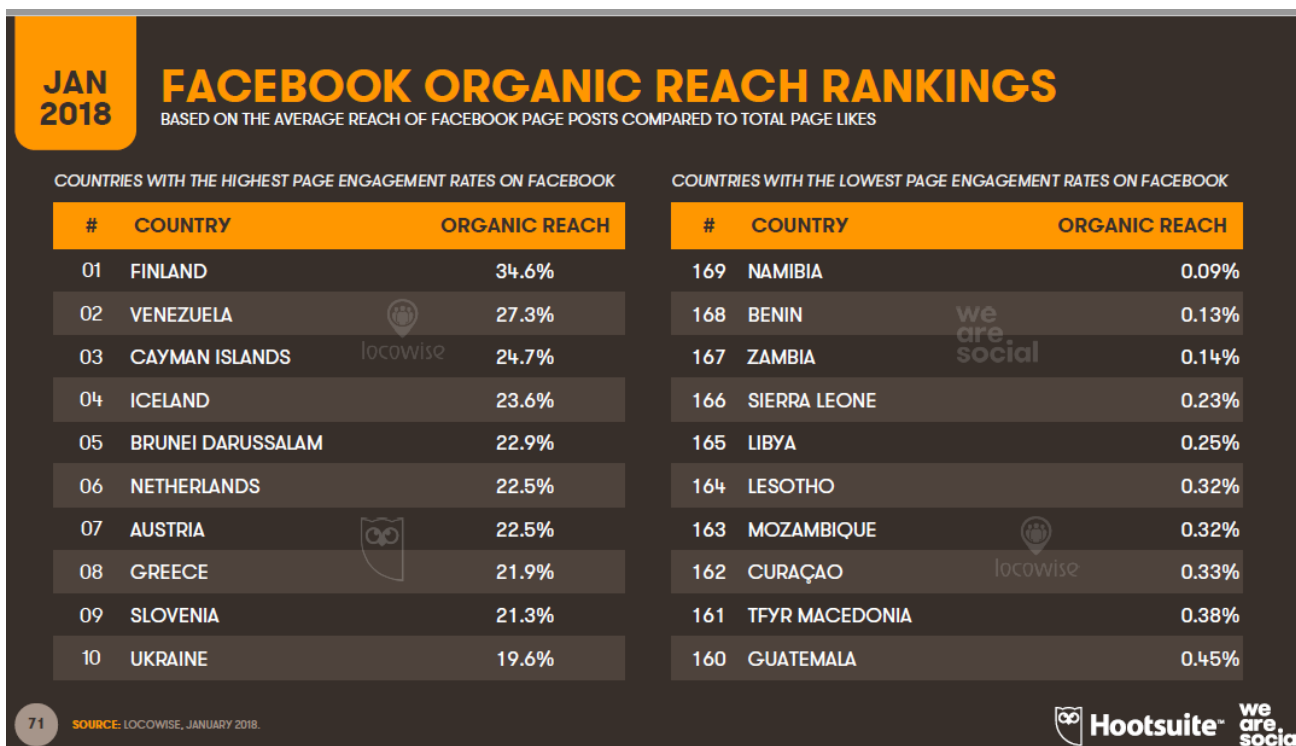


Πίνακας 13: Συσκευές για πρόσβαση στο Facebook

Πηγή: <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-global-overview-86860338>

Τελευταία προσπέλαση 12/02/2018

Μια πολύ ενδιαφέρουσα στατιστική μέτρηση στο πλαίσιο της έκθεσης που παρουσιάζουμε καταγράφεται στον πίνακα 14, στον οποίο εμφανίζονται οι χώρες με τα υψηλότερα ποσοστά αφοσίωσης στο Facebook. Η Φινλανδία κατέχει με μεγάλη διαφορά την πρώτη θέση παγκοσμίως και σε ένα βαθμό αυτό είναι απολύτως φυσιολογικό εάν λάβουμε υπόψη μας δυο παραμέτρους: τις κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν στην περιοχή και την τεχνολογική πρόοδο που χαρακτηρίζει την συγκεκριμένη χώρα. Στον ίδιο πίνακα, η Ελλάδα καταλαμβάνει την όγδοη θέση σε παγκόσμια κατάταξη (την πέμπτη στο σύνολο των ευρωπαϊκών χωρών).

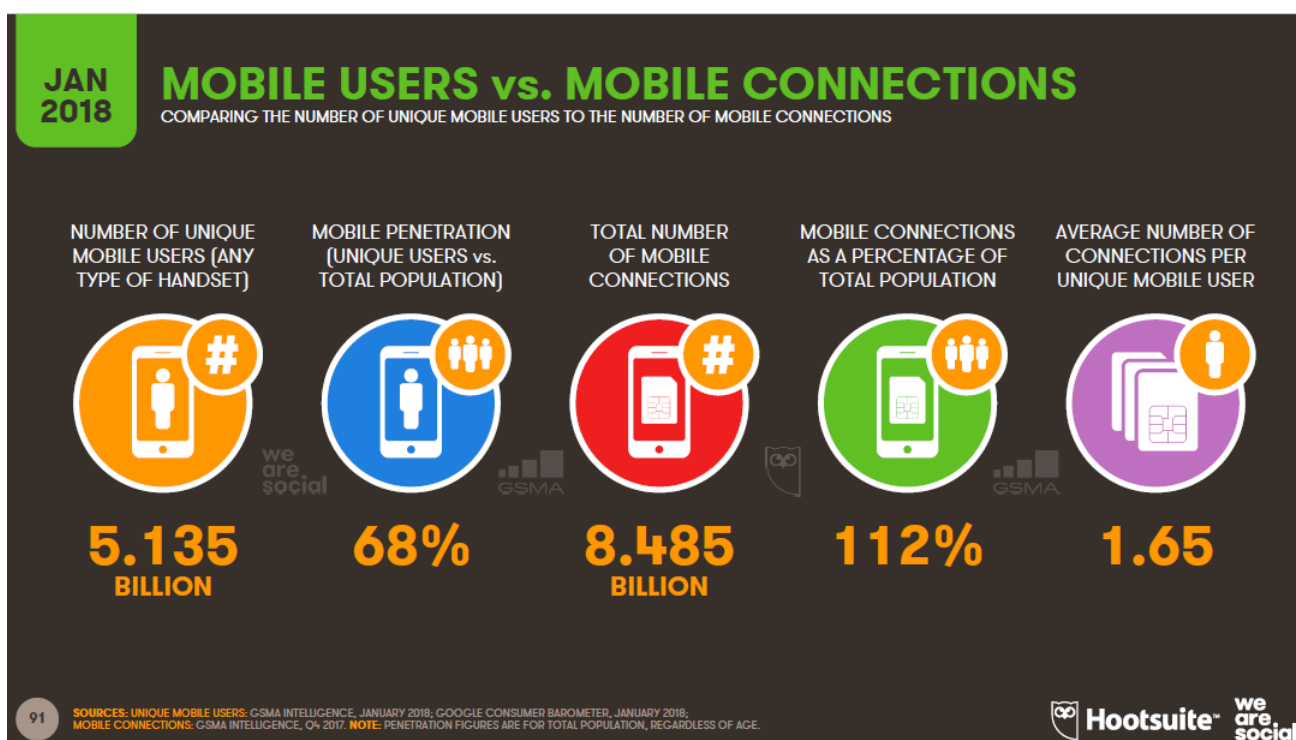


Πίνακας 14: Δείκτες αφοσίωσης στο Facebook

Πηγή: <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-global-overview-86860338>

Τελευταία προσπέλαση 12/02/2018

Στην πέμπτη ενότητα, παρουσιάζονται στατιστικά στοιχεία που αφορούν την χρήση των κινητών τηλεφώνων παγκοσμίως, όπως αποτυπώθηκε από την έκθεση “Digital in 2018”. Το αξιοσημείωτο πόρισμα της εν λόγω έρευνας (πίνακας 15), είναι το γεγονός ότι οι συνδέσεις σε κινητά τηλέφωνα ως ποσοστό του συνολικού πληθυσμού, είναι 112%. Δηλαδή, υπάρχουν περισσότερες συνδέσεις απ’ ότι ο συνολικός πληθυσμός. Βέβαια αυτό δικαιολογείται, εφόσον πολλοί άνθρωποι χρησιμοποιούν περισσότερους της μιας σύνδεσης, όπως προκύπτει, άλλωστε, και από τον πίνακα 16. Ένα άλλο αξιοσημείωτο στοιχείο που προκύπτει, αφορά στο πολύ υψηλό ποσοστό της διείσδυσης που έχει το κινητό τηλέφωνο στο σύνολο του πληθυσμού, που ανέρχεται στο 68%.



Πίνακας 15: Χρήστες κινητών vs συνδέσεων κινητών

Πηγή: <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-global-overview-86860338>

Τελευταία προσπέλαση 12/02/2018

JAN
2018

PERSPECTIVE: MOBILE USERS vs. CONNECTIONS

COMPARING THE NUMBER OF UNIQUE INDIVIDUALS USING MOBILE PHONES TO THE NUMBER OF MOBILE CONNECTIONS IN USE

GSMA INTELLIGENCE DATA

TOTAL NUMBER
OF MOBILE USERS
(UNIQUE INDIVIDUALS)



5.135
BILLION

TOTAL NUMBER
OF MOBILE
CONNECTIONS



8.485
BILLION

GSMA

ERICSSON MOBILITY REPORT DATA

TOTAL NUMBER
OF MOBILE USERS
(UNIQUE INDIVIDUALS)



5.300
BILLION

TOTAL NUMBER
OF MOBILE
CONNECTIONS



7.800
BILLION

ERICSSON

94

SOURCES: GSMA INTELLIGENCE, JANUARY 2018; ERICSSON MOBILITY REPORT, NOVEMBER 2017.

Hootsuite we
are social

Πίνακας 16: Χρήστες κινητών vs συνδέσεων κινητών,
Πηγή: <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-global-overview-86860338>

Τελευταία προσπέλαση 12/02/2018

6.3 Έρευνα “Focus On Tech Life”

Σε αυτή την ενότητα παρουσιάζουμε την υφιστάμενη κατάσταση στην Ελλάδα, αναφορικά με τα ΜΚΔ, σύμφωνα με μια πανελλαδική έρευνα που έγινε από την εταιρεία Focus Bari. Η ταυτότητα της έρευνας με κωδική ονομασία «Focus On Tech Life», αφορά το χρονικό διάστημα Μαρτίου - Ιουνίου 2017. Η έρευνα διεξήχθη σε δείγμα 4.998 ατόμων, καλύπτοντας το σύνολο της επικράτειας και πληθυσμό ηλικίας 13-74 ετών που αντιστοιχεί σε 8,4 εκατ. πολίτες.

Αναλυτικά αποτελέσματα και παρουσίαση της εν λόγω έρευνας είναι διαθέσιμα στο δικτυακό τόπο της εταιρείας www.focusbari.gr. Υστερα από μια πρώτη ανάγνωση, διαπιστώνουμε γενικά τη συχνότητα χρήσης του Διαδικτύου από τους Έλληνες. Όπως προκύπτει από τα αποτελέσματα της έρευνας, το 81,8% των Ελλήνων επισκέπτεται το Διαδίκτυο με οποιαδήποτε συχνότητα. Ωστόσο, πάνω από 7 στους 10 Έλληνες (71%) επισκέπτονται έστω έναν δικτυακό τόπο καθημερινά.

Ένα άλλο εξίσου σημαντικό εύρημα της έρευνας, αφορά στην εκτίμηση του χρόνου χρήσης του Διαδικτύου ανά ημέρα. Η μέση διάρκεια περιήγησης του Έλληνα χρήστη στο Διαδίκτυο, ξεπερνά τις 3 ώρες σε καθημερινή βάση. Βεβαίως οι νεότεροι σε ηλικία έχουν πολύ υψηλότερη επίδοση και αντίθετα οι μεγαλύτερες ηλικίες ξοδεύουν λιγότερο χρόνο. Ο λόγος προφανής. Οι μικρότερες γενιές είναι περισσότερο εξοικειωμένες με τις νέες τεχνολογίες σε αντίθεση με τις μεγαλύτερες.

Επίσης, ένα άλλο αξιοσημείωτο εύρημα της έρευνας, είναι η διαπίστωση ότι η χρήση του Διαδικτύου και των «έξυπνων» συσκευών γενικότερα, ξεκινά απ' όλο και μικρότερη ηλικία στη χώρα μας. Ήδη το 75,7% των παιδιών ηλικίας 5 έως 12 ετών χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο καθημερινά. Ιδιαίτερα για αυτές τις μικρές ηλικίες, η δημοφιλέστερη συσκευή είναι η ταμπλέτα (tablet).

Το **tablet** είναι

η πιο **διαδεδομένη** συσκευή

από την οποία συνδέονται
στο διαδίκτυο τα παιδιά [31%]



Για τις **μικρές ηλικίες**
κύρια συσκευή
είναι το **tablet** [25%] ...

... ενώ τα **μεγαλύτερα**
παιδιά χρησιμοποιούν
κυρίως το **smartphone** [42%]
για να συνδέονται
στο internet

Εικόνα 9: Ελληνόπουλα και Διαδίκτυο

Πηγή: <https://www.focusbari.gr/%CF%80%CF%81%CE%BF%CE%B9%CE%BF%CE%BD%CF%84%CE%B1/focus-on-tech-life.html>
Τελευταία προσπέλαση 22/12/2017

Ποιο είναι όμως το μέσο, «το όχημα», που χρησιμοποιεί κυρίως ο Έλληνας χρήστης για να περιηγηθεί στο Διαδίκτυο; Ποια είναι η δημοφιλέστερη συσκευή, μέσω της οποίας οι Έλληνες περιηγούνται στο Διαδίκτυο; Η απάντηση στην ερώτηση αυτή, ως ένα βαθμό, μας δίνει και μια ισχυρή αιτιολογία για το λόγο που έχει διεισδύσει το διαδίκτυο τόσο έντονα στην καθημερινή μας ζωή.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, το δημοφιλέστερο μέσο με το οποίο οι Έλληνες χρήστες περιηγούνται στο Διαδίκτυο, είναι τα έξυπνα κινητά τηλέφωνα (smart phones). Άλλωστε, οι 3 στους 4 Έλληνες διαθέτουν smart phone. Το αξιοπρόσεκτο εδώ είναι ότι σχεδόν όλοι οι Έλληνες χρήστες κινητού τηλεφώνου, με ηλικία μικρότερη των 34 ετών, διαθέτουν smart phone!! Αναφορικά με τους Έλληνες χρήστες του Διαδικτύου, σε ποσοστό 68%, δηλαδή περίπου οι επτά στους δέκα, περιηγείται σε αυτό χρησιμοποιώντας smart phone.

Επομένως το σημαντικό συμπέρασμα που προκύπτει από αυτά τα στοιχεία είναι ότι, τα smart phones αποτελούν «το όχημα» για τους νέους ηλικιακά χρήστες του Διαδικτύου. Ένα εξίσου σημαντικό συμπέρασμα είναι ότι, οι μικρές ηλικίες (παιδιά) χρησιμοποιούν ταμπλέτες για να περιηγηθούν

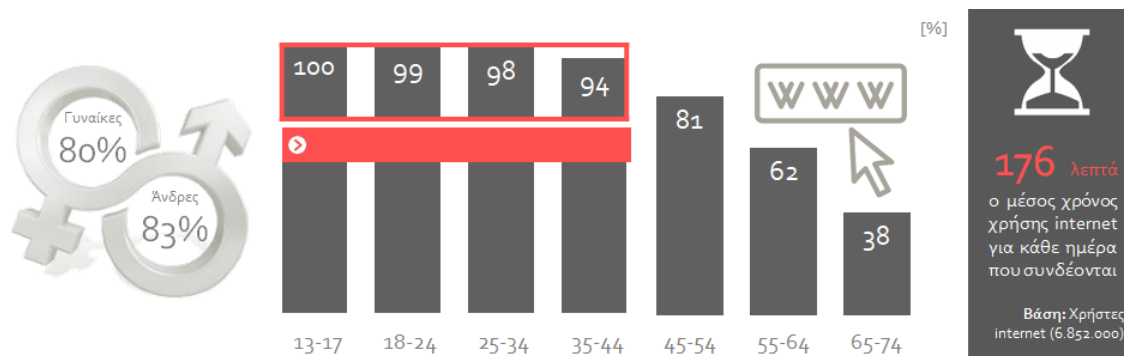
στο Διαδίκτυο, ενώ οι μεγαλύτερες ηλικίες (έφηβοι και νέοι) χρησιμοποιούν σχεδόν αποκλειστικά smart phones.

Όπως προκύπτει από τα ευρήματα της έρευνας, πάνω από το 80% του ενεργού πληθυσμού της χώρας περιηγείται στο Διαδίκτυο με οποιαδήποτε συχνότητα και οι περισσότεροι εξ αυτών το κάνουν σε καθημερινή βάση. Ιδιαίτερα στις μικρότερες ηλικίες (13-25 έτη) η χρήση του Διαδικτύου είναι καθολική και γίνεται όχι απλά σε καθημερινή βάση αλλά και για πολλές ώρες ημερησίως.

Συνεχίζοντας την ανάλυση της έρευνας, διαπιστώνουμε ότι οι Έλληνες σε ποσοστό 81,8% περιηγούνται στο Διαδίκτυο με οποιαδήποτε συχνότητα, ενώ το 70,8% του πληθυσμού συνδέεται καθημερινά στο Διαδίκτυο. Στις μικρότερες ηλικίες, τα ποσοστά είναι ακόμη υψηλότερα και αγγίζουν το 87,7%. Αυτό γίνεται ορατό σε όλες τις δραστηριότητες των νέων, όπου οι πιο πολλοί σχεδόν εμμονικά επισκέπτονται το Facebook, το Instagram ή άλλες πλατφόρμες ΜΚΔ.

Ένα άλλο σημαντικό συμπέρασμα που προκύπτει από την ανάλυση της έρευνας, είναι ότι οι νεότεροι ηλικιακά, ξοδεύουν διπλάσιο χρόνο στο Διαδίκτυο από τους πιο ηλικιωμένους. Συγκεκριμένα η μέση διάρκεια χρήσης του Διαδικτύου ανά άτομο στην Ελλάδα είναι τρεις ώρες. Στις μεγάλες ηλικίες 65-74 ετών η περιήγηση στο Διαδίκτυο διαρκεί περίπου δύο ώρες (122 λεπτά της ώρας), αλλά στις ηλικίες 18-24 ετών φτάνει τις τέσσερις ώρες (236 λεπτά).

Συμπερασματικά, μπορούμε να πούμε ότι, οι τρεις συσκευές που χρησιμοποιούν οι Έλληνες για να περιηγηθούν στο διαδίκτυο είναι κατά σειρά προτίμησης: το κινητό τηλέφωνο με ποσοστό 68%, ο φορητός υπολογιστής με ποσοστό 51,3% και ο σταθερός υπολογιστής με ποσοστό 36%. Τα στοιχεία της ίδιας έρευνας δείχνουν ακόμη ότι οι πιο δημοφιλείς διαδικτυακοί τόποι είναι τα ΜΚΔ (34%), οι χάρτες (22,4%), οι ενημερωτικές ιστοσελίδες (21,8%), τα παιχνίδια (21,8%) και η διασκέδαση (21,5%).



Εικόνα 10: χρήση Διαδικτύου ανά ηλικία

Πηγή: <https://www.focusbari.gr/%CF%80%CF%81%CE%BF%CE%B9%CE%BF%CE%BD%CF%84%CE%B1/focus-on-tech-life.html>
Τελευταία προσπέλαση 22/12/2017

Η τελευταία ενότητα της έρευνας, παρουσιάζει εξαιρετικό ενδιαφέρον μιας και αναφέρεται αναλυτικά σε στοιχεία που αφορούν τα ΜΚΔ. Το πιο χαρακτηριστικό στοιχείο που προκύπτει, είναι ότι σε καθημερινή βάση, τουλάχιστον ένα ΜΚΔ χρησιμοποιείται από τους μισούς περίπου Έλληνες (48,5%) στο γενικό πληθυσμό. Ειδικότερα για την ηλικιακή ομάδα 18-44, προκύπτει ότι επτά στους δέκα Έλληνες επισκέπτονται καθημερινά ένα τουλάχιστον ΜΚΔ (68,4%). Σε ότι έχει να κάνει με το μέσο ημερήσιο χρόνο που αφιερώνει ο κάθε χρήστης στα ΜΚΔ, αυτός εμφανίζεται να είναι πάνω από 82 λεπτά.

Η ταυτότητα των σύγχρονων πόλεων της Ελλάδος και ο ρόλος των ΜΚΔ σε περίοδο οικονομικής ύφεσης

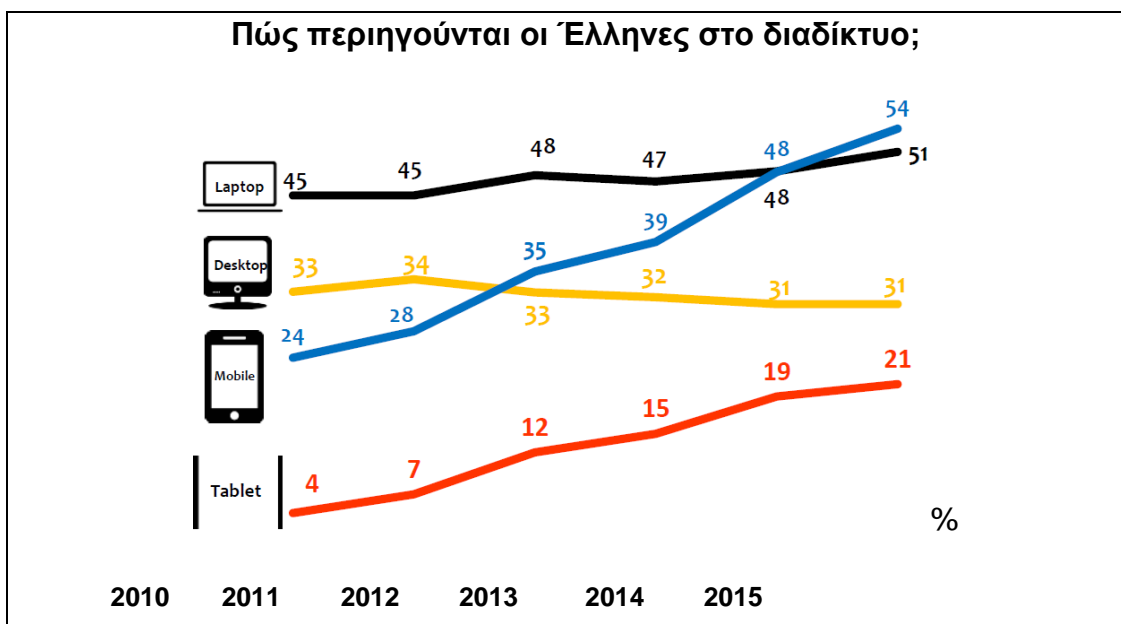
*“if you don't like something change it,
if you can't change it,
change the way you think about it”.*

Engelbreit M.

7ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: Η ταυτότητα των σύγχρονων πόλεων της Ελλάδος και ο ρόλος των ΜΚΔ σε περίοδο οικονομικής ύφεσης

7.1 Εισαγωγή

Η οικονομική κρίση, που βιώνει η χώρα μας περίπου την τελευταία δεκαετία, έχει επηρεάσει αισθητά τον τρόπο ζωής, έκφρασης και επικοινωνίας όλων των κατοίκων της. Όπως αναφέραμε στην ενότητα 3.2.3 υπάρχουν αρκετοί παράγοντες που συντελούν στην κατακόρυφη αύξηση χρήσης των ΜΚΔ, όχι μόνο στη χώρα μας, αλλά και παγκοσμίως. Ο σημαντικότερος λόγος, υπήρξε και παραμένει η διείσδυση που έχει το Διαδίκτυο στο σύνολο του πληθυσμού και μάλιστα με αυξανόμενο ετήσιο ρυθμό. Επιπλέον, σημαντικό ρόλο σε αυτή την ραγδαία εξέλιξη των ΜΚΔ έχει και η χρήση των κινητών τηλεφώνων νέας γενιάς (smartphones). Για τους Έλληνες, ιδιαίτερα, όπως προκύπτει από την έρευνα Webid Survey που διεξήχθη από την εταιρεία κοινωνικών ερευνών Focus Bari, τα δημοφιλέστερο μέσο των χρηστών για την περιήγησή τους στο Διαδίκτυο, είναι το κινητό τηλέφωνο, με ποσοστό 64%.



Εικόνα 11: Χρήση συσκευών για διείσδυση στο Διαδίκτυο
Πηγή: <https://www.slideshare.net/FocusBari/web-id-tips-q1-15en>
Τελευταία προσπέλαση 27/07/2017

7.2 Οι κοινωνικοπολιτικές αλλαγές που επέφεραν τα ΜΚΔ

Τα ΜΚΔ έφεραν επανάσταση στον τρόπο που επικοινωνούσαμε μέχρι σήμερα έχουν συμβάλει καταλυτικά σε κοινωνικοπολιτικές αλλαγές παγκοσμίως, όπως εξετάσαμε στην ενότητα 4.1. Αποτέλεσαν έναν δίαυλο επικοινωνίας μεταξύ των χρηστών, μέσω του οποίου καλύφθηκε μια βασική ανάγκη τους, αυτή του αισθήματος ότι ανήκουν σε μια ομάδα.

Οι επιγραμμικές (on line) κοινότητες στις οποίες συμμετέχουν σήμερα ενεργά οι άνθρωποι έχουν την δύναμη να διαμορφώνουν γνώμη, να συσπειρώνουν τα μέλη τους, να καθοδηγούν, ακόμα και να προκαλούν δράση. Χαρακτηριστικό και πολύ πρόσφατο παράδειγμα, αποτελεί η κινητοποίηση εκατοντάδων χιλιάδων Ελλήνων πολιτών για το θέμα της ονομασίας της Μακεδονίας, του οποίου η επικοινωνία-κινητοποίηση επιτεύχθηκε κυρίως μέσω των ΜΚΔ (Παναγιωτοπούλου 2015 : 45).

Στον τομέα της ενημέρωσης, τα ΜΚΔ κατέρριψαν το μονοπώλιο που διατηρούσαν μέχρι σήμερα τα παραδοσιακά ΜΜΕ, τόσο ως προς την επιλογή των προβαλλόμενων ειδήσεων όσο και ως προς την διάχυση της πληροφορίας. Τα ΜΚΔ δίνουν τη δυνατότητα στους πολίτες να εκφράζουν την γνώμη τους και να γίνονται οι ίδιοι σχολιαστές των γεγονότων, δημιουργώντας έτσι μια νέα *συμμετοχική δημοσιογραφία* (Δημητρακοπούλου 2011 : 165 - 169). Με αυτό τρόπο συντελέστηκε κάτι πολύ σημαντικό: μετατοπίστηκε μέρος της εξουσίας στους πολίτες και τους δόθηκε η δυνατότητα ελευθερίας έκφρασης.

Ωστόσο, ριζικές αλλαγές έφερε και στο πολιτικό σκηνικό η χρήση των ΜΚΔ. Σύμφωνα με τις Τσακαρέστου και Τσενέ (2011), τα ΜΚΔ μετασχημάτισαν την πολιτική σε ανοιχτή πλατφόρμα συνεργασίας, διαβούλευσης και οργάνωσης δράσεων από τους πολίτες. Κατά αυτόν το τρόπο οι πολίτες πλέον αποκαλούνται *netizens* αντί για *citizens*. Χαρακτηριστικό παράδειγμα στην χώρα μας, είναι η χρήση των ΜΚΔ από την συντριπτική πλειοψηφία των κομμάτων, που φτάνει για την περίπτωση του Facebook και μόνο στις 300.000 Likes, σύμφωνα με τα στοιχεία της εταιρείας aboutpeople. Η εταιρεία αυτή εξειδικεύεται στη συλλογή και να ανάλυση στοιχείων από τα επίσημα προφίλ των κοινοβουλευτικών κομμάτων και των

ηγετών τους στα ΜΚΔ. Η ετήσια μελέτη της, που πραγματοποιήθηκε κατά το πρώτο εξάμηνο του 2017, δείχνει πως οι επίσημοι λογαριασμοί του ΣΥΡΙΖΑ (τόσο στο Facebook, όσο και στο Twitter), παραμένουν δημοφιλέστεροι όλων, παρά το γεγονός πως μειώθηκε ο αριθμός των ακολούθων του σε σχέση με πέρσι.

Τέλος, η χρήση των ΜΚΔ έχει συνδεθεί άρρηκτα με θετικές επιρροές στις κοινωνικές ανάγκες των χρηστών. Ο Steinfield και οι συνεργάτες του (2008 : 434–445), διαπίστωσαν πως μέσα από την εμπλοκή στα ΜΚΔ μειώνεται η μοναξιά και η κατάθλιψη των χρηστών και αυξάνεται η κοινωνική στήριξη και η αυτοεκτίμησή τους. Υποστηρίζουν επίσης ότι όσο περισσότερο οι άνθρωποι χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ, τόσο μεγαλύτερη είναι η συχνότητα διάδρασης με άλλους ανθρώπους, η οποία έχει θετικά οφέλη στην αυτοεκτίμηση και στην κοινωνική ικανοποίηση των χρηστών.

Συνεπώς, η σπουδαιότητα της χρήσης των ΜΚΔ ως εργαλείο, δεν εξαντλείται στο να κάνει την εργασία ή την επικοινωνία μας ευκολότερη. Τα εργαλεία (Μέσα) είναι κάτι πολύ περισσότερο από αυτό, αφού μπορούν να αλλάξουν τον τρόπο σκέψης, τον τρόπο προσέγγισης ενός θέματος και να επιφέρουν κοινωνικές αλλαγές τόσο ευρείες που ουδέποτε είχαμε φανταστεί. Επίσης, η χρήση των εργαλείων κατά την διάδρασή μας με τους άλλους αποτελεί διαμεσολάβηση η οποία συμβάλλει στην επέκταση των ανθρώπινων ικανοτήτων. Άρα, η χρήση των ΜΚΔ αλλάζει τον τρόπο που σκεφτόμαστε, που μαθαίνουμε και που διαδρούμε (Gunawardena C., Hermans M., Sanchez D., Richmond C., 2009 : 8).

7.3 Κοινωνικά κινήματα και ΜΚΔ

Τα ΜΚΔ αποτελούν πλέον ένα κομμάτι των αναγκαίων *πηγών κινητοποίησης* (resource mobilization) γύρω από ένα κοινωνικό ζήτημα και δημιουργούν την ευκαιρία για τη διάδοση ιδεών και γεγονότων σχετικά με διάφορες κοινωνικές διαμαρτυρίες, οι οποίες αφορούν στη δημιουργία των σύγχρονων κοινωνικών κινήματων. Σε αντίθεση με προηγούμενες μορφές χρησιμοποίησης του Διαδικτύου στην οργάνωση συλλογικής δράσης, τα ΜΚΔ μπορούν να φέρουν κοντά κοινωνικές ομάδες, οι οποίες εκ των προτέρων δεν

συνδέονται ή έστω συνδέονται με πολύ αδύναμους δεσμούς. Επιπλέον, η ικανότητά τους να μπορούν να συνδυάσουν επικοινωνία, κινητοποίηση, οργάνωση γεγονότων, επικύρωση μηνυμάτων και διάδοση σε μεγάλη κλίμακα, τα καθιστά πολύ σημαντικά στην ανάπτυξη των κοινωνικών κινημάτων σε όλον τον κόσμο (Παναγιωτοπούλου 2015 : 63).

Είναι χαρακτηριστικό ότι με τα ΜΚΔ, οι πληροφορίες γύρω από τα κοινωνικά κινήματα ανά τον κόσμο μπορούν να διαδοθούν άμεσα και με πολύ χαμηλό κόστος, από απλούς συνειδητοποιημένους πολίτες, οι οποίοι, παρακάμπτοντας τις παραδοσιακές πηγές πληροφόρησης, δημιουργούν πληροφορία αλληλεπιδρώντας μεταξύ τους. Αν και τα κοινωνικά κινήματα προϋπήρχαν φυσικά των ΜΚΔ, είναι γεγονός πως τα σύγχρονα κοινωνικά κινήματα δεν θα μπορούσαν να πραγματοποιηθούν δίχως τα ΜΚΔ, καθώς αυτά συμβάλλουν αποφασιστικά στη δημιουργία μιας συλλογικής δράσης. Εν ολίγοις, τα ΜΚΔ δεν μπορούν να πυροδοτήσουν από μόνα τους την ανάδυση ενός κοινωνικού κινήματος, μέσα όμως από τις σχέσεις τους με την πολιτική και οικονομική πραγματικότητα μπορούν να διευκολύνουν τη διαμόρφωση ενός κοινωνικού κινήματος και τη συμμετοχή των ανθρώπων με νέους τρόπους σε αυτό (Rohr Lopes, 2014).

Η οργάνωση των κοινωνικών κινημάτων μέσω των ΜΚΔ ακολουθεί τους κανόνες και τα χαρακτηριστικά όλων των δικτύων αλλά και της σύγχρονης δικτυακής κοινωνίας, την οποία παραδόξως πολλές φορές αυτά τα κινήματα μάχονται. Τα νέα διαδικτυακά κοινωνικά κινήματα διαφέρουν σε μεγάλο βαθμό από τα παραδοσιακά, στο ότι παρουσιάζουν μια αποκεντρωμένη δικτυακή μορφή, πολύ διαφορετική από την ιεραρχική δομή του παρελθόντος, η οποία λειτουργούσε μέσω εντολών που διαδίδονταν κάθετα (από πάνω προς τα κάτω) μέσα στο κίνημα (Friedland και Rogerson, 2009 : 1-11).

Επίσης, οι καθοδηγητές ενός κοινωνικού κινήματος δεν είναι πλέον αναγκαίο να κατέχουν τη λύση σε κάθε πρόβλημα ή να ανταποκρίνονται στις συγκρουόμενες απαιτήσεις των μελών. Ωστόσο, μπορούν να παραθέσουν ανοιχτά τις προτάσεις τους και τα σχέδια δράσης τους και το περισσότερο κατάλληλο από αυτά θα γίνει ο χάρτης πορείας του δικτύου του κοινωνικού

κινήματος. Όλα αυτά αποδεικνύουν για ακόμη μια φορά την αμφίπλευρη σχέση και επιρροή μεταξύ των κοινωνικών και τεχνολογικών διεργασιών κατά την οποία αυτές αναπτύσσονται μέσα σε μια σχέση αλληλεξάρτησης. Οι κοινωνικές επιταγές οδηγούν στη διαμόρφωση μιας συγκεκριμένης τεχνολογίας η οποία με τη σειρά της δύναται να μεταβάλλει το κοινωνικοπολιτικό γίγνεσθαι διαδρώντας με αυτό επί ίσοις όροις.

Τα ΜΚΔ μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν αποτελεσματικά σε περιπτώσεις κοινωνικών κινήματων ενάντια σε απολυταρχικά καθεστώτα. Οι πολίτες αρχίζουν να έχουν τη δυνατότητα έκφρασης δημόσιου λόγου απέναντι στο μονοπώλιο του καθεστώτος. Έτσι δημιουργείται μια έντονη διαφοροποίηση μεταξύ της παγιωμένης άποψης του καθεστώτος για τα γεγονότα και αυτής των πολιτών, κάτι που μπορεί να παρατηρηθεί, βέβαια, σε κάποιον βαθμό και σε δημοκρατικές κοινωνίες. Στην περίπτωση των ΜΚΔ, ξεπερνιέται άλλωστε και το εμπόδιο της λογοκρισίας που εφαρμόζουν τα απολυταρχικά καθεστώτα για τον χειραγώγηση της κοινής γνώμης.

Σύμφωνα με το βιβλίο των Theocharis & Van Deth (2018 : 11-28), σε χώρες όπου η ελευθερία λόγου και χρήσης των ΜΚΔ είναι περιορισμένες, αρκεί μια απλή διαδικτυακή κίνηση, όπως η δήλωση προτίμησης σε κάποια ανάρτηση ή η αναδημοσίευσή της, ώστε να πυροδοτήσει την ανάμιξη πολλών διαφορετικών ανθρώπων, μέσα στον κύκλο του κοινωνικού δικτύου, σε έναν πολιτικό διάλογο ή σε μια αντιπαράθεση. Η διαδικασία αυτού του διαλόγου μπορεί να είναι για πολλούς συμμετέχοντες ένα πρώτο βήμα πολιτικής συμμετοχής, το οποίο ίσως αποφέρει και κάποιο σημαντικό αποτέλεσμα, έστω κι αν παρουσιάζει εκ πρώτης όψεως μίαν εικόνα πολιτικής ανάμειξης εντελώς αποκομμένης από τη συλλογική δράση εκτός διαδικτύου.

Όπως υποστηρίζει ο καθηγητής Nilsson, στα ΜΚΔ ο σημαντικότερος παράγοντας διάχυσης ενός μηνύματος που φορά ένα γεγονός, είναι η χωρική και χρονική προέλευσή του, αλλά και ο βαθμός εμπιστοσύνης ανάμεσα στον αποστολέα και στους παραλήπτες. Το συγκριτικό πλεονέκτημα των ΜΚΔ ως προς την προώθηση μηνυμάτων είναι ότι χρησιμοποιούνται καθημερινά από πολλούς ανθρώπους και όχι περιστασιακά σε έκτακτες περιπτώσεις. Επίσης, εξαιτίας του ότι οι χρήστες των ΜΚΔ επιλέγουν να συνδέονται πρωτίστως με

ανθρώπους που ήδη γνωρίζουν, ο βαθμός εμπιστοσύνης είναι μεγάλος (Nilsson και αλ., 2012). Αυτή η παράμετρος από μόνη της ισχυροποιεί την δυναμική διάχυση ιδεών και μηνυμάτων δια μέσω των ΜΚΔ, ενώ ταυτόχρονα αποδυναμώνει τις όποιες πιθανότητες υπάρχουν για παραπληροφόρηση ή εξαπάτηση.

7.4 Ψηφιακές ταυτότητες χρηστών

Στην ενότητα 2.4 αναφερθήκαμε αναλυτικά στους τύπους και στις κατηγορίες χρηστών των ΜΚΔ σύμφωνα με τις τελευταίες έρευνες παγκοσμίως. Σε αυτή την ενότητα αναλύουμε την επίδραση των ΜΚΔ στη κοινωνική ταυτότητα των χρηστών. Σύμφωνα με τη θεωρία της *κοινωνικής ταυτότητας*, όπως αναπτύχθηκε από το Reicher (1984), το προφίλ της ταυτότητάς μας, διαμορφώνεται από δυο βασικά χαρακτηριστικά: α) τη κοινωνική ταυτότητα και β) τη προσωπική ταυτότητα. Η κοινωνική ταυτότητα αποκαλύπτεται από την κοινωνική ομάδα στην οποία ανήκουμε. Όταν η κοινωνική ταυτότητα αποτελεί προέχων χαρακτηριστικό τότε συμμετέχουμε σε μια διαδικασία σύμφωνα με την οποία συγκρίνουμε τις αντιδράσεις και τη νοοτροπία μας με εκείνες των αντίστοιχων αντιδράσεων και νοοτροπιών χρηστών μιας άλλης απευθείας σύνδεσης ομάδας ανθρώπων (της ιδανικής για εμάς απευθείας σύνδεσης ομάδας χρηστών) προσπαθώντας έτσι να συνταιριάξουμε τις αντιδράσεις μας με εκείνες που ανήκουν στο πρότυπο μοντέλο της ιδανικής ομάδας γνωστή ως στερεοτυπική ομάδα.

Ενώ η κλασική έννοια της ταυτότητας ορίζεται μέσω βιομετρικών ή δημογραφικών γνωρισμάτων, όπως είναι το όνομα, η ημερομηνία γέννησης, ο τόπος κατοικίας, η υπογραφή, το χρώμα των ματιών και τα δακτυλικά αποτυπώματα, η ταυτότητα στο Διαδίκτυο έχει πιο δυναμικό χαρακτήρα και προκύπτει μέσα από συγκεκριμένες διαδικασίες. Κατ' αρχάς προκύπτει από τα ψηφιακά ίχνη που αφήνουμε όταν είμαστε συνδεδεμένοι σε αυτό. Τα «ίχνη» μας αποτελούν ψηφιακά δεδομένα, όπως με ποιους επικοινωνήσαμε, σε ποια ιστοτόπους περιηγηθήκαμε ή ακόμη τι αγοράσαμε. Προκύπτει όμως και από την εικόνα που προβάλλουμε για τον εαυτό μας. *«Στις προ-ψηφιακές εποχές η ταυτότητα ήταν κυρίως κάτι που πραγματευόμασταν στην ιδιωτική ζωή μας.*

Δημοσίως παίζω ένα ρόλο, αλλά στην προσωπική ζωή μου είμαι ο “πραγματικός εαυτός” μου. Αυτός ακριβώς ο πραγματικός εαυτός είναι που δημοσιοποιείται τώρα», ισχυρίζεται η κοινωνιολόγος Mönkeberg S. (2014 : 268-275), και συνεχίζει τονίζοντας ότι: «Έχουμε να κάνουμε με νέες δυνατότητες της δημιουργίας ταυτότητας. Οι διαδικασίες ανάδρασης, όπως αυτές που βλέπουμε στα ΜΚΔ, τα likes ή τα follows για παράδειγμα, μπορούν να συμβάλουν στο χτίσιμο και στη διατήρηση της ταυτότητάς μας. Έτσι δίνεται η δυνατότητα να δοκιμάσει κανείς διάφορα μοντέλα ταυτότητας, να τα συγκρίνει και να τα βελτιώσει».

Είναι προφανές ότι στα ΜΚΔ έχουμε την δυνατότητα να δημοσιοποιήσουμε και να επικοινωνήσουμε μια εικόνα του εαυτού μας λιγότερο ή περισσότερο ρεαλιστική. Χαρακτηριστική είναι η άποψη της ερευνήτριας Donnachie K. A. (2015) στην εργασία της με τίτλο: «Selfies, #εγώ: Εκλάμπεις αυθεντικότητας», στην οποία ισχυρίζεται ότι ειδικά για τους νέους, οι selfies αποτελούν φυσική διαδικασία εξέλιξης και δημιουργίας της ταυτότητάς τους συμπληρώνοντας ότι είναι το ιδανικό μέσο να πειραματιστεί κανείς με τον εαυτό του, δηλαδή με το Εγώ του. Το ερώτημα που τίθεται σε αυτό το σημείο είναι, κατά πόσο είμαστε τελικά τόσο ανελεύθεροι σε ό,τι αφορά την ψηφιακή ταυτότητά μας. Με άλλα λόγια, λειτουργούμε ή όχι εν τέλει, υπό την πίεση να προβάλλουμε μια συγκεκριμένη εικόνα του εαυτού μας, όπως ισχυρίζονται οι επικριτές των ΜΚΔ; Η απάντηση είναι ότι όποιος ασχολείται πραγματικά με τις ευκαιρίες και τους κινδύνους της ψηφιακής εποχής είναι σε θέση και να υιοθετήσει μια υγιή και λογική στάση στο πώς θα διαχειριστεί την ταυτότητά του. Όπως αναφέρει ο κοινωνιολόγος Humer S. (2008 : 34-36) στο βιβλίο του Ψηφιακές ταυτότητες: «Η άποψη ότι η ψηφιακή εποχή, μάς έχει καταδυναστεύσει και έχει περιορίσει τα περιθώρια ελευθερίας μας αποτελεί συχνά μια φτηνή δικαιολογία». Κατά τον Humer διαχείριση ταυτότητας σημαίνει προπαντός το να αντεπεξέλθει κανείς στους νέους ρόλους με τους οποίους έρχεται αντιμέτωπος στο Διαδίκτυο. «Η ψηφιακή ταυτότητα έχει γίνει από καιρό μέρος της ταυτότητάς μας. Δεν είναι πλέον κάτι από το οποίο μπορούμε ή οφείλουμε να προστατευτούμε. Πρέπει όμως να μάθουμε να τη χειριζόμαστε, όπως ακριβώς χρειάστηκε να αφομοιώσουμε αναλογικούς τρόπους συμπεριφοράς». Όσο περίπλοκο κι αν φαντάζει αυτό

δεν έχουμε άλλη επιλογή, παρά να το αντιμετωπίσουμε. Άλλωστε, η ψηφιοποίηση της ταυτότητάς μας, είναι από μόνη της μια επανάσταση.

Ένα θέμα, που προκύπτει με τη δυνατότητα για ψηφιακές ταυτότητες και κατ' επέκταση με την συνεχόμενη εναλλαγή τους, είναι το γεγονός ότι μας οδηγεί πολλές φορές στο να αντιλαμβανόμαστε και την εκτός Διαδικτύου ταυτότητά μας ως μία επιπλέον εκδοχή των διαφόρων προφίλ του Εγώ μας. Ουσιαστικά στα προφίλ των ΜΚΔ, λειτουργούμε ακριβώς με αυτόν τον τρόπο εναλλαγής καταστάσεων. Ανεξαρτήτως όμως κατά πόσο θεωρούμε την ψηφιακή ταυτότητα ως μια ψυχαναγκαστική έκθεσή μας ή απλώς ως μια δημιουργική δυνατότητα εναλλαγής, το ερώτημα παραμένει: Πόσο εφικτό είναι τελικά να διαμορφώσουμε ελεύθερα την ταυτότητα του Εγώ μας στα ΜΚΔ; «Ο τρόπος με τον οποίο συστήνουμε και παρουσιάζουμε το Εγώ μας στα ΜΚΔ, μπορεί να εξακολουθεί να είναι αποκλειστικά δική μας υπόθεση. Ωστόσο, όσον αφορά την ταυτότητά μας ως δρώντων ατόμων, όσον αφορά τον τρόπο δηλαδή που αλληλεπιδρούμε ως Εγώ με το περιβάλλον μας, έχουμε ολοένα μικρότερα περιθώρια κινήσεων. Κι αυτό γιατί καταγράφονται όλο και περισσότερες από αυτές τις κινήσεις μας», δηλαδή αποθηκεύονται ως ψηφιακά ίχνη, εξηγεί η κοινωνιολόγος Mönkeberg.

7.5 Χρήση ΜΚΔ για την κατανόηση της δυναμικής των πόλεων

Στις μέρες μας, η έννοια της παγκοσμιοποίησης είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τη σύγχρονη δικτυωμένη κοινωνία (*network society*), η οποία χαρακτηρίζεται από *ανομοιογένεια* και χτίζεται πάνω σε μια μεγάλη ποικιλία διαφορετικών πολιτιστικών ταυτοτήτων. Οι ταυτότητες αυτές, εξαρτώνται κοινωνικά η μία από την άλλη και έχουν ως στόχο μια παγκόσμια διαδραστική επικοινωνία για τον διαμοιρασμό γνώσεων και πληροφοριών. Προϋπόθεση για την αρμονική συνύπαρξη και συνεργασία όλων αυτών των ταυτοτήτων και δικτύων είναι αποτελεσματική επικοινωνία, βασισμένη σε κανόνες, οι οποίοι είναι αποδεκτοί από όλα τα εμπλεκόμενα μέρη.

Στην διαφορετική περίπτωση, η μη τήρηση αυτών των κανόνων, μπορεί να οδηγήσει ακόμη και σε βίαιες συγκρούσεις. Σε αυτή τη περίπτωση, όπως επισημαίνει ο Castells, ορισμένες πολιτισμικές ταυτότητες καταφεύγουν σε τακτικές αντίδρασης για την προάσπιση του προσωπικού χαρακτήρα τους απέναντι στη λογική των κυρίαρχων δικτύων του παγκόσμιου συστήματος. Όταν δηλαδή αυτή η αναγκαία επικοινωνία δεν επιτυγχάνεται, τότε αναδεικνύονται πλευρές του παγκοσμιοποιημένου συστήματος που έρχονται σε σύγκρουση με συγκεκριμένες πολιτισμικές ταυτότητες, όπως συνέβη στη βιομηχανική εποχή μεταξύ ισχυρών καπιταλιστικών δομών και της εργατικής δύναμης (Castells 2004 : 3-45).

Προκειμένου να εξετάσουμε το ρόλο που έχουν πλέον τα ΜΚΔ στο σύγχρονο περιβάλλον των πόλεων θα ήταν χρήσιμο να αναλύσουμε την δυναμική που έχει αναπτυχθεί γύρω από την εννοιολογική σύσταση των πόλεων. Ειδικότερα, έχει μεγάλο ενδιαφέρον να δούμε ποια είναι τα χαρακτηριστικά μιας σύγχρονης αστικής οικογένειας.

Τις τελευταίες δεκαετίες, οι πόλεις εξελίχθηκαν από έναν απλό χώρο έκφρασης του οικογενειακού βίου, σε έναν χώρο συμβίωσης, ο οποίος έχει διογκωθεί από επιπρόσθετες δραστηριότητες αναψυχής, εργασίας και διαμεσολαβημένης κοινωνικής επαφής (Riley T. 1999 : 9-38). Σύμφωνα με στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, ένα μικρό ποσοστό των σύγχρονων κατοικιών φιλοξενεί πυρηνικές οικογένειες, δηλαδή οικογένειες δυο γενεών. Ακόμη και η παραδοσιακή πυρηνική οικογένεια, είναι πολύ διαφορετική από ό,τι ήταν στο παρελθόν. Η βασικότερη διαφορά είναι ότι όλα τα μέλη μιας σύγχρονης οικογένειας απουσιάζουν τις περισσότερες ώρες της ημέρας από τον παραδοσιακό οικιακό χώρο. Συνήθως και οι δύο γονείς εργάζονται, πολύ συχνά ακόμη και μέσα στο σπίτι. Τα παιδιά πηγαίνουν στον παιδικό σταθμό από τη βρεφική σχεδόν ηλικία, ενώ ήδη από οκτώ μόλις χρονών σχηματίζουν τον ψηφιακό κοινωνικό κύκλο τους.

Είναι προφανές ότι η ταχύτερη εξέλιξη των ΤΠΕ επηρεάζει καθοριστικά τα πρότυπα κατοίκησης. Η *δημόσια σφαίρα*, όπως έχει διατυπωθεί από τον Habermas (1962), νοείται ως ένας δημόσιος χώρος έξω από τον έλεγχο του

κράτους, όπου οι πολίτες ανταλλάσσουν απόψεις και γνώσεις. Σήμερα, ωστόσο, έχει σε μεγάλο βαθμό μετατεθεί από τον υλικό χώρο της πόλης, στον ψηφιακό χώρο των ΜΚΔ. Η κατοικία δεν αποτελεί πια τον αποκλειστικό χώρο έκφρασης των οικογενειακών σχέσεων. Ο παραδοσιακός οικιακός χώρος κλονίζεται τη στιγμή που κάθε μέλος της οικογένειας εισάγει στο σπίτι το δίκτυο των κοινωνικών (ψηφιακών) επαφών του.

Οι ΤΠΕ με την συμβολή των ασύρματων δικτύων, των φορητών ηλεκτρονικών υπολογιστών και προσφάτως των έξυπνων κινητών τηλεφώνων (smartphones) έχουν αμβλύνει τις διαφορές μεταξύ των παραδοσιακών δημόσιων και ιδιωτικών χώρων της πόλης. Σε μια σύγχρονη καφετέρια θα συναντήσουμε απομονωμένους ανθρώπους να κοιτάζουν μια ψηφιακή οθόνη (είτε μιας ταμπλέτας, είτε ενός κινητού τηλεφώνου). Αντίστοιχα στη σύγχρονη κατοικία οι συγκάτοικοι, είτε συνδέονται με οικογενειακούς δεσμούς, είτε απλά μοιράζονται τον ίδιο χώρο, καταλαμβάνουν διαφορετικές θέσεις, επίσης συγκεντρωμένοι στις ψηφιακές οθόνες τους. Η οικογένεια δεν μαζεύεται πλέον γύρω από το τζάκι ή την τηλεόραση, όπως παλιότερα. Τα μέλη της είναι «νομάδες» στο ίδιο το σπίτι τους, διασκορπισμένοι σε διαφορετικές γωνίες, με ατομικούς φορητούς υπολογιστές ή έξυπνα κινητά τηλέφωνα (Δραγώνας 2011 : 2).

7.6 Σύγχρονη κατοικία και οικονομική κρίση

Σε αυτό το σημείο, θα πρέπει να αναδείξουμε τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης σε όσα προαναφέραμε, για την σύγχρονη κατοικία. Σήμερα η ταυτότητα της ελληνικής κοινωνίας έχει διαφοροποιηθεί και μοιάζει περισσότερο κατακερματισμένη από ποτέ. Το κυρίαρχο χαρακτηριστικό της προηγούμενης δεκαετίας, ο *καταναλωτισμός*, έχει πάψει πλέον να αποτελεί πρότυπο διαβίωσης. Η σύγχρονη ελληνική κοινωνία, ιδιαίτερα στα μεγάλα αστικά κέντρα, βρίσκεται αντιμέτωπη με το σκληρό πρόσωπο της ένδειας. Ωστόσο, συμβαίνει και κάτι θετικό. Μετά από μια δεκαετία κυριαρχίας του καταναλωτισμού, η τοπική κοινωνία στρέφει το ενδιαφέρον της στα *κοινά αγαθά*. Το υποβαθμισμένο περιβάλλον δίνει την αφορμή για τη δημιουργία

νέων συλλογικοτήτων και αλληλεγγύης, ενώ παράλληλα οι πολίτες διεκδικούν πλέον τα δικαιώματά τους στον αστικό δημόσιο χώρο, είτε με συλλαλητήρια είτε με συγκεντρώσεις διαμαρτυρίας και πορείες.

Μια άλλη παράμετρος, είναι η επίδραση των ΜΜΕ, η οποία συνεχίζει να εντείνεται τόσο στον ιδιωτικό όσο και στον δημόσιο χώρο της πόλης. Τα πρόσφατα συλλαλητήρια για την ονομασία της ΠΓΔΜ (FYROM) σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη, αποδεικνύουν την τεράστια δύναμη των ΜΚΔ που σταδιακά υποκαθιστούν όλο και περισσότερες λειτουργίες του παραδοσιακού δημόσιου χώρου. Επομένως, τα ΜΚΔ δεν χρησιμοποιούνται πλέον αποκλειστικά για ψυχαγωγία και ενημέρωση, αλλά και για πολιτικές δράσεις, όπως η υποκίνηση μαζικών διαδηλώσεων.

Η ελληνική οικονομική κρίση, με τις προεκτάσεις που έχει λάβει ως κρίση κοινωνική, αξιών και θεσμών, διαφοροποίησε σε μεγάλο βαθμό τον τρόπο ζωής του νεοέλληνα. Οι παράμετροι που καθορίζουν τα πρότυπα διαβίωσής του εξελίσσονται με διαφορετικούς ρυθμούς και προς διαφορετικές κατευθύνσεις. Οι ΤΠΕ συνεχίζουν να αναπτύσσονται ανοίγοντας νέους δρόμους επικοινωνίας, την ίδια στιγμή που η ταυτότητα της ελληνικής κοινωνίας είναι περισσότερο κατακερματισμένη, ιδιαίτερα στα μεγάλα αστικά κέντρα (Δραγώνας 2011 : 3).

7.7 Ψηφιακοί θύλακες του αστικού χώρου

Η ανάπτυξη των ΤΠΕ και η γέννηση της ψηφιακής εποχής, διαμόρφωσαν τη νέα διάσταση της σύγχρονης πραγματικότητας των πόλεων, με τεράστιο αντίκτυπο στα χαρακτηριστικά, δηλαδή στην ταχύτετη διάδοση της πληροφορίας και κυριαρχία της εικόνας. Οι σύγχρονες πόλεις καλούνται πλέον, από το διεθνή αστικό ανταγωνισμό να αποκτήσουν παρουσία στο Διαδίκτυο και στα ΜΚΔ ως ψηφιακές πόλεις. Ο αστικός σχεδιασμός, ωστόσο, δεν έχει συγχρονιστεί με τις τεχνολογικοκοινωνικές εξελίξεις, και οι τοπικές κοινωνίες αντιμετωπίζουν ζητήματα προσαρμογής στον ψηφιακού δημόσιο χώρο (Νασιοπούλου 2006 : 3).

Από τα μέσα της δεκαετίας του '90 και έπειτα, διαπιστώνουμε την παρουσία κοινοτήτων, περιφερειών και πόλεων στο Διαδίκτυο, ως ψηφιακών θυλάκων των αντίστοιχων φυσικών οντοτήτων τους, παρέχοντας υπηρεσίες ηλεκτρονικής διακυβέρνησης ή απλώς ενημέρωσης. Όσο κι αν είναι διαδεδομένες και επιτυχημένες αυτές οι εφαρμογές, παραμένει ακόμη μεγάλη η απόσταση των φορέων που τις εισάγουν στο κοινωνικό γίνεσθαι των χρηστών και των μελετητών από την εμβριθή κατανόηση του φαινομένου. Το ζήτημα δεν είναι απλά και μόνο τεχνικό, ως προς τα εργαλεία σχεδίασης προσομοιωτικών τρισδιάστων, αναδραστικών εικονικών αστικών χώρων ή δικτυακών πυλών πόλεων στον κυβερνοχώρο. Μία από τις παραμέτρους παραμένει φυσικά και η τεχνολογία, και μάλιστα με μείζονα ρόλο, εφόσον από αυτήν εκπορεύονται αυτές οι εξελίξεις. Δεν ισχύει πάντα όμως το ίδιο και με την κοινωνική και αστική εξέλιξη που στις μέρες μας φαίνεται να τρέχει για να συμβαδίσει με τις ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις. Πολλοί είναι εξάλλου όσοι πιστεύουν ότι η τεχνολογία τελικά αποτελεί την κινητήριο δύναμη της εποχής στο βαθμό που και η πόλη και η κοινωνία να υπηρετούν τις ανάγκες της, ενώ το κέντρο βάρους θα έπρεπε να βρίσκεται στον πολίτη (Νασιοπούλου 2006 : 37).

Στην πραγματικότητα, οι ψηφιακοί θύλακες του αστικού χώρου, ως εφαρμογές στο Διαδίκτυο, παρουσιάζουν *ανομοιομορφία* καθώς λειτουργούν υπό την καθοδήγηση διαφορετικών ιδιωτικών ή δημόσιων λογικών, στοχεύοντας κάθε φορά σε συγκεκριμένες κατηγορίες ή ομάδες χρηστών.

Επιπλέον έχουν διαφορετική τυπολογία, αν από τις ιστοσελίδες που υπάρχουν, για παράδειγμα για τις ευρωπαϊκές πόλεις, μπορούμε να περάσουμε σε μια κατηγοριοποίηση, και επηρεάζουν διάφορες πλευρές της αστικής πραγματικότητας σχετικά με τη χωροθέτηση, τις χρήσεις γης, τις μεταφορές, τις υποδομές κλπ (Firmino 2003 : 41). Οπότε εδώ εύλογα γεννάται το ερώτημα: Τι είδους συμφέροντα, κίνητρα, οράματα οδηγούν τους ανθρώπους και ποιους στην κατασκευή θυλάκων του αστικού χώρου και τι είδη ψηφιακών θυλάκων προκύπτουν τελικά από τις παραπάνω προθέσεις.

Η βασική παραδοχή γύρω από το θέμα των ψηφιακών θυλάκων του αστικού χώρου, συνοψίζεται στο ότι αποτελεί ένα νέο, καθοριστικό και αναπόσπαστο κομμάτι της σύγχρονης πόλης που, για την εποχή που διανύουμε, την εποχή της πληροφορίας, αποτελεί ορόσημο.

Ο Castells (1996) στο βιβλίο του «The rise of the network society» αναφέρεται στους μετασχηματισμούς, που προκαλούνται από την είσοδο των ΤΠΕ, στην κοινωνική και οικονομική βάση της ζωής στη σύγχρονη πόλη. Αναλύει όλες τις πτυχές της αστικής πραγματικότητας και εστιάζει στη περαιτέρω μετάλλαξη που έπεται στον αστικό χώρο, με τη χρήση των ΜΚΔ. Το συμπέρασμα που προκύπτει είναι ότι πρέπει να μελετηθούν οι ψηφιακοί θύλακες του αστικού χώρου ως μία ακόμη διάσταση της σύγχρονης πόλης, έτσι ώστε να μπορέσουμε να δούμε το πώς διαδρά με τα παραδοσιακά στοιχεία της πόλης, ώστε να διαμορφώσει την πόλη της πληροφορίας.

Σε αυτό το σημείο, όμως, πρέπει να οριστεί το πλαίσιο στο οποίο θα εξετάσουμε αυτήν τη διάσταση. Έχει όντως νόημα να χαρακτηρίσουμε τη φύση της, να την προσδιορίσουμε, εφόσον αυτό σε μεγάλο βαθμό θα καθορίσει και τον τρόπο με τον οποίο θα κατανοήσουμε τη σχέση της με τα παραδοσιακά στοιχεία της πόλης. Σε ό,τι αφορά τον όρο ψηφιακός θύλακας του αστικού χώρου αυτός αποτελεί *μεταφορά* με χωρική προέλευση και περιέχει τουλάχιστον δύο πιθανά νοήματα (Νασιοπούλου 2006 : 39):

- Ένας ψηφιακός θύλακας που μετασχηματίζεται ή επαναπροσδιορίζεται μέσω της ψηφιακής τεχνολογίας,
- Η ψηφιακή αντιπροσώπευση ή αντανάκλαση κάποιων πτυχών μιας πραγματικής ή φανταστικής πόλης.

Υπάρχει πληθώρα όρων που προσπαθούν να περιγράψουν αυτό το φαινόμενο. Θα μπορούσαμε να υιοθετήσουμε και άλλους όρους όπως cyber city ή e-city ή virtual city, αλλά για λόγους άμεσης αναλογίας με την ψηφιακή τεχνολογία, περιοριζόμαστε σε αυτόν του ψηφιακού θύλακας του αστικού χώρου. τα βασικότερα στοιχεία που θα πρέπει να διαθέτει, συνοψίζονται στα εξής:

- **Μητροπολιτικό ευρυζωνικό δίκτυο (MAN):** Η δημιουργία μητροπολιτικού ευρυζωνικού δικτύου προτιμάται από τις αρχές των πόλεων, έτσι ώστε να περιοριστεί η εξάρτηση στη σχέση μεταξύ πολιτών και εταιρειών τηλεπικοινωνιών. Με αυτό τον τρόπο, οι πόλεις που επιλέγουν την εν λόγω πολιτική παρέχουν υψηλής ποιότητας ευρυζωνικές υπηρεσίες στους κατοίκους τους, έναντι μικρής χρηματικής επιβάρυνσης και γίνονται πιο ελκυστικές, εφόσον πολλές εταιρείες επιλέγουν να εγκατασταθούν σε αυτές (Mitchell, 2012).
- **Ηλεκτρονική πλατφόρμα με δημόσια δεδομένα (Open data):** Κατά αυτή την προοπτική τα δεδομένα συλλέγονται με ηλεκτρονικά μέσα που τοποθετούνται σε σημεία, όπου πραγματοποιούνται αστικές λειτουργίες (αποκομιδή σκουπιδιών, χώροι στάθμευσης κ.α.). Έτσι, τόσο οι αρχές της πόλης, όσο και οι πολίτες γνωρίζουν με ακρίβεια το πόσο σωστά και με ποιον τρόπο λειτουργεί η πόλη. Η διαθεσιμότητα των δεδομένων της πόλης είναι σημαντική και για τον πρόσθετο λόγο ότι διευκολύνει και τις επενδύσεις εντός της πόλης. Με τον τρόπο αυτό κάθε επίδοξος επενδυτής έχει πρόσβαση στα ανοιχτά δεδομένα της πόλης και μπορεί να πραγματοποιήσει επιχειρηματικά σχέδια (BIS Research, 2013).
- **Υπηρεσίες ηλεκτρονικής διακυβέρνησης (e-Government):** Στην σημερινή εποχή οι μέθοδοι ηλεκτρονικής διακυβέρνησης σε όλα τα επίπεδα αποτελούν μονόδρομο για την απλοποίηση των διαδικασιών συναλλαγής και εξυπηρέτησης του πολίτη από το κεντρικό κράτος και την τοπική αυτοδιοίκηση. Ο στόχος της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης είναι να υποστηρίξει και να απλοποιήσει τις διοικητικές διαδικασίες για τους ενδιαφερόμενους φορείς (κεντρική διοίκηση, τοπική αυτοδιοίκηση, πολίτες, επιχειρήσεις). Η χρήση δράσεων και μέσων ηλεκτρονικής

διακυβέρνησης σε μια έξυπνη πόλη επιφέρει ανάπτυξη στην τοπική οικονομία, συσχετίζοντας τους παραγωγικούς τομείς της. Συνάμα απλοποιεί και διευκολύνει τη ζωή των πολιτών και ενισχύει την κοινωνική συνοχή (Τζαβάρας 2002 : 22).

- **Κοινωνία των πολιτών και ηλεκτρονική δημοκρατία (e-Democracy):** Από τη μια, βασικά στοιχεία στην παροχή δημοσίων υπηρεσιών είναι οι απαιτήσεις των πολιτών για συμμετοχή στη ζωή της πόλης. Σήμερα ένας πολίτης έχει την δυνατότητα να δηλώσει ένα πρόβλημα ή ένα παράπονο στη διαδικτυακή πύλη του Δήμου, όπου οι δημοτικές υπηρεσίες θα ενημερώνονται και θα σχεδιάζουν τις παρεμβάσεις τους. Το ίδιο μπορεί να συμβεί και με τη δήλωση προβλημάτων κοινωνικού χαρακτήρα, όπως και με μια πλειάδα εξειδικευμένων ζητημάτων που αφορούν τους δημότες.

Από την άλλη, η συμμετοχή όλο και περισσότερων δημοτών στη λήψη αποφάσεων αποτελεί χρόνια επιδίωξη των τοπικών αρχών. Η αξιοποίηση των ευρυζωνικών υπηρεσιών συμβάλλει καταλυτικά στην επίτευξη αυτού του στόχου. Πρόκειται για μια πολύ λιγότερο δαπανηρή επιλογή, με το πλεονέκτημα ότι μπορούν ανά πάσα στιγμή όλοι οι κάτοικοι μιας πόλης να συμμετέχουν ενεργά στη λήψη αποφάσεων και να ενημερώνονται για οποιαδήποτε ζητήματα απασχολούν την πόλη. Ταυτόχρονα, αποτελεί και στοιχείο σύγχρονης έκφρασης της δημοκρατίας (Τζαβάρας 2002 : 48).

Βιβλιογραφικές αναφορές

- Engelbreit M. 1998. If You Can Dream It. Guideposts, σελ. 6
- Παναγιωτοπούλου Φ. 2015. “Η ψηφιακή τεχνολογία, το διαδίκτυο και η κοινωνική δικτύωση: Η διάδραση μεταξύ των ιστοτόπων, των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των κοινωνικών κινημάτων”, ΕΜΠ-ΣΕΜΦΕ, σελ.45 & 62
- Δημητρακοπούλου Δ. 2011. Η μετεξέλιξη των ειδήσεων στα νέα μέσα και η αναδιαμόρφωση της ημερήσιας θεματολογίας. σελ. 165-189
- Τσακαρέστου και Τσενέ (2011), «Media and Democracy: Social Media Transparency as new paradigm of Responsibility (in Greek)»
- Έρευνα της εταιρείας «aboutpeople», 2017. Διαθέσιμη στην ιστοσελίδα: http://media.enikos.gr/data/files/525988_b6eb66b118-9f41410c8d39cd4e.pdf. Τελευταία προσπέλαση 5/02/2018
- Steinfeld & al 2008. “Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis”, Journal of Applied Developmental Psychology Vol. 29, σελ. 434–445
- Gunawardena C., Hermans M., Sanchez D., Richmond C., 2009. “A Theoretical Framework for Building Online Communities of Practice with Social Networking Tools”, σελ.8
- Rohr Lopes, A. 2014. “The Impact of Social Media on Social Movements: The New Opportunity and Mobilizing Structure. Journal of Political Science Research”, Creighton University. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <http://public.wartburg.edu./mpsurc/images/Lopes.pdf> Τελευταία προσπέλαση 5/02/2018
- Friedland J., Rogerson K., 2009. How Political and Social Movements Form on the Internet and How they Change Over Time. Literature Review, Institute for Homeland Security Solutions, Applied research, Focused results, σελ. 1-11
- Theocharis Y. & Van Deth J. 2018. Political Participation in a Changing World, Routledge, σελ. 11-28
- Nilsson S., Brynielson J., Granåsen M., Hellgren C., Lindquist S., Lundin M., Trnka J. 2012. Making use of New Media for pan-European Crisis Communication. Proceedings of the

9th International ISCRAM Conference – Vancouver, Canada.

Reicher Stephen David 1984. The determination of collective behaviour. copac.jisc.ac.uk (PhD thesis). University of Aberdeen

Mönkeberg S. 2014: Feststellungen der Identität? Über Nutzen und Laster digitaler Sichtbarkeit. In: Der Bürger im Staat 4/2014: Politik und Internet, σελ. 268-275

Donnachie K. A. 2015. Selfies, #me: Glimpses of Authenticity, Book Chapter in Ego Update, Published by Koenig Books, edited by Alain Bieber

Humer S. 2008. Digitale Identitäten, Taschenbuch, σελ. 34-36

Castells M. 2004. Informationalism, Networks, and the network society: a theoretical blueprint. Στο Castells, M. (επιμ.), The network society: a cross cultural perspective. Northampton MA: Edward Elgar, σελ. 3-45

Riley T. 1999. The Un-Private House, Νέα Υόρκη: MOMA. Διαθέσιμη στην ιστοσελίδα:
https://www.moma.org/documents/moma_catalogue_192_300105961.pdf. Τελευταία προσπέλαση 13/02/2018, σελ. 9-38

Habermas 1962. The Structural Transformation of the Public Sphere (1962) ISBN 0-262-58108-6.

Δραγώνας Π. 2011. Μετά (την) ιδιωτικότητα: Βασικές έννοιες για τη σύγχρονη αστική κατοίκηση. Διαθέσιμη στην ιστοσελίδα:
https://www.moma.org/documents/moma_catalogue_192_300105961.pdf. Τελευταία προσπέλαση 13/05/2018, σελ. 2-3

Νασιοπούλου Ι. 2006. Ψηφιακή πόλη. Ρεαλισμοί και φαντασιώσεις του σύγχρονου αστικού κόσμου. Διπλωματική, Παν. Θεσσαλίας, σελ. 3, 37-39

Firmino J.R. 2003. Not just portals: Virtual Cities as Complex Sociotechnical Phenomena, Journal of Urban Technology, Vol.10, No 3, Carfax Publishing, σελ. 41

Castells M. 1996. The rise of the network society, Oxford, UK: Blackwell

Mitchell C. 2012: "Should Your City Build Its Own Broadband Network?". Planetizen. Διαθέσιμη στην ιστοσελίδα:
<http://www.planetizen.com/node/56484> Τελευταία προσπέλαση 11/02/2018

British Department for Business, Innovation and Skills 2013: "Global Innovators: International Case Studies on Smart Cities". BIS Research Paper NO. 135. Λονδίνο

Τζαβάρας Π. 2002. e-Government: Concept-Practice-Analysis. Master Thesis. Danube University of Krems (Austria), σελ 22,48

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

Χαρτογραφική αποτύπωση των Απογραφικών Δεδομένων της Καλαμάτας

*“Η αλήθεια ενός θεωρήματος βρίσκεται
στο μυαλό σου, όχι στα μάτια σου”.*
Einstein A.(1952 : 88)

8ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: Χαρτογραφική αποτύπωση των Απογραφικών Δεδομένων της Καλαμάτας

8.1 Τι είναι το Πανόραμα Απογραφικών Δεδομένων;

Η εφαρμογή Πανόραμα Απογραφικών Δεδομένων (ΕΚΚΕ 2011) αναπτύσσεται από ερευνητική ομάδα του Εθνικού Κέντρου Κοινωνικών Ερευνών (ΕΚΚΕ) σε συνεργασία με την Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ), με βάση το μεταξύ τους μνημόνιο συνεργασίας και στο πλαίσιο του ερευνητικού έργου «Δυναμική Διαχείριση Βάσεων Κοινωνικών Δεδομένων και Χαρτογραφικών Αναπαραστάσεων» που χρηματοδοτείται από το πρόγραμμα ΚΡΗΠΙΣ της Γενικής Γραμματείας Έρευνας & Τεχνολογίας (ΓΓΕΤ) του Υπουργείου Παιδείας και Θρησκευμάτων, το οποίο εντάσσεται στο Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς (ΕΣΠΑ) 2007-2013.

Στόχος για το Πανόραμα Απογραφικών Δεδομένων είναι να διευκολύνει την πρόσβαση, να διευρύνει τις δυνατότητες ανάλυσης και επεξεργασίας και να επιτρέψει την εύκολη και λεπτομερή χαρτογραφική απόδοση των δεδομένων σε βάθος τριών απογραφών (1991-2001-2011). Φιλοδοξία όλων των συντελεστών του είναι να καλύψει τις απαιτήσεις της ερευνητικής κοινότητας, αλλά και να διευρύνει σημαντικά τον αριθμό εκείνων που χρησιμοποιούν τα απογραφικά δεδομένα με παραγωγικό τρόπο.

Η δημοσίευση των αποτελεσμάτων της Απογραφής πληθυσμού 2011 γίνεται κατά τέτοιο τρόπο ώστε ούτε άμεσα, ούτε έμμεσα να είναι δυνατή η αποκάλυψη της ταυτότητας των ατόμων ή των νοικοκυριών στα οποία αναφέρονται τα στοιχεία. Η πρακτική αυτή ακολουθεί το Νόμο 3832/2010 για την ΕΛΣΤΑΤ καθώς και τις ανάλογες ευρωπαϊκές στατιστικές πρακτικές. Συνεπώς στην εφαρμογή τα δεδομένα για γεωγραφικό επίπεδο κατώτερο της Περιφέρειας, εμφανίζονται σε μορφή διαστημάτων για λόγους τήρησης των κανόνων εμπιστευτικότητας.

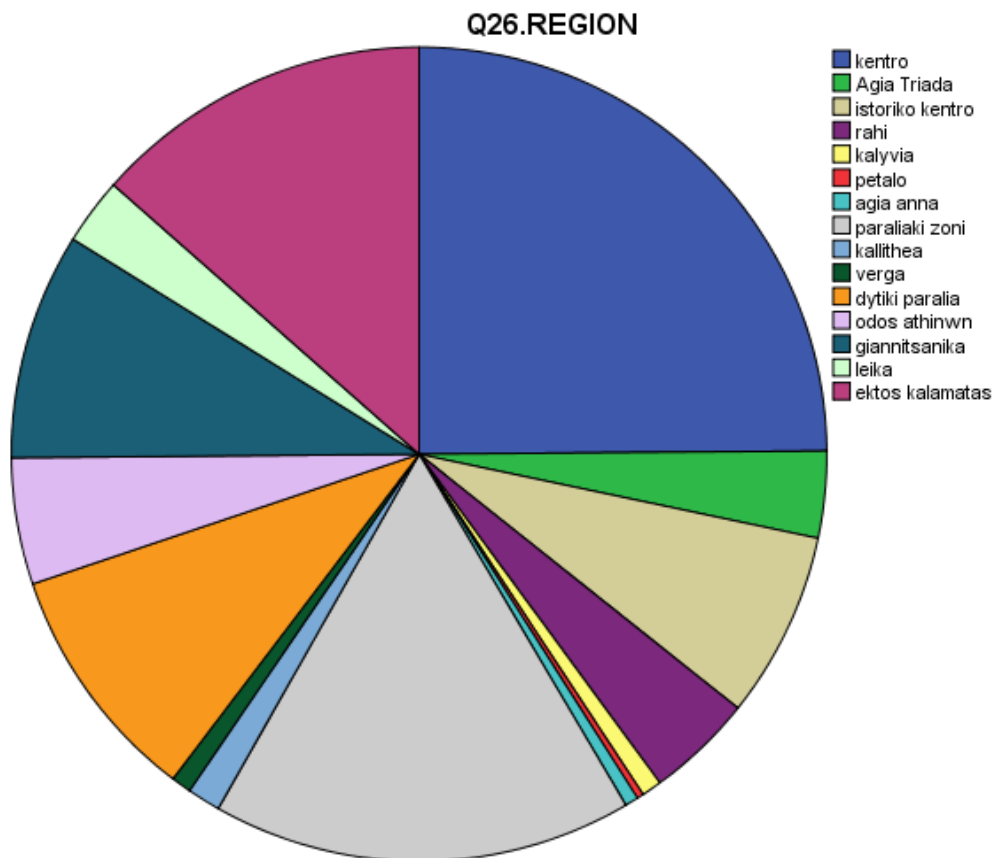
Η ανάπτυξη της εφαρμογής «Πανόραμα Απογραφικών Δεδομένων 1991-2011» χρηματοδοτήθηκε από το πρόγραμμα «Δυναμική Διαχείριση

Βάσεων Κοινωνικών Δεδομένων και Χαρτογραφικών Αναπαραστάσεων – SoDaMap του Υπουργείου Παιδείας που υλοποιεί το ΕΚΚΕ σε συνεργασία με το Ινστιτούτο Πληροφοριακών Συστημάτων (ΙΠΣΥ) του Ερευνητικού Κέντρου Αθηνά, στο πλαίσιο της Δράσης Εθνικής Εμβέλειας «Αναπτυξιακές Προτάσεις Ερευνητικών Φορέων – ΚΡΗΠΙΣ» του Υπουργείου Παιδείας. Η χρηματοδότηση αυτή αφορά κονδύλια του ΕΣΠΑ 2007-2013.

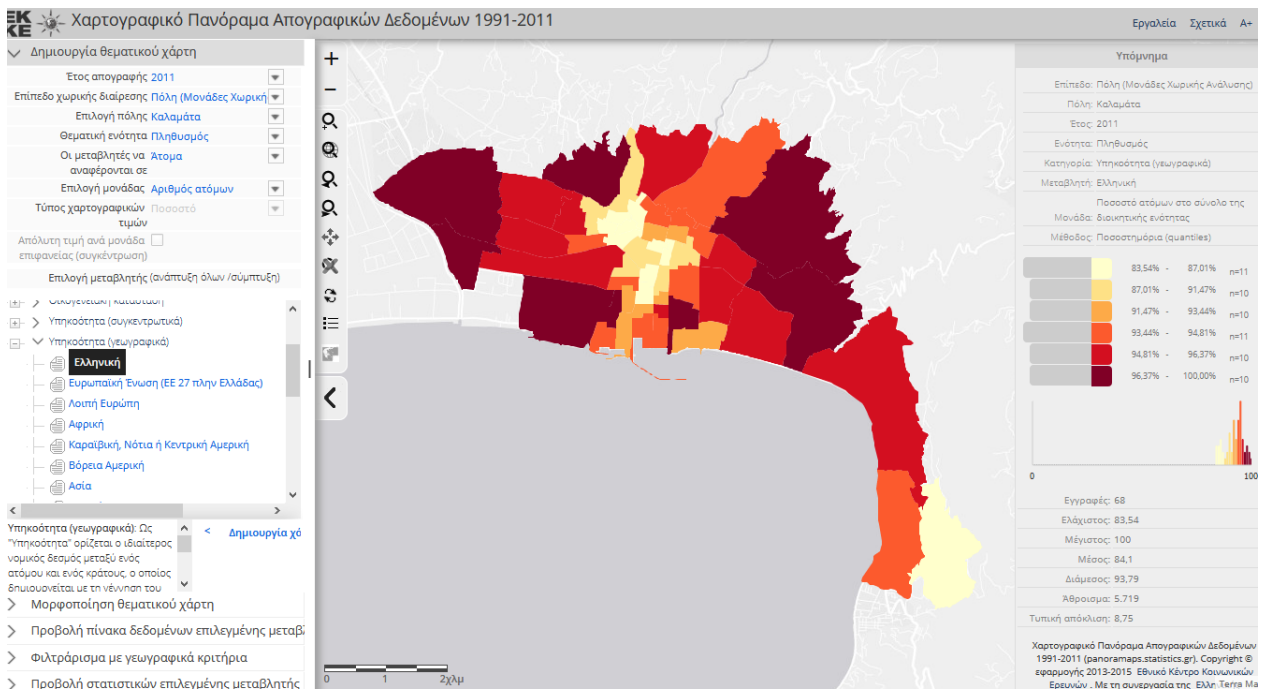
8.2 Χαρτογραφική αποτύπωση της Καλαμάτας

Σε αυτό το κεφάλαιο, παρουσιάζονται όλα τα χαρτογραφικά δεδομένα από το Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών που αφορούν την πόλη της Καλαμάτας. Η παρουσίαση βασίζεται σε τρεις μεταβλητές, στον πληθυσμό, στην απασχόληση και στην εκπαίδευση. Ταυτόχρονα, διατυπώνονται χρήσιμα συμπεράσματα για τις διαδικασίες που διαμορφώνουν την ταυτότητα ενός αστικού χώρου και αποτυπώνουν την ιδιοσυγκρασία μιας πόλης.

Προκειμένου να εξετάσουμε χωροταξικά τις μεταβλητές της έρευνας για την Καλαμάτα, προχωρήσαμε στην διαίρεση του αστικού ιστού της σε 15 περιοχές. Στο πιο κάτω γράφημα πίτας, βλέπουμε την συμμετοχή κάθε περιοχής στην έρευνά μας.



8.2.1 Μεταβλητή: κατανομή πληθυσμού με Ελληνική υπηκοότητα



Εικόνα 12: πληθυσμός με Ελληνική υπηκοότητα
Πηγή: <http://panoramaps.statistics.gr/panorama/>
Τελευταία προσπέλαση 20/10/2017

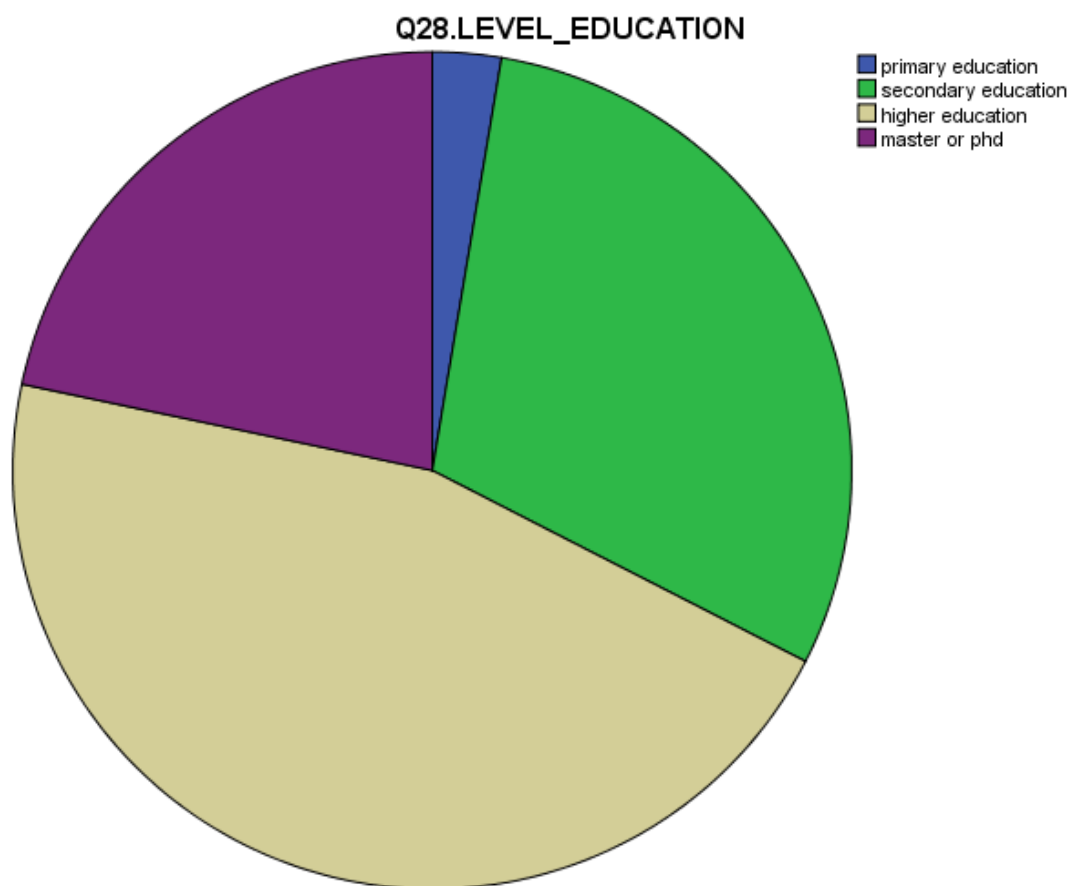
Παρατηρούμε ότι οι περιοχές του εμπορικού κέντρου της πόλης φιλοξενούν σχεδόν αποκλειστικά τους κατοίκους που δεν έχουν ελληνική υπηκοότητα. Αντίθετα, στις περιοχές περιμετρικά του αστικού ιστού της πόλης, κατοικούν πολίτες ελληνικής υπηκοότητας.

8.2.2 Μεταβλητή: Εκπαίδευση

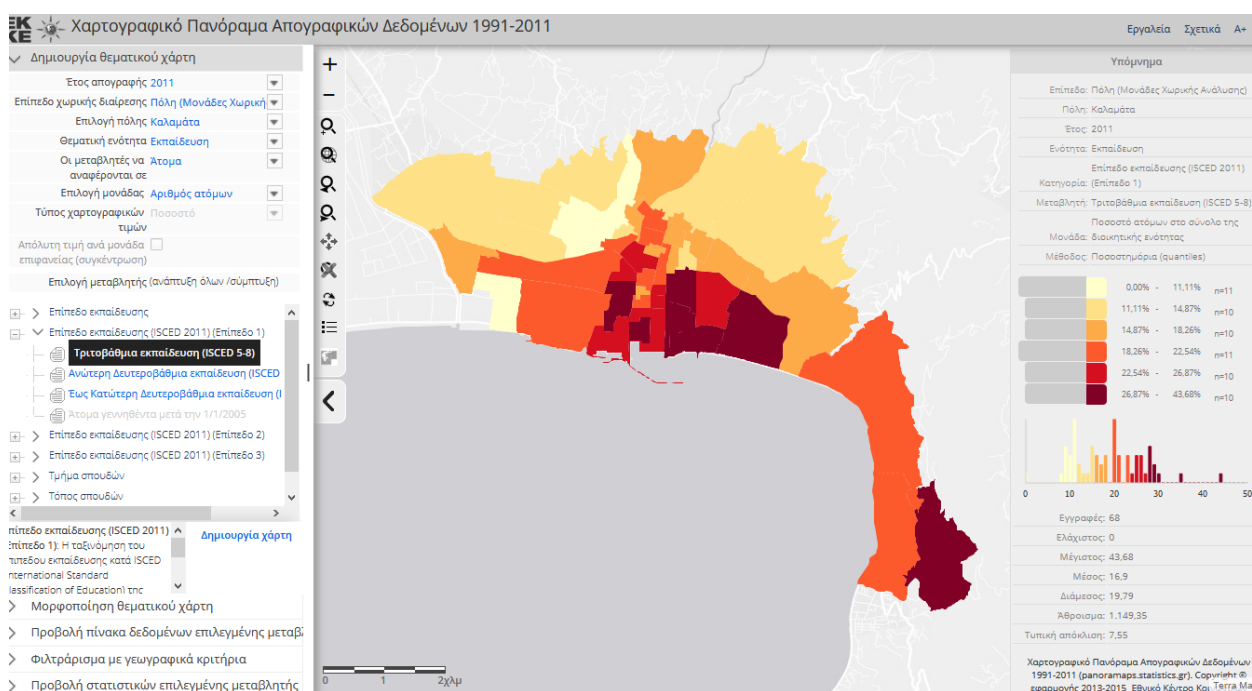
Απο την επεξεργασία των αποτελεσμάτων του ερωτηματολογίου, προέκυψε ο πιο κάτω πίνακας συχνοτήτων που αφορά την μεταβλητή *εκπαίδευση*:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
primary education	10	2,6	2,6	2,6
secondary education	113	29,9	29,9	32,5
Valid higher education	173	45,8	45,8	78,3
master or phd	82	21,7	21,7	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Το αντίστοιχο γράφημα πίτας για την μεταβλητή εκπαίδευση είναι:



Όπως παρατηρούμε στην εικόνα 13, το μεγαλύτερο τμήμα του πληθυσμού με επίπεδο εκπαίδευσης «έως κατώτερη δευτεροβάθμια» κατοικεί στην βόρεια πλευρά της πόλης στα όρια του περιμετρικού. Στο εμπορικό κέντρο της πόλης και στις περιοχές πέριξ αυτού κατοικούν κυρίως άτομα με «ανώτερη δευτεροβάθμια εκπαίδευση» (δηλαδή Λύκειο), ενώ στις περιοχές του λιμανιού, της παραλίας και της Βέργας κατοικούν άτομα με «τριτοβάθμιο επίπεδο εκπαίδευσης».



Εικόνα 13: εκπαίδευση

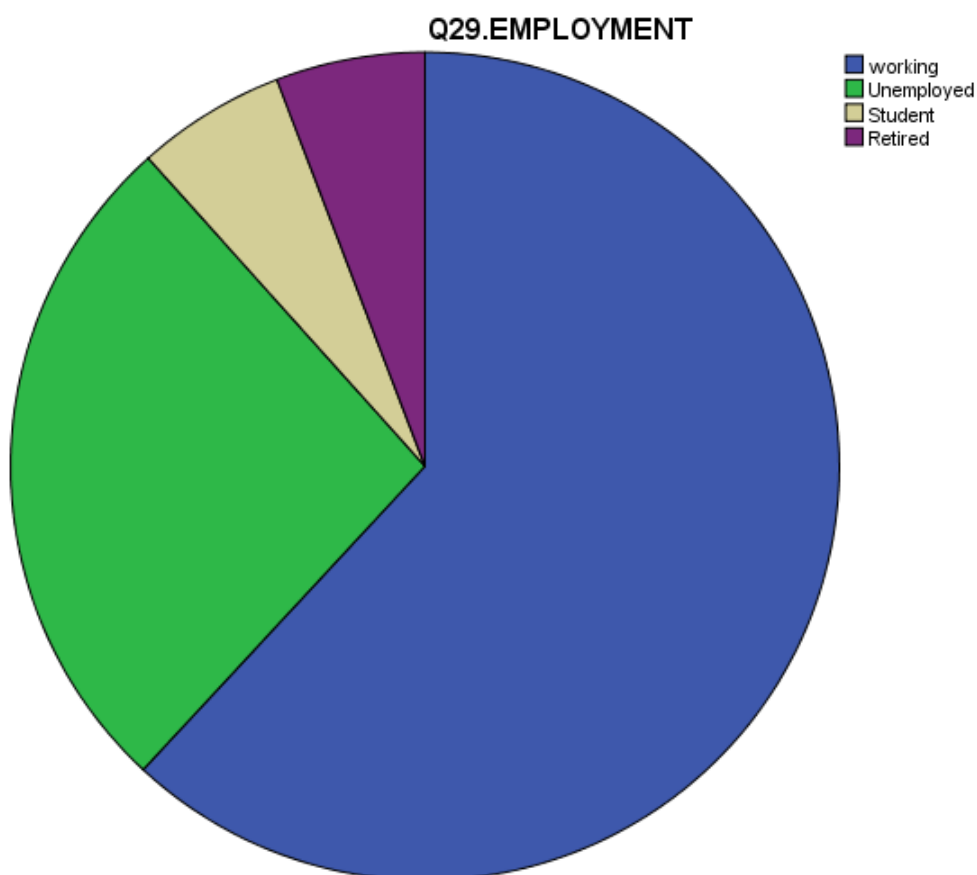
Πηγή: <http://panoramaps.statistics.gr/panorama/>
Τελευταία προσπέλαση 20/10/2017

8.2.3 Μεταβλητή: Απασχόληση

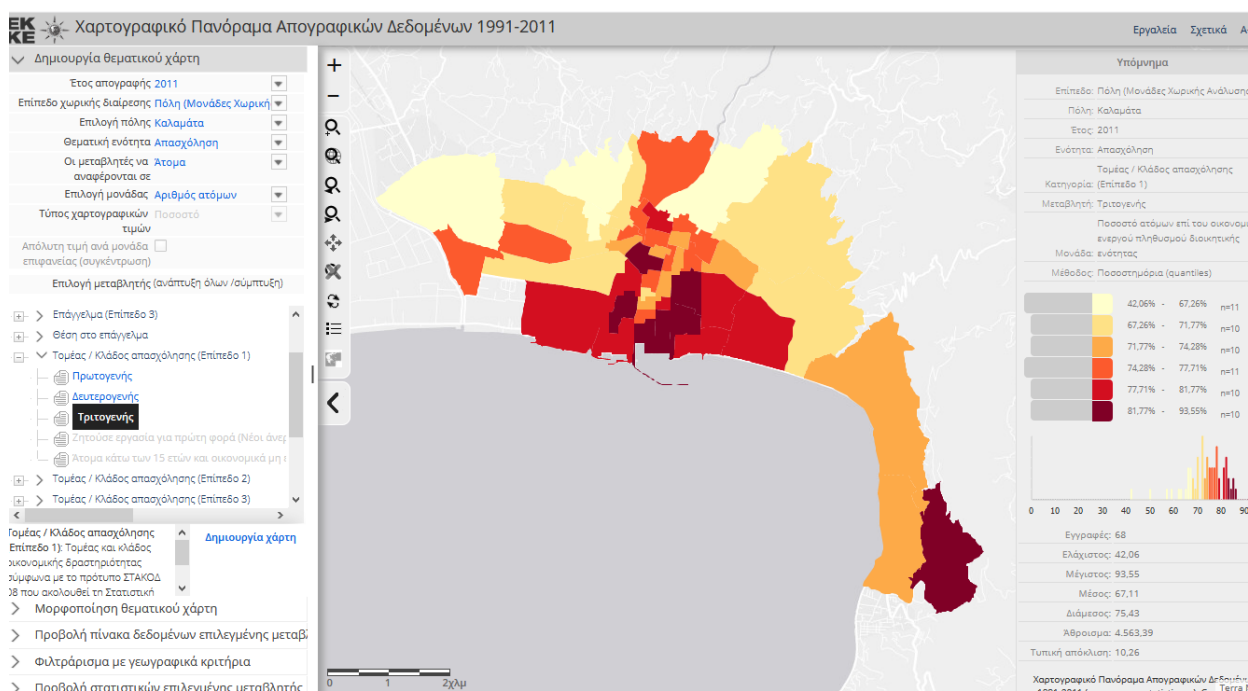
Απο την επεξεργασία των αποτελεσμάτων του ερωτηματολογίου, προέκυψε ο πιο κάτω πίνακας συχνοτήτων που αφορά την μεταβλητή απασχόληση:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
working	234	61,9	61,9	61,9
Unemployed	100	26,5	26,5	88,4
Valid Student	22	5,8	5,8	94,2
Retired	22	5,8	5,8	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Το αντίστοιχο γράφημα πίτας για την μεταβλητή εκπαίδευση είναι:



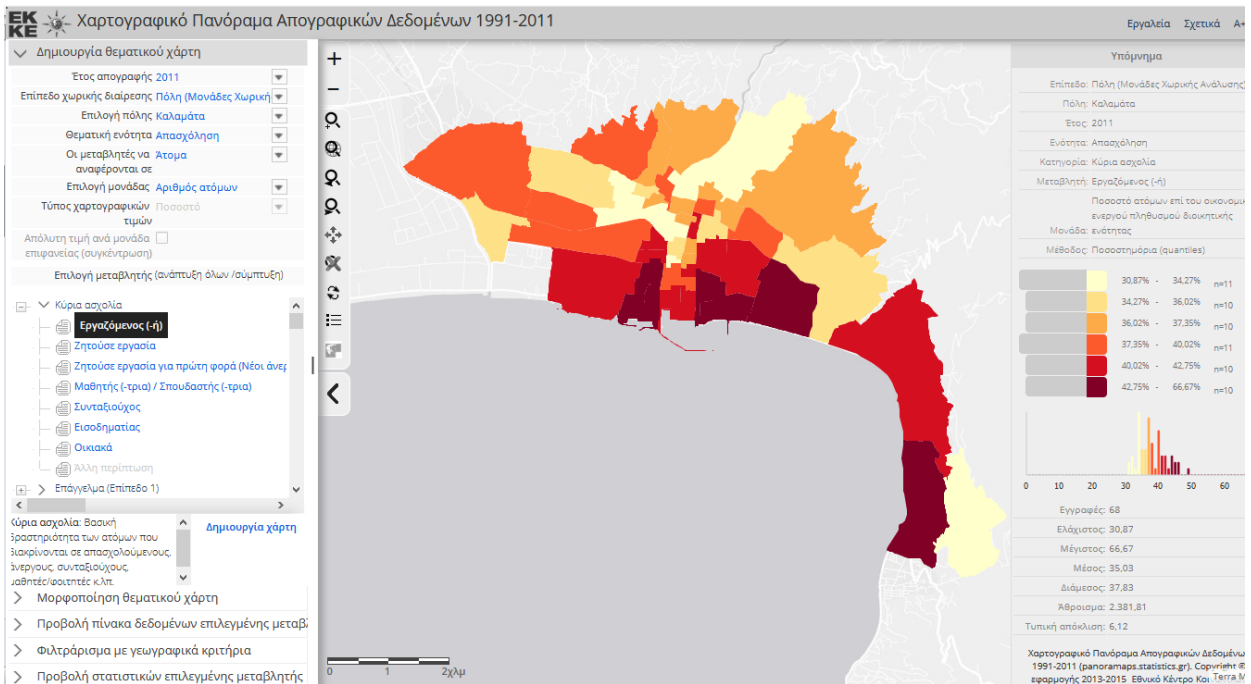
Όπως παρατηρούμε στην εικόνα 14, περιμετρικά του αστικού ιστού της πόλης και ιδιαίτερα στις βορειοδυτικές περιοχές της η απασχόληση των κατοίκων αφορά στον πρωτογενή τομέα. Στις περιοχές του ιστορικού κέντρου, της ανατολικής και δυτικής παραλίας και της νέας εισόδου επικρατούν ο δευτερογενής και τριτογενής κλάδος απασχόλησης, κάτι που φαίνεται να ισχύει με μεγαλύτερη ένταση στην ανατολική πλευρά της πόλης και ιδιαίτερα στην περιοχή της Βέργας.



Εικόνα 14: απασχόληση

Πηγή: <http://panoramaps.statistics.gr/panorama/>
Τελευταία προσπέλαση 20/10/2017

8.2.4 Μεταβλητή: Εργαζόμενοι

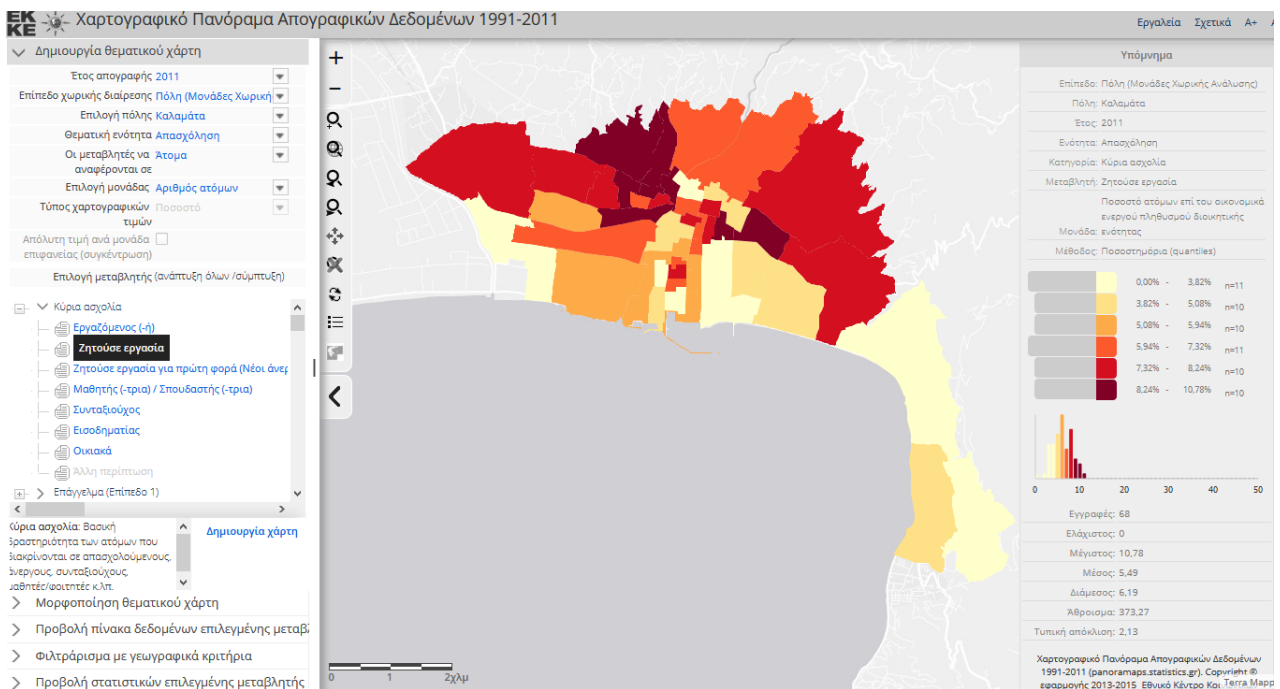


Εικόνα 15: εργαζόμενοι

Πηγή: <http://panoramaps.statistics.gr/panorama/>
 Τελευταία προσπέλαση 20/10/2017

Όπως προκύπτει από τον πίνακα των χαρτογραφικών δεδομένων της Καλαμάτας ο κύριος όγκος των εργαζομένων της πόλης βρίσκεται στις περιοχές εμπορικό κέντρο, στη νέα είσοδο και σε όλη την ακτογραμμή της πόλης.

8.2.5 Μεταβλητή: Ζητούσε εργασία

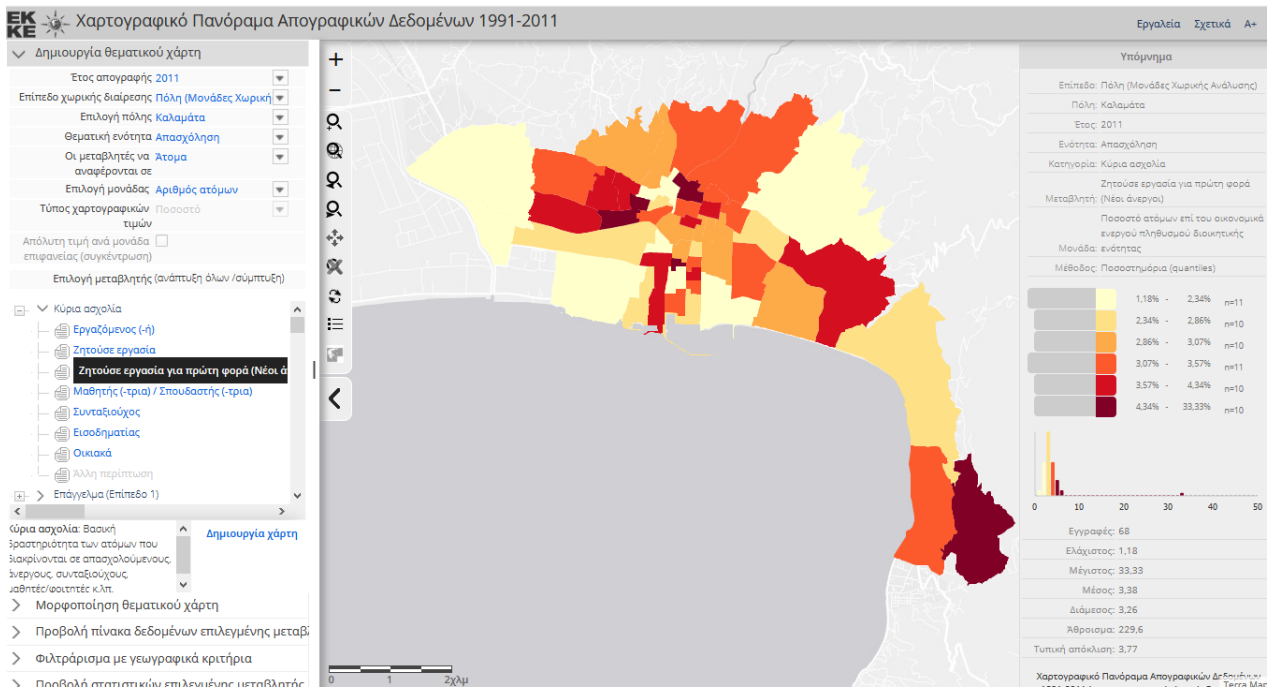


Εικόνα 16: Ζήτηση εργασίας

Πηγή: <http://panoramaps.statistics.gr/panorama/>
Τελευταία προσπέλαση 20/10/2017

Παρατηρούμε ότι οι δημότες που αναζητούν εργασία, είναι δηλαδή άνεργοι, είναι κάτοικοι του εξωτερικού δακτυλίου πόλης και ιδιαίτερα στις βορινές περιοχές αυτού.

8.2.6 Μεταβλητή: Ζητούσε εργασία για πρώτη φορά (νέοι άνεργοι)



Εικόνα 17: νέοι άνεργοι

Πηγή: <http://panoramaps.statistics.gr/panorama/>
Τελευταία προσπέλαση 20/10/2017

Σε συνέχεια του προηγούμενου χάρτη και αναζητώντας χαρτογραφικά δεδομένα για νέους ανέργους παρατηρούμε ότι οι δημότες που αναζητούν για πρώτη φορά εργασία, είναι διάσπαρτοι στο αστικό ιστό της πόλης. Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι πρόκειται για νεαρά άτομα, τα οποία κατοικούν μαζί με τους γονείς τους ή με κάποιο άλλο μέλος της οικογένειάς τους.

Βιβλιογραφικές αναφορές

Einstein A. 1952. Πώς βλέπω τον κόσμο, μετ. Μίνας Ζωγράφου-Μεραναίου, Εκδόσεις Μαρή, Αθήνα, σελ. 88

ΕΚΚΕ 2011. Η διαδικτυακή εφαρμογή ΠΑΝΟΡΑΜΑ ΑΠΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ 1991-2011 στοχεύει στη δυναμική αξιοποίηση του τεράστιου πλούτου πληροφορίας που περιλαμβάνουν τα δεδομένα των τριών τελευταίων Απογραφών Πληθυσμού-Κατοικιών (1991-2001-2011). Πηγή: <https://panorama.statistics.gr>

Τα ευρήματα της έρευνας – Η συσχέτιση των μεταβλητών και ο έλεγχος των υποθέσεων

“Τα ΜΚΔ έδωσαν το δικαίωμα λόγου σε λεγεώνες ηλιθίων που άλλοτε δεν μίλαγαν παρά μόνο σε μπαρ, αφού είχαν πει κανένα ποτήρι κρασί, χωρίς να βλάπτουν την κοινότητα. Τους αναγκάζαμε αμέσως να σωπάσουν, αλλά σήμερα έχουν το ίδιο δικαίωμα λόγου με ένα βραβείο Νόμπελ.

Είναι η εισβολή των ηλιθίων”.

Umberto Eco (1952)

9ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: Τα ευρήματα της έρευνας – Η συσχέτιση των μεταβλητών και ο έλεγχος των υποθέσεων

9.1 Η χρήση των ΜΚΔ από τους ερωτηθέντες

Στο κεφάλαιο αυτό γίνεται ανάλυση έξι ερωτημάτων (μεταβλητών), με τη χρήση του στατιστικού πακέτου SPSS. Αρχικά γίνεται ανάλυση των απαντήσεων του ερωτηματολογίου μεμονωμένα για κάθε ερώτηση και κατόπιν γίνεται συσχετισμός της με κάποια άλλη, προκειμένου να συμπεράνουμε με σχετική ασφάλεια κατά πόσο υπάρχει ή όχι συσχέτιση των δυο μεταβλητών. Σκοπός μας υπήρξε να διαπιστώσουμε και να τεκμηριώσουμε με στατιστικές μεθόδους τα ταυτοτικά χαρακτηριστικά των χρηστών των ΜΚΔ. Τα έξι ερωτήματα είναι:

- I. Ερώτημα 6: Ποιες είναι οι αιτίες χρήσης των ΜΚΔ, σύμφωνα με τις δηλώσεις των ερωτηθέντων;**
- II. Ερώτημα 2: Πώς συσχετίζονται οι λόγοι για τους οποίους οι ερωτηθέντες χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ με την ηλικία τους;**
- III. Ερώτημα 29: Πώς συσχετίζονται οι λόγοι για τους οποίους οι ερωτηθέντες χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ με την απασχόληση;**
- IV. Ερώτημα 28: Πώς συσχετίζονται οι λόγοι για τους οποίους οι ερωτηθέντες χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ με το επίπεδο εκπαίδευσής τους;**
- V. Ερώτημα 8: Πώς συσχετίζεται η ένταση της δραστηριότητας των ερωτηθέντων στα ΜΚΔ με την ηλικία, την απασχόληση και το επίπεδο εκπαίδευσης;**
- VI. Ερώτημα 9: Πώς συσχετίζεται η άρνηση χρήσης των ΜΚΔ με την ηλικία, την απασχόληση και το επίπεδο εκπαίδευσης;**

9.2 Δειγματοληψία

«Κάνοντας έρευνα (“Doing research”）」 είναι μια φράση που παρουσιάζει συνοπτικά και απλοποιημένα τη συστηματική χρήση ενός συνόλου θεωρητικών και εμπειρικών εργαλείων, σε μια προσπάθεια που αποσκοπεί στην καλύτερη κατανόηση ορισμένων φαινομένων ή γεγονότων (McGrath, 1994 : 152).

Υπάρχουν πολλοί τρόποι σχετικά με την κατηγοριοποίηση της εκτεταμένης ποικιλίας των διαθέσιμων μεθόδων για το σχεδιασμό, τη διεξαγωγή και την ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας. Η επιλογή ωστόσο της «βέλτιστης» μεθόδου δεν είναι απλώς τεχνικό ή πρακτικό ερώτημα, όπως αρχικά φαίνεται. Διαφορετικά είδη ερευνητικών προσεγγίσεων παρουσιάζουν διαφορετικά είδη γνώσης σχετικά με τα υπό μελέτη φαινόμενα.

Το ερώτημα «ποια μέθοδος είναι η καταλληλότερη» δεν εστιάζει μόνον στο εάν, για παράδειγμα, θα χρησιμοποιηθούν ερωτηματολόγια, συνεντεύξεις ή παρατηρήσεις. Η υποστήριξη των εν λόγω ερευνητικών εργαλείων ανάγεται σε γενικότερα φιλοσοφικά ερωτήματα σχετικά με το πώς αντιλαμβανόμαστε την κοινωνική πραγματικότητα και ποιοι είναι οι καταλληλότεροι τρόποι για να τη μελετήσουμε (Blaxter et al., 2004 : 59).

Στη διαδικασία διεξαγωγής της έρευνας κρίνεται ιδιαίτερως σημαντική η κατανόηση της διάκρισης μεταξύ των εννοιών μέθοδος και μεθοδολογία. Ο όρος μέθοδος μπορεί να θεωρηθεί ότι αναφέρεται κυρίως στα εργαλεία συλλογής δεδομένων, στις τεχνικές όπως είναι το ερωτηματολόγιο και η συνέντευξη. Η μεθοδολογία έχει μια περισσότερο φιλοσοφική διάσταση και συχνά αναφέρεται στην προσέγγιση ή το πρότυπο/παράδειγμα (paradigm), στα οποία βασίζεται η έρευνα (Blaxter et al., 2004). Σύμφωνα με τους Field και Hole (2010), υπάρχουν ουσιαστικά δύο τρόποι για την απάντηση των ερωτημάτων της έρευνας. Μπορούμε να παρατηρήσουμε τι συμβαίνει στον πραγματικό κόσμο, χωρίς παρέμβαση σε αυτόν (π.χ.: μέθοδοι παρατήρησης ή συσχέτισης - observational or correlational methods), ή μπορούμε να χειριστούμε ένα ζήτημα του περιβάλλοντα χώρου και να παρατηρήσουμε τις επιπτώσεις (πειραματική μέθοδος - experimental method). Αυτές οι

προσεγγίσεις παρουσιάζουν ορισμένες ομοιότητες, που αφορούν στα ακόλουθα γνωρίσματα:

- Εμπειρικές (empirical): στην περίπτωση αυτή και οι δύο μέθοδοι συγκεντρώνουν στοιχεία μέσα από την παρατήρηση και τη μέτρηση, τα οποία μπορούν να αναπαραχθούν από άλλους. Η διαδικασία αυτή είναι γνωστή ως εμπειρισμός (empiricism).
- Μέτρηση (measurement): στην περίπτωση αυτή και οι δύο μέθοδοι αποπειρώνται να μετρήσουν ο,τιδήποτε μελετάται.
- Επαναληψιμότητα (replicability): στην περίπτωση αυτή και οι δύο μέθοδοι επιδιώκουν να εξασφαλίσουν ότι τα αποτελέσματα μπορούν να αναπαραχθούν από άλλους ερευνητές.
- Αντικειμενικότητα (objectivity): και οι δύο μέθοδοι, παρατήρησης- συσχέτισης και πειραματική, επιδιώκουν να απαντήσουν στο ερευνητικό ερώτημα με αντικειμενικό τρόπο. Αν και η αντικειμενικότητα συνιστά ένα επιστημονικό ιδανικό, αναμφίβολα οι ερμηνείες των ερευνητών για τα αποτελέσματά τους επηρεάζονται από τις προσδοκίες τους για το τι αναμένουν να ανακαλύψουν.

Παρ' όλα αυτά οι δύο ανωτέρω μέθοδοι (συσχέτισης – παρατήρησης και πειραματισμού) έχουν μια βασική διαφορά, που αφορά στον τρόπο χειρισμού των μεταβλητών. Η μέθοδος της συσχέτισης - παρατήρησης εστιάζει στη διακριτική παρατήρηση των φυσικών φαινομένων. Αντίθετα, η μέθοδος πειραματισμού χειρίζεται το περιβάλλον εκ προθέσεως προκειμένου να διαπιστώσει τι επίδραση έχει η μία μεταβλητή σε μία άλλη (Field & Hole, 2010: 3-5).

Μέσα από την παρουσίαση των δύο αυτών μεθόδων ουσιαστικά γίνεται αναφορά στα πλέον κοινά πρότυπα/παραδείγματα, που αφορούν στη μεθοδολογική θεμελίωση, τα οποία απαντώνται με τους όρους ποσοτική (quantitative) και ποιοτική (qualitative) ανάλυση στις κοινωνικές επιστήμες.

9.3 Μέθοδοι Έρευνας / Τρόποι Συλλογής των Δεδομένων

Μια γενική αλλά όχι απαραίτητα αποδεκτή διάκριση χωρίζει τις μεθόδους έρευνας σε ποιοτικές και ποσοτικές. Οι ποιοτικές είναι οι ερευνητικές και διερευνητικές αυτές μέθοδοι που περιγράφουν, αποκωδικοποιούν, μεταφράζουν το νόημα κάποιου φαινομένου, εξηγούν, αναλύουν παράγοντες και λόγους εμφάνισης συμπεριφορών και φαινομένων. Οι ποσοτικές μέθοδοι χρησιμοποιούν αριθμητικές μετρήσεις, μετρούν συχνότητες, ποσοστά εμφάνισης, μεγέθη επίδρασης κλπ των φαινομένων. Και οι δύο κατηγορίες ερευνών λειτουργούν αυτόνομα η κάθε μια αλλά και συμπληρωματικά στην επιστημονική διερεύνηση, συνεισφέροντας η κάθε μια με διαφορετικό τρόπο και ανάλογα με το θέμα διερεύνησης προηγείται η ποιοτική ή ποσοτική μέθοδος (Ζαφειρόπουλος Κ., 2005:157).

Σύμφωνα με την κυρίαρχη μεθοδολογία των κοινωνικών ερευνών (Φίλιας Β., 2001:57), υπάρχουν τρεις μέθοδοι για την συλλογή των επιστημονικών δεδομένων, όπου ο ερευνητής:

1. μπορεί να θέσει ερωτήματα στους ανθρώπους,
2. μπορεί να παρατηρήσει τη συμπεριφορά ατόμων ομάδων ή οργανισμών και τα παράγωγα ή τα αποτελέσματα αυτής και,
3. μπορεί να χρησιμοποιήσει υπάρχοντα γραπτά κείμενα ή στοιχεία που έχουν συλλεχθεί για σκοπούς διαφορετικούς από αυτόν του ερευνητή.

9.3.1 Επιλογή του Δείγματος / Δειγματοληψία

Στην έρευνα, σε κάθε έρευνα είναι μεθοδολογικά, οικονομικά, ανθρώπινα αδύνατο να μελετήσουμε την άποψη κάθε σχετικού υποκειμένου/ατόμου για το υπό έρευνα θέμα. Κάθε όμως υποκείμενο/άτομο έχει τα δικά του ξεχωριστά κοινωνιολογικά χαρακτηριστικά, ανήκει σε διαφορετική ομάδα κατηγορία ή άποψη/θέση της οποίας πρέπει να συμπεριληφθεί στην έρευνα. Η ερευνητική εμπειρία είναι συνεπώς μερική και ακολουθεί η γενίκευση (Φίλιας Β., 1996 : 360). Το «δικαίωμα» της επιστήμης

και της έρευνας στη γενίκευση υποστηρίζεται και εξασφαλίζεται από την αντιπροσωπευτικότητα, αν και δεν μπορεί να παρατεθεί επιστημονικός ορισμός της αντιπροσωπευτικότητας. Η αντιπροσωπευτικότητα αφορά το «μέρος» του «όλου» που θα ερευνηθεί και θα πρέπει στο «μέρος» αυτό να υπάρχουν όλα τα χαρακτηριστικά, τα τμήματα, τα είδη, οι ομάδες του «όλου». Η παραπάνω παραδοχή/διαπίστωση οδηγεί στην δειγματοληψία (sampling) και το δείγμα. Βασικός κανόνας της επιστημονικής έρευνας σχετικά με την δειγματοληψία και την αντιπροσωπευτικότητα υποστηρίζει ότι το δείγμα είναι αντιπροσωπευτικό του συνόλου από το οποίο προήλθε μόνον όταν όλα τα μέλη του πληθυσμού έχουν τις ίδιες πιθανότητες να συμπεριληφθούν σε αυτό (Δαουτόπουλος Γ., 2005 : 85)

Δειγματοληψία (sampling) είναι η διαδικασία με την οποία επιλέγεται από το σύνολο της ερευνώμενης ομάδας - στην στατιστική συχνότερα χρησιμοποιείται η έννοια πληθυσμός (population) και πληθυσμός της έρευνας (population study) - ένα τμήμα το οποίο όμως αντανάκλα την ετερογένεια που παρατηρείται στο σύνολο του πληθυσμού αυτού. Δείγμα (sample) είναι το υποσύνολο του πληθυσμού που το αντιπροσωπεύει, είναι το τμήμα των ατόμων που θα ερευνηθούν και η ταυτότητα/χαρακτηριστικά/θέσεις των οποίων αποτελούν αντιπροσωπευτική εικόνα του συνόλου. Η δειγματοληψία υλοποιείται με βάση το δειγματοληπτικό πλαίσιο (sampling frame) το οποίο είναι ο κατάλογος των ατόμων, υπηρεσιών, οργανισμών, γεγονότων που συνιστούν το ερευνητικό αντικείμενο και από το οποίο επιλέγεται το δείγμα. Το δειγματοληπτικό πλαίσιο αναζητείται (πχ αν πρόκειται για τους κατοίκους μιας πόλης) ή κατασκευάζεται από τους ερευνητές (αν πρόκειται για μια πιο σύνθετη έρευνα με διαφορετικές κατηγορίες ατόμων).

Εφόσον λοιπόν είναι αξιωματικά αποδεκτό ότι δεν είναι εφικτό να ρωτήσουμε πχ την άποψη όλων των φοιτητών ενός πανεπιστημίου για τα μελλοντικά τους επαγγελματικά σχέδια, δείγμα είναι το τμήμα των φοιτητών που θα επιλέξουμε να ρωτήσουμε και θα πρέπει το δείγμα αυτό να είναι αντιπροσωπευτικό του συνόλου των φοιτητών, ανά ηλικία, καταγωγή, κοινωνικο-οικονομική προέλευση, επίπεδο σπουδών κλπ.

9.3.2 Μέθοδοι δειγματοληψίας

Οι τεχνικές δειγματοληψίας διακρίνονται σε δύο κατηγορίες, τη δειγματοληψία με πιθανότητα (ή αντιπροσωπευτική δειγματοληψία) και τη δειγματοληψία χωρίς πιθανότητες (ή δειγματοληψία κρίσης). Η διαφορά τους έγκειται στο γεγονός ότι στην πρώτη κατηγορία κάθε στοιχείο του πληθυσμού έχει ίση πιθανότητα να περιληφθεί στο δείγμα, ενώ στην δεύτερη δεν μπορεί να υπολογιστεί η πιθανότητα που έχει κάθε στοιχείο να περιληφθεί στο δείγμα. Η δειγματοληψία με πιθανότητα γίνεται σύμφωνα με τους νόμους των πιθανοτήτων, είναι ελεγχόμενη ως προς τις παραμέτρους της και δίνει τη δυνατότητα να γενικευτούν τα συμπεράσματα που εξάγονται από ένα δείγμα. Η δειγματοληψία χωρίς πιθανότητα γίνεται σε περιπτώσεις που δεν είναι εφικτή η δειγματοληψία με πιθανότητα ή όταν ενδιαφέρει να γίνει γρήγορα μια εφαρμογή της έρευνας, για παράδειγμα σε μια πιλοτική μελέτη ή σε μια ερευνητική εργασία (Κίτσος, Χ. 2015 : 48).

9.4 Δειγματοληψία με πιθανότητα

Στη κατηγορία των τεχνικών δειγματοληψίας με πιθανότητα περιλαμβάνονται κυρίως οι εξής τεχνικές: α) απλή τυχαία δειγματοληψία, β) συστηματική δειγματοληψία, γ) δειγματοληψία κατά στρώματα δ) δειγματοληψία κατά ομάδες κλπ. Πιο κάτω αναλύονται οι κυριότερες τεχνικές πιθανοθεωρητικής δειγματοληψίας που εφαρμόζονται στην έρευνα.

9.4.1 Απλή τυχαία δειγματοληψία (simple random sampling)

Η απλή τυχαία δειγματοληψία εξασφαλίζει σε κάθε μέλος του πληθυσμού την ίδια πιθανότητα να συμπεριληφθεί στο δείγμα. Για να εφαρμοστεί η απλή τυχαία δειγματοληψία, τα στοιχεία του στατιστικού πληθυσμού πρέπει να είναι καταγραμμένα σε έναν κατάλογο (δειγματοληπτικό πλαίσιο). Στη συνέχεια, γίνεται αντιστοίχιση αριθμών στα μέλη του καταλόγου. Κατόπιν, επιλέγονται μέλη του καταλόγου με τυχαίο τρόπο μέχρι να σχηματιστεί πλήθος ίσο με το μέγεθος του δείγματος που

επιθυμούμε να έχουμε. Αν ένα στοιχείο εκλεγεί μία φορά, δεν μπορεί να επανεκλεγεί.

Η χρήση της απλής τυχαίας δειγματοληψίας δεν οδηγεί στη δημιουργία αντιπροσωπευτικών δειγμάτων. Το δείγμα μπορεί να αφήνει περιοχές του πληθυσμού ακάλυπτες και τίποτα δεν εξασφαλίζει ότι υπάρχει αντιπροσωπευτικότητα ως προς τα χαρακτηριστικά που μας ενδιαφέρουν. Η απλή, τυχαία δειγματοληψία δεν έχει το μικρότερο σφάλμα εκτίμησης, σε αντίθεση με άλλες μεθόδους (π.χ. στρωματοποιημένη δειγματοληψία), αλλά παρουσιάζει σχετική ευκολία στη χρήση της (Παππάς, Θ. 2002).

9.4.2 Συστηματική δειγματοληψία (systemic sampling)

Η συστηματική δειγματοληψία περιλαμβάνει την επιλογή του δείγματος από το δειγματοληπτικό πλαίσιο σε κανονικά διαστήματα. Για να επιτευχθεί αναλογική αντιπροσώπευση του πληθυσμού στο δείγμα, θα πρέπει να έχει προηγηθεί ταξινόμηση της λίστας του δειγματοληπτικού πλαισίου ως προς το χαρακτηριστικό που θεωρείται το πιο σημαντικό για τη στρωματοποίηση του πληθυσμού. Η συστηματική δειγματοληψία μοιάζει με την απλή, τυχαία δειγματοληψία, όταν δεν υπάρχει συγκεκριμένη σειρά στο δειγματοληπτικό πλαίσιο. Η συγκεκριμένη τεχνική δειγματοληψίας ενδείκνυται σε περιπτώσεις όπου ο πληθυσμός είναι πλήρως και λεπτομερώς καταγραμμένος σε μορφή καταλόγου. Μια παραλλαγή στη χρήση της μεθόδου αποτελεί η επιλογή ψηφοφόρων κατά τη διεξαγωγή μιας εκλογικής έρευνας (exit rolls).

9.4.3 Στρωματοποιημένη δειγματοληψία (stratified sampling)

Στην περίπτωση που ο πληθυσμός που εξετάζεται δεν είναι αρκετά ομοιογενής, τότε η απλή τυχαία δειγματοληψία ενδεχομένως να μην είναι αντιπροσωπευτική. Η στρωματοποιημένη δειγματοληψία σχεδιάστηκε για να εξασφαλίσει την αντιπροσώπευση κάθε τμήματος του πληθυσμού, τη μείωση του σφάλματος εκτίμησης και την ύπαρξη ικανού αριθμού υποκειμένων που προέρχονται από τους υποπληθυσμούς. Για την εφαρμογή της είναι

απαραίτητο ένα δειγματοληπτικό πλαίσιο. Αν και θεωρητικά δεν υπάρχει περιορισμός στο μέγεθος και τη γεωγραφική κατανομή του πληθυσμού, παρόλα αυτά για πρακτικούς λόγους και μόνο, ο πληθυσμός θα πρέπει να είναι σχετικά μικρός και χωρίς μεγάλη γεωγραφική διασπορά, ώστε να περιοριστεί το κόστος της έρευνας. Η διαδικασία για την εφαρμογή της μεθόδου είναι η εξής: Ο πληθυσμός χωρίζεται σε στρώματα (strata) και στη συνέχεια επιλέγονται επιμέρους δείγματα με απλή, τυχαία δειγματοληψία από κάθε στρώμα. Τα στρώματα αποτελούνται από όσο το δυνατόν περισσότερο ομοιογενείς ομάδες στοιχείων του πληθυσμού ως προς κάποια χαρακτηριστικά (γεωγραφικά, κοινωνικά, δημογραφικά, κ.ά.).

Υπάρχουν δύο είδη στρωματοποιημένης δειγματοληψίας. Η αναλογική στρωματοποιημένη δειγματοληψία και η μη αναλογική στρωματοποιημένη δειγματοληψία. Με την αναλογική δειγματοληψία, σε κάθε στρώμα επιλέγεται δείγμα έτσι ώστε η αναλογία του μεγέθους του δείγματος στο στρώμα προς το μέγεθος του συνολικού δείγματος να είναι ίση με την αναλογία του μεγέθους του πληθυσμού του στρώματος προς το μέγεθος του συνολικού πληθυσμού. Με αυτόν τον τρόπο επιτυγχάνεται να είναι το συνολικό δείγμα μια αναλογική μικρογραφία του πληθυσμού. Με τη μη αναλογική στρωματοποιημένη δειγματοληψία επιλέγουμε το μέγεθος του δείγματος και συχνά διατηρούμε το ίδιο μέγεθος σε κάθε στρώμα. Με τη μέθοδο αυτή επεξεργαζόμαστε περιπτώσεις στις οποίες δεν μας ενδιαφέρει η συνολική ακρίβεια στο δείγμα (Φίλιας, Β. 2001).

9.4.4 Δειγματοληψία κατά συστάδες (cluster sampling)

Η μέθοδος δειγματοληψίας κατά συστάδες ενδείκνυται για έρευνες που αφορούν ευρείες γεωγραφικές περιοχές με διασπορά, επειδή δεν αυξάνεται το κόστος της έρευνας. Εφαρμόζεται σε περιπτώσεις στις οποίες δεν είναι γνωστός και καταγραμμένος ο πληθυσμός, αλλά υπάρχουν διαθέσιμοι κατάλογοι με ομάδες που καλύπτουν τον πληθυσμό. Από τη λίστα των ομάδων του πληθυσμού επιλέγουμε δείγμα κάποιων ομάδων και κατόπιν, όλα τα μέλη των ομάδων που επιλέχθηκαν απαντούν στο ερωτηματολόγιο και απαρτίζουν το τελικό δείγμα της έρευνας.

Η μέθοδος δειγματοληψίας κατά συστάδες μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε έρευνες μεγάλων περιοχών και σε έρευνες που αφορούν την εκπαίδευση, την υγεία, την πολιτική. Με τη μέθοδο αυτή δεν παράγονται τα πιο ακριβή αποτελέσματα, αποτελεί όμως ένα καλό συμβιβασμό και πολύ καλή επιλογή σε θέματα κόστους, γεωγραφικής εμβέλειας και έλλειψης δειγματοληπτικού πλαισίου.

9.5 Μη πιθανοθεωρητική δειγματοληψία

Η μη πιθανοθεωρητική δειγματοληψία περιλαμβάνει διάφορα σχέδια τα οποία δεν ικανοποιούν τις προϋποθέσεις της πιθανοθεωρητικής δειγματοληψίας, αλλά στην πράξη χρησιμοποιούνται συχνά. Τα σχέδια αυτά εκφράζουν την ευκολία ή την ανάγκη στην επιλογή δείγματος και συνήθως έχουν μικρότερο κόστος σε σχέση με τη δειγματοληψία πιθανότητας. Για τα δείγματα που προκύπτουν δεν μπορεί να υπολογιστεί το δειγματοληπτικό σφάλμα και δεν μπορεί να εκτιμηθεί η αξιοπιστία των αποτελεσμάτων των εκτιμήσεων, προκειμένου να εξαχθούν συμπεράσματα για το σύνολο του πληθυσμού. Στη κατηγορία των τεχνικών δειγματοληψίας χωρίς πιθανότητα εντάσσονται κυρίως τεχνικές όπως α) η δειγματοληψία ποσοστών, β) η δειγματοληψία της χιονόμπαλας, γ) η δειγματοληψία ευκολίας, δ) η δειγματοληψία κρίσης ή σκοπιμότητας κλπ. Πιο κάτω αναλύονται οι κυριότερες τεχνικές μη πιθανοθεωρητικής δειγματοληψίας που εφαρμόζονται στην έρευνα.

9.5.1 Δειγματοληψία ποσοστών (Quota sampling)

Μέχρι τώρα, εξετάσθηκαν δειγματοληπτικά σχήματα, στα οποία η επιλογή μιας μονάδας του πληθυσμού γινόταν σύμφωνα με μια γνωστή πιθανότητα και, επομένως, χωρίς διάκριση όσο αφορά το ποιες συγκεκριμένες μονάδες του πληθυσμού θα περιληφθούν στο δείγμα.

Η δειγματοληψία με γνωστές πιθανότητες έχει δυο μεγάλα πλεονεκτήματα. Το πρώτο αναφέρεται στην δυνατότητα αξιολόγησης των

πληροφοριών που περιέχονται στο δείγμα με στατιστικές μεθόδους και υπολογισμού του σφάλματος, το οποίο είναι συνυφασμένο με την χρησιμοποιούμενη εκτιμήτρια. Το δεύτερο αναφέρεται στο ότι αποφεύγονται σφάλματα που θα υπεισέρχονταν αν, αντί δειγματοληψίας κατά πιθανότητα, ο ερευνητής χρησιμοποιούσε την δική του κρίση για την επιλογή των μονάδων του δείγματος.

Τα παραπάνω πλεονεκτήματα εξηγούν και τους λόγους για τους οποίους η δειγματοληψία κατά πιθανότητα χρησιμοποιείται σε ευρεία κλίμακα. Πολλές φορές, όμως, χρησιμοποιείται μια άλλη διαδικασία επιλογής των μονάδων του πληθυσμού που θα περιληφθούν στο δείγμα. Αυτή στηρίζεται στην «κρίση» του ερευνητή, ο οποίος επιλέγει μονάδες, έτσι ώστε το δείγμα να είναι «αντιπροσωπευτικό» του πληθυσμού όσον αφορά ορισμένα βασικά χαρακτηριστικά του, όπως η ηλικία, το φύλο, η ιθαγένεια, το μορφωτικό επίπεδο, το εισόδημα κ.λ.π. Η δειγματοληψία με προκαθορισμένα ποσοστά (quota sampling) αποτελεί ουσιαστικά μια υποκειμενική δειγματοληψία.

Αυτή η δειγματοληψία θα μπορούσε να θεωρηθεί ως μια μορφή στρωματοποιημένης δειγματοληψίας με αναλογικό καταμερισμό μια και τα n_i καθορίζονται έτσι ώστε να εκπροσωπούν το $(100N_i/N)\%$ του συνολικού δείγματος. Όμως, διαφέρει από την στρωματοποιημένη δειγματοληψία στο ότι η επιλογή των n_i μονάδων από το i στρώμα δεν γίνεται με απλή τυχαία δειγματοληψία. Υπάρχει ένα στοιχείο μη τυχαιότητας που εισάγεται εξαιτίας του τρόπου επιλογής των μονάδων.

Αυτή γίνεται από τον ερευνητή με τρόπο ώστε το (υπο)δείγμα που θα επιλεγεί να εκπροσωπεί ορισμένα προκαθορισμένα ποσοστά (quotas) όσον αφορά διάφορα άλλα χαρακτηριστικά εκτός από το μέγεθος του i στρώματος. Για παράδειγμα, αν ο πληθυσμός είναι ανθρώπινος, μπορεί να απαιτείται από κάποιο στρώμα η επιλογή δείγματος που να εκπροσωπεί τα ποσοστά 45% και 55% ως προς το χαρακτηριστικό φύλο (άνδρας, γυναίκα), τα ποσοστά 85% και 15% όσον αφορά την διάκριση εργαζόμενος-άνεργος και τα ποσοστά 30%, 60% και 10% όσον αφορά την διάκριση στις κλάσεις ηλικίας 15-19, 20-62 και 62-άνω. Επομένως, ο ερευνητής αποφασίζει αν θα περιλάβει κάποιο

άτομο στο δείγμα σύμφωνα με το εάν ανταποκρίνεται στα συγκεκριμένα ποσοστά.

Στα πλεονεκτήματα της μεθόδου περιλαμβάνονται το χαμηλότερο κόστος και το μικρό χρονικό διάστημα ολοκλήρωσης. Μπορεί για παράδειγμα να αντικατασταθεί ένα άτομο με κάποιο άλλο που ανταποκρίνεται στα ποσοστά που έχουν προκαθορισθεί (quotas). Βέβαια, η ταχύτητα και το χαμηλό κόστος δεν μπορούν να θεωρηθούν ως πλεονεκτήματα εν γένει γιατί δεν υπάρχουν συγκριτικά στοιχεία.

Το μειονέκτημα που παρουσιάζει αυτό το δειγματοληπτικό σχήμα είναι και το πιο αποφασιστικό κριτήριο για την ακαταλληλότητά του. Στατιστική μεθοδολογία για την αξιολόγηση των συμπερασμάτων που συνάγονται από το δείγμα, δεν μπορεί να εφαρμοσθεί. Δεν είναι δυνατός, δηλαδή, ο υπολογισμός του σφάλματος που υπεισέρχεται κατά την εκτίμηση των παραμέτρων του πληθυσμού.

Συμπερασματικά, δειγματοληψία ποσοστών ονομάζεται το δειγματοληπτικό σχέδιο που παρουσιάζει ομοιότητες με τη δειγματοληψία κατά στρώματα, ωστόσο η επιλογή των μονάδων μέσα σε κάθε στρώμα δεν γίνεται τυχαία αλλά από τους συνεντεύκτες με δικά τους κριτήρια. Τα κριτήρια που καθορίζονται τα στρώματα συνδέονται με το θέμα που εξετάζουμε και σύμφωνα με όσα προαναφέρθηκαν. Έτσι, αν θέλουμε να εξετάσουμε τα ταυτοτικά χαρακτηριστικά του πληθυσμού που είναι χρήστες των ΜΚΔ, θα πρέπει να δημιουργήσουμε στρώματα με κριτήρια το φύλλο, την ηλικία, την απασχόληση (δημόσιο, ιδιώτες, άνεργοι, συνταξιούχοι κ.λπ.), τον εκπαιδευτικό επίπεδο κ.λ.π. Το ποσοστό των μονάδων που θα επιλεγούν από κάθε στρώμα πρέπει να αντιστοιχεί στη δομή του πληθυσμού όπως προκύπτει από την απογραφή του πληθυσμού ή από άλλες έρευνες που αποκαλύπτουν τη δομή. Η ποσόστωση για κάθε χαρακτηριστικό ενός κριτηρίου μπορεί να γίνεται ανεξάρτητα από τα υπόλοιπα χαρακτηριστικά ή σε συσχετισμό με αυτά ή και τα άλλα κριτήρια.

9.5.2 Δειγματοληψία χιονόμπαλας (Snowball sampling)

Η δειγματοληψία χιονόμπαλας είναι μία τεχνική δημιουργίας ενός δείγματος από έναν πυρήνα γνωστών στοιχείων τα οποία στη συνέχεια αυξάνουν προσθέτοντας νέα στοιχεία που προκύπτουν από τα αρχικά στοιχεία του πυρήνα. Έτσι, ο αρχικός πυρήνας μεγαλώνει σαν μια κυλιόμενη χιονόμπαλα σχηματίζοντας ένα δείγμα χρήσιμο για έρευνα. Αυτού του είδους τα δείγματα χρησιμοποιούνται συχνά όταν δεν υπάρχει διαθέσιμο δειγματοληπτικό πλαίσιο που καταγράφει όλα τα στοιχεία του πληθυσμού και επομένως χρησιμοποιούνται κυρίως σε πληθυσμούς που είναι δύσκολα προσβάσιμοι π.χ. οι χρήστες ναρκωτικών κ.λπ. Επομένως, τα δείγματα αυτά δεν είναι τυχαία και αντιπροσωπευτικά του πληθυσμού υπό μελέτη συνεπώς υπόκεινται σε διάφορα σφάλματα (Τσιώλης, Γ. (2014)).

9.5.3 Δειγματοληψία ευκολίας (προσιότητας) ή πρόχειρη δειγματοληψία (Accessibility ή haphazard sampling)

Το δείγμα επιλέγεται από ένα τμήμα του πληθυσμού, στο οποίο υπάρχει εύκολη πρόσβαση. Δηλαδή, επιλέγουμε μόνο εκείνες τις μονάδες του πληθυσμού που είναι ευκολότερο να προσεγγίσουμε. Είναι φανερό ότι ένα τέτοιο δείγμα δεν μπορεί να είναι αντιπροσωπευτικό του πληθυσμού από τον οποίο προέρχεται. Στην περίπτωση αυτή ο απογραφέας αντί να επισκεφθεί προκαθορισμένα σημεία δειγματοληψίας (κάτι που είναι χρονοβόρο και κοστίζει χρήματα), στέκεται σε ένα κεντρικό σημείο και ερωτά όποιον από τους περαστικούς έχει διάθεση να απαντήσει τις ερωτήσεις. Είναι προφανές ότι εκτός από το πρόβλημα ότι δεν μπορεί να εκτιμηθεί το σφάλμα δειγματοληψίας, η δειγματοληψία αυτή δεν είναι αμερόληπτη, αφού περιορίζεται σε όσους είναι πρόθυμοι να απαντήσουν, πιθανά επειδή το θέμα τους ενδιαφέρει περισσότερο.

9.5.4 Δειγματοληψία κρίσης ή σκοπιμότητας ή σχέδιο μέσου όρου (Judgemental or purposive sampling)

Είναι η μέθοδος μη πιθανοθεωρητικής δειγματοληψίας κατά την οποία ο ερευνητής επιλέγει το δείγμα σύμφωνα με την κρίση του. Αυτή η διαδικασία ακολουθείται σε περιπτώσεις διερεύνησης σπάνιων χαρακτηριστικών ή φαινομένων, οπότε ο ερευνητής δεν έχει στη διάθεσή του μεγάλο δειγματοληπτικό πλαίσιο, ή όταν ο πληθυσμός αποτελείται από ετερογενείς ομάδες, οπότε ο ερευνητής επιλέγει από τον ανομοιογενή πληθυσμό ένα δείγμα τυπικών μονάδων, δηλαδή μονάδων οι οποίες βρίσκονται κοντά στην κατά την αντίληψή του μέση τιμή του πληθυσμού. Τα αποτελέσματα μιας τέτοιας μορφής δειγματοληψίας μπορεί να είναι πολύ καλά, αν η διαίσθηση του ερευνητή ή η κρίση του είναι τέλεια. Παράδειγμα τέτοιας δειγματοληψίας είναι οι προεκλογικές δημοσκοπήσεις. Στις δημοσκοπήσεις αυτές μια προσέγγιση είναι να επιλεγεί δείγμα ατόμων από το εκλογικό σώμα με δειγματοληψία πιθανότητας και να τους γίνουν, τηλεφωνικές συνήθως, ερωτήσεις σχετικά με τις εκλογικές τους προτιμήσεις. Μια δεύτερη προσέγγιση η οποία αποτελεί δειγματοληψία κρίσης ή σχέδιο μέσου όρου είναι η επιλογή εκλογικών τμημάτων, τα οποία σε προηγούμενες εκλογές ήταν κοντά στο εκλογικό αποτέλεσμα της χώρας, και η διερεύνηση των πολιτικών προτιμήσεων των εκλογέων σε αυτά (Ξεκαλάκη, Ε., 1995 : 55).

9.6 Ταυτότητα της έρευνας

Ως εκ τούτων και κατόπιν εξέτασης των εναλλακτικών επιλογών σε συνδυασμό με τις ανάγκες, τις ιδιαιτερότητες και τους περιορισμούς της εν λόγω έρευνας, η βέλτιστη λύση για τη συλλογή των εμπειρικών δεδομένων καθώς και τη διασφάλιση της αντιπροσωπευτικότητας του δείγματος ως προς τον πληθυσμό, κρίθηκε η μη πιθανοθεωρητική τεχνική της **δειγματοληψίας ποσοστών (Quota sampling)**. Η Επιλογή του δείγματος έτσι ώστε να αντανακλάται σε αυτό η δημογραφική δομή του πληθυσμού ως προς τα χαρακτηριστικά της ηλικίας, της εκπαίδευσης και της απασχόλησης.

Η συγκέντρωση πρωτογενών στοιχείων πραγματοποιήθηκε με τη χρήση ψηφιακού ερωτηματολογίου, του οποίου η συμπλήρωση του διαρκούσε είκοσι περίπου λεπτά. Αποτελούνταν από ερωτήσεις πολλαπλών επιλογών, 5βάθμιες κλίμακες τύπου Likert, 7βάθμιες κλίμακες τύπου scale, καθώς και απαντήσεις «Σωστό/ Λάθος» ή «Ναι/Όχι».

Με βάση το μεθοδολογικό σχεδιασμό που αναπτύχθηκε, η συλλογή των δεδομένων πραγματοποιήθηκε μέσω διαδικτυακού δομημένου ερωτηματολογίου σε μη πιθανοθεωρητική δείγμα στον αστικό ιστό της Καλαμάτας. Το ερωτηματολόγιο πήρε μορφή ηλεκτρονικής φόρμας, η οποία παρέχεται δωρεάν από την εφαρμογή Google Docs της Google και διανεμήθηκε ηλεκτρονικά μέσω e-mail.

Ο αστικός ιστός της πόλης έχει διαιρεθεί σε 16 υπο-περιοχές, προκειμένου να εξετάσουμε τις διαφοροποιήσεις που προκύπτουν στην χρήση των ΜΚΔ.

Απεστάλησαν 500 email κατανεμημένα σύμφωνα με τα δημογραφικά στοιχεία της απογραφής του 2011 και με βάση τα πιο πάνω χαρακτηριστικά.

Το δείγμα ορίζεται από τους εξής παραμέτρους:

Μονάδα δειγματοληψίας: Χρήστες διαδικτύου, με έμφαση στους χρήστες των Social Media, ηλικίας 12 έως 51+

Τρόπος διεξαγωγής της έρευνας: Διαδίκτυο, Google Docs, email

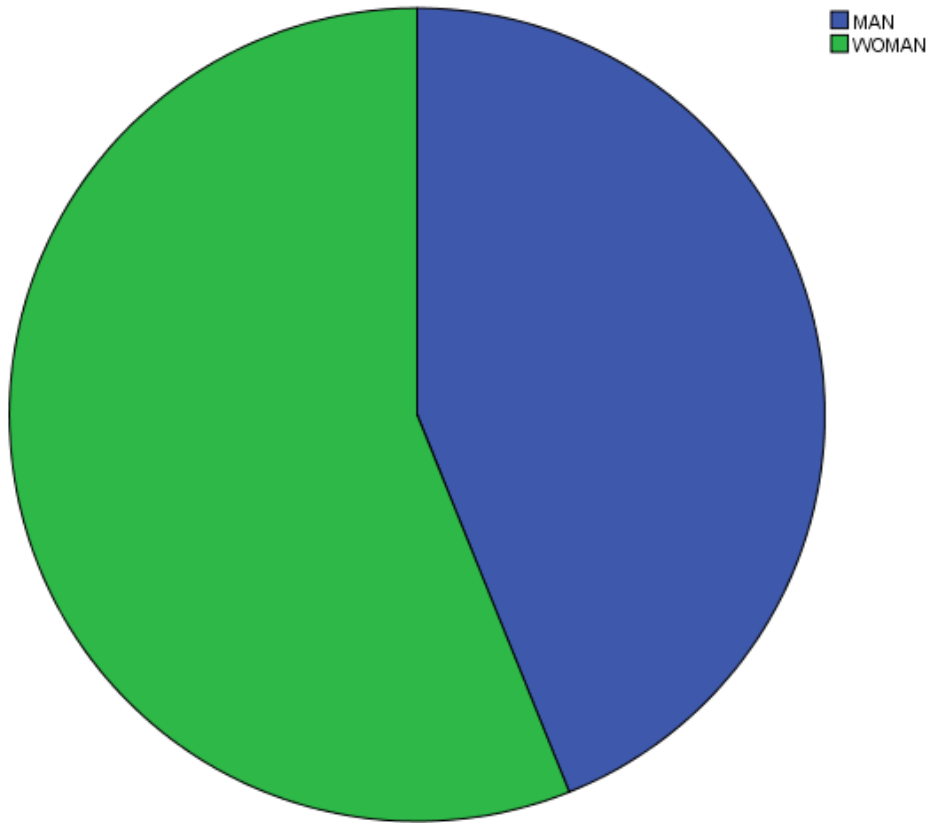
Έκταση: Αστικός ιστός Καλαμάτας

Χρόνος: 01-01-2017 έως 31-01-2017

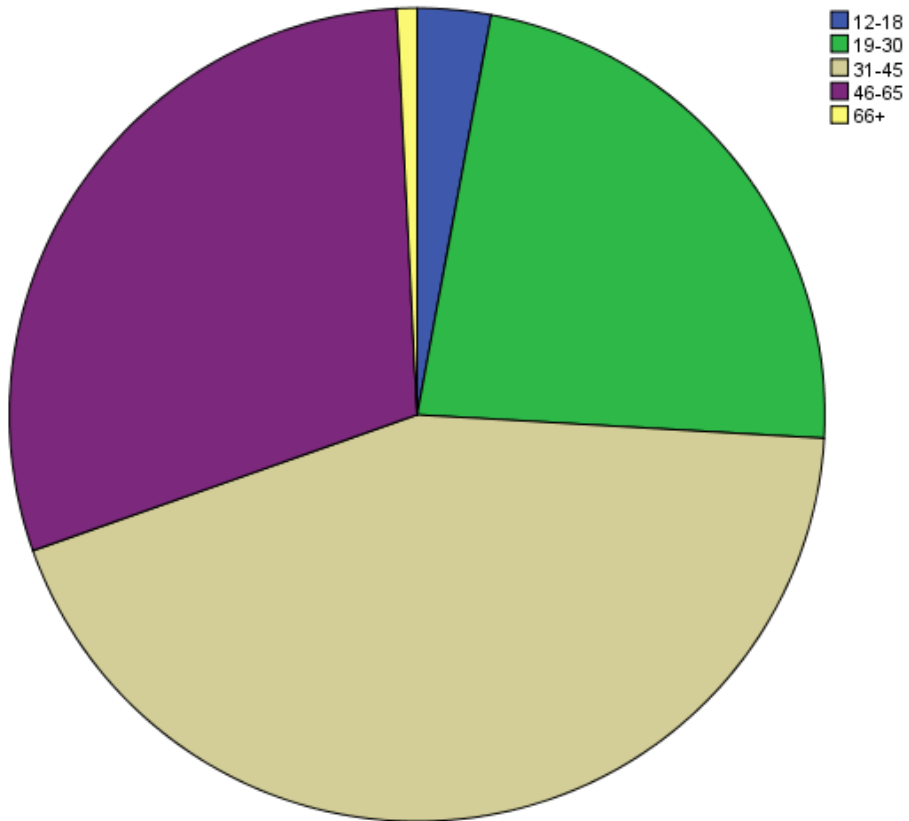
Μέγεθος δείγματος: 378 άτομα

Η διαδικασία της δειγματοληψίας περιελάμβανε πέντε στάδια. Αρχικά επιλέχτηκε το ερευνητικό θέμα για το οποίο επιθυμούμε να διεξάγουμε συμπεράσματα. Αμέσως μετά καθορίστηκε ποια άτομα θα αποτελέσουν το δείγμα. Στη συνέχεια ακολούθησε η επιλογή της μεθόδου δειγματοληψία ποσοστών (Quota sampling), υπό τα κριτήρια του φύλλου και της ηλικίας. Στο επόμενο στάδιο ορίστηκε το μέγεθος του δείγματος και τέλος έγινε η συλλογή των στοιχείων από τους ερωτώμενους.

Q01.SEX



Q02.AGE



9.7 Ποιες είναι οι αιτίες χρήσης των ΜΚΔ, σύμφωνα με τις δηλώσεις των ερωτηθέντων;

Οι ερωτηθέντες δήλωσαν τους λόγους για τους οποίους χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ απαντώντας σε συγκεκριμένες δηλώσεις στο ερώτημα 6 του ερωτηματολογίου με χρήση πεντάβαθμης κλίμακας Likert (1= Σχεδόν καθόλου, 2= Σε μικρό βαθμό, 3=Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό, 4= Σε μεγάλο βαθμό, 5= Σε πολύ μεγάλο βαθμό).

Υπολογίστηκαν η μέση τιμή (Mean) και η τυπική απόκλιση (Standard Deviation), όπως προέκυψαν από τη βαθμολογία των δηλώσεων από τους ερωτηθέντες για το σύνολο του δείγματος.

Τα αποτελέσματα για τις αιτίες χρήσης των ΜΚΔ, που αφορούν στο σύνολο του δείγματος, συνοψίζονται στον παρακάτω πίνακα:

ΑΙΤΙΕΣ ΧΡΗΣΗΣ ΜΚΔ	Μέση τιμή	Πλήθος	Τυπική Απόκλιση
<i>Να ενημερώνομαι</i>	3,87	378	1,065
<i>Να κρατώ επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό</i>	3,52	378	1,117
<i>Να επικοινωνώ με άλλους</i>	3,49	378	1,166
<i>Να παρακολουθώ βιντεάκια και να ακούω μουσική</i>	2,77	378	1,209
<i>Για να μοιράζομαι προσωπικές φωτογραφίες και βίντεο</i>	2,54	378	1,214
<i>Για να γεμίσω τον ελεύθερο χρόνο μου</i>	2,53	378	1,223
<i>Για αναζήτηση εργασίας</i>	2,07	378	1,355
<i>Για να κάνω νέους/ες φίλους/γνωριμίες</i>	1,93	378	1,088
<i>Γιατί είναι στη μόδα</i>	1,87	378	1,234
<i>Να «παρακολουθώ» τους φίλους μου</i>	1,86	378	1,028
<i>Από περιέργεια</i>	1,81	378	0,959
<i>Να παίζω παιχνίδια</i>	1,71	378	1,155
<i>Για να προβάλω τον εαυτό μου</i>	1,67	378	1,019
<i>Διότι με πίεσαν οι φίλοι μου να γίνω μέλος</i>	1,35	378	0,779

Οι ερωτηθέντες δήλωσαν ότι οι τρεις κυριότερες αιτίες χρήσης των ΜΚΔ ήταν «να ενημερώνονται», «να κρατούν επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό» και «να επικοινωνούν με άλλους», ενώ δήλωσαν ότι οι τρεις λιγότερο σημαντικές αιτίες χρήσης των ΜΚΔ ήταν «να παίζουν παιχνίδια», «να προβάλλουν τον εαυτό τους» και «διότι τους πίεσαν οι φίλοι τους να γίνουν μέλη».

Στρογγυλοποιώντας τις μέσες τιμές που προέκυψαν από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων με χρήση πεντάβαθμης κλίμακας Likert (1= Σχεδόν καθόλου, 2= Σε μικρό βαθμό, 3=Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό, 4= Σε μεγάλο βαθμό, 5= Σε πολύ μεγάλο βαθμό), προέκυψαν τα παρακάτω συμπεράσματα σε σχέση με τις αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ:

Να ενημερώνομαι: **Σε μεγάλο βαθμό**

Να κρατώ επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό: **Σε μεγάλο βαθμό**

Να επικοινωνώ με άλλους: **Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό**

Να παρακολουθώ βιντεάκια και να ακούω μουσική: **Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό**

Για να μοιράζομαι προσωπικές φωτογραφίες και βίντεο: **Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό**

Για να γεμίσω τον ελεύθερο χρόνο μου: **Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό**

Για αναζήτηση εργασίας: **Σε μικρό βαθμό**

Για να κάνω νέους/ες φίλους/γνωριμίες: **Σε μικρό βαθμό**

Γιατί είναι στη μόδα: **Σε μικρό βαθμό**

Να «παρακολουθώ» τους φίλους μου: **Σε μικρό βαθμό**

Από περιέργεια: **Σε μικρό βαθμό**

Να παίζω παιχνίδια: **Σε μικρό βαθμό**

Για να προβάλω τον εαυτό μου: **Σε μικρό βαθμό**

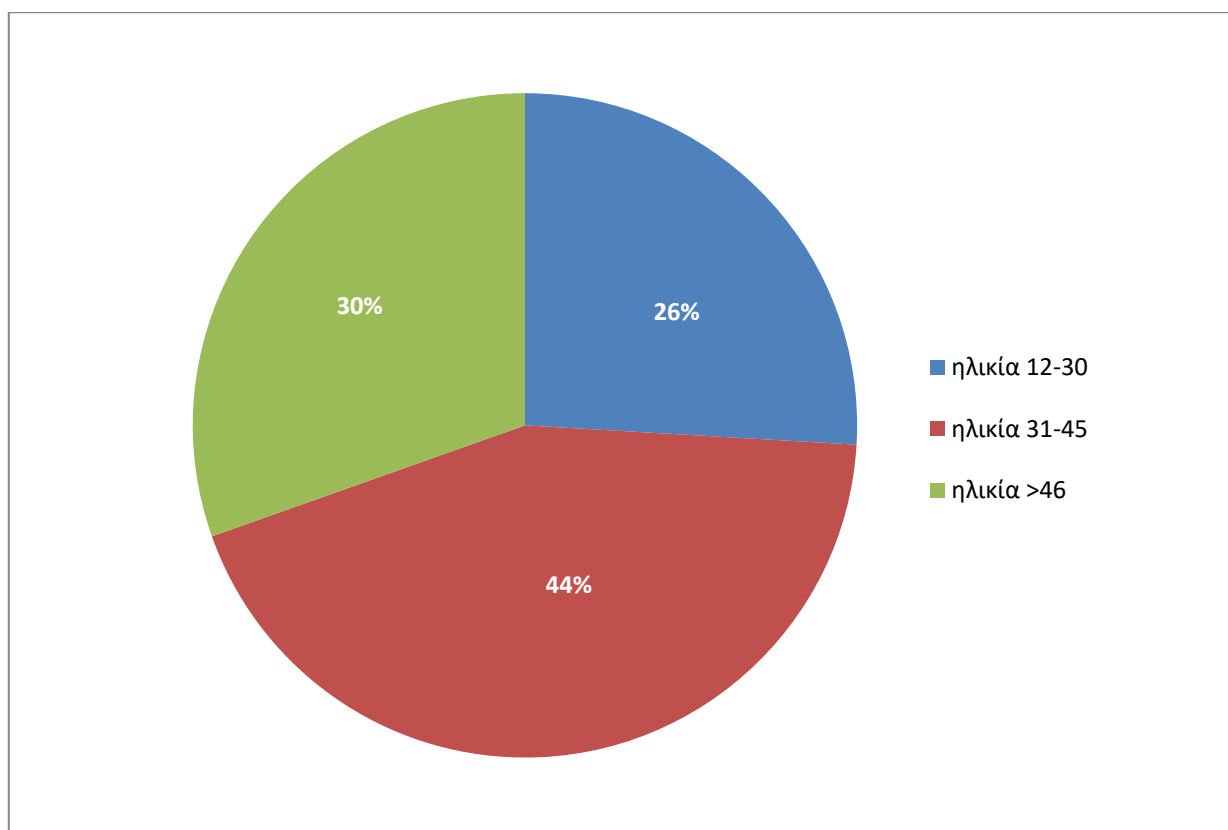
Διότι με πίεσαν οι φίλοι μου να γίνω μέλος: **Σχεδόν καθόλου**

9.8 Πώς συσχετίζονται οι λόγοι για τους οποίους οι ερωτηθέντες χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ με την ηλικία τους;

Υπολογίστηκαν η μέση τιμή (Mean) και η τυπική απόκλιση (Standard Deviation), όπως προέκυψαν από τη βαθμολογία των δηλώσεων από τους ερωτηθέντες για κάθε ανεξάρτητη ηλικιακή ομάδα. Το δείγμα των ερωτηθέντων περιλαμβάνει τρεις ανεξάρτητες ηλικιακές ομάδες (12-30, 31-45, >46):

ΗΛΙΚΙΑ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	12-30	98	25,9	25,9	25,9
	31-45	165	43,7	43,7	69,6
	>46	115	30,4	30,4	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

Όπως προκύπτει και από το πιο κάτω γράφημα, σε σύνολο 378 ερωτηθέντων, οι 98 (25.9%) είναι ηλικίας 12-30, οι 165 (43.7%) ηλικίας 31-45, και οι 115 (30.4%) είναι μεγαλύτεροι από 46 ετών.



Ακολουθούν τα αποτελέσματα που προέκυψαν για τις αιτίες χρήσης των ΜΚΔ, για κάθε ανεξάρτητη ηλικιακή ομάδα:

Ηλικιακή Ομάδα: 12-30

ΑΙΤΙΕΣ ΧΡΗΣΗΣ ΜΚΔ	Μέση τιμή	Πλήθος	Τυπική Απόκλιση
Να ενημερώνομαι	4,12	98	0,987
Να επικοινωνώ με άλλους	3,81	98	1,146
Να κρατώ επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό	3,65	98	1,056
Να παρακολουθώ βιντεάκια και να ακούω μουσική	3,13	98	1,145
Για να γεμίσω τον ελεύθερο χρόνο μου	2,88	98	1,169
Για να μοιράζομαι προσωπικές φωτογραφίες και βίντεο	2,84	98	1,137
Για αναζήτηση εργασίας	2,65	98	1,444
Για να κάνω νέους/ες φίλους/γνωριμίες	2,18	98	1,187
Να «παρακολουθώ» τους φίλους μου	2,16	98	1,072
Γιατί είναι στη μόδα	2,14	98	1,370
Να παίζω παιχνίδια	2,01	98	1,214
Από περιέργεια	1,85	98	0,901
Για να προβάλλω τον εαυτό μου	1,77	98	1,092
Διότι με πίεσαν οι φίλοι μου να γίνω μέλος	1,36	98	0,777

Οι 98 ερωτηθέντες ηλικίας 12-30 δήλωσαν ότι οι τρεις κυριότερες αιτίες χρήσης των ΜΚΔ ήταν «να ενημερώνονται», «να επικοινωνούν με άλλους» και «να κρατούν επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό», ενώ δήλωσαν ότι οι τρεις λιγότερο σημαντικές αιτίες χρήσης των ΜΚΔ ήταν «από περιέργεια», «για να προβάλλουν τον εαυτό τους» και «διότι τους πίεσαν οι φίλοι τους να γίνουν μέλη».

Μετά τη στρογγυλοποίηση των μέσω τιμών που υπολογίστηκαν από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων με χρήση πεντάβαθμης κλίμακας Likert (1=

Σχεδόν καθόλου, 2= Σε μικρό βαθμό, 3=Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό, 4= Σε μεγάλο βαθμό, 5= Σε πολύ μεγάλο βαθμό), προέκυψαν τα παρακάτω συμπεράσματα σε σχέση με τις αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ για την ηλικιακή ομάδα 12-30:

Να ενημερώνομαι: Σε μεγάλο βαθμό

Να επικοινωνώ με άλλους: Σε μεγάλο βαθμό

Να κρατώ επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό: Σε μεγάλο βαθμό

Να παρακολουθώ βιντεάκια και να ακούω μουσική: Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό

Για να γεμίσω τον ελεύθερο χρόνο μου: Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό

Για να μοιράζομαι προσωπικές φωτογραφίες και βίντεο: Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό

Για αναζήτηση εργασίας: Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό

Για να κάνω νέους/ες φίλους/γνωριμίες: Σε μικρό βαθμό

Να «παρακολουθώ» τους φίλους μου: Σε μικρό βαθμό

Γιατί είναι στη μόδα: Σε μικρό βαθμό

Να παίζω παιχνίδια: Σε μικρό βαθμό

Από περιέργεια: Σε μικρό βαθμό

Για να προβάλω τον εαυτό μου: Σε μικρό βαθμό

Διότι με πίεσαν οι φίλοι μου να γίνω μέλος: Σχεδόν καθόλου

Ηλικιακή Ομάδα: 31-45

ΑΙΤΙΕΣ ΧΡΗΣΗΣ ΜΚΔ	Μέση τιμή	Πλήθος	Τυπική Απόκλιση
Να ενημερώνομαι	3,84	165	1,047
Να κρατώ επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό	3,58	165	1,088
Να επικοινωνώ με άλλους	3,48	165	1,102
Να παρακολουθώ βιντεάκια και να ακούω μουσική	2,78	165	1,195
Για να μοιράζομαι προσωπικές φωτογραφίες και βίντεο	2,52	165	1,177
Για να γεμίσω τον ελεύθερο χρόνο μου	2,33	165	1,16
Για αναζήτηση εργασίας	2,1	165	1,376
Από περιέργεια	1,83	165	0,985
Για να κάνω νέους/ες φίλους/γνωριμίες	1,8	165	1,001
Να «παρακολουθώ» τους φίλους μου	1,74	165	0,949
Γιατί είναι στη μόδα	1,74	165	1,109
Για να προβάλω τον εαυτό μου	1,74	165	1,023
Να παίζω παιχνίδια	1,69	165	1,193
Διότι με πίεσαν οι φίλοι μου να γίνω μέλος	1,39	165	0,809

Οι 165 ερωτηθέντες ηλικίας 31-45 , δήλωσαν ότι οι τρεις κυριότερες αιτίες χρήσης των ΜΚΔ ήταν «να ενημερώνονται», «να κρατούν επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό» και «να επικοινωνούν με άλλους» ενώ δήλωσαν ότι οι τρεις λιγότερο σημαντικές αιτίες χρήσης των ΜΚΔ ήταν «γιατί είναι στη μόδα», «για να παίζουν παιχνίδια» και «διότι τους πίεσαν οι φίλοι τους να γίνουν μέλη».

Μετά τη στρογγυλοποίηση των μέσω τιμών που υπολογίστηκαν από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων με χρήση πεντάβαθμης κλίμακας Likert (1= Σχεδόν καθόλου, 2= Σε μικρό βαθμό, 3=Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό, 4= Σε μεγάλο βαθμό, 5= Σε πολύ μεγάλο βαθμό), προέκυψαν τα παρακάτω

συμπεράσματα σε σχέση με τις αιτίες χρήσης των ΜΚΔ για την ηλικιακή ομάδα 31-45:

Να ενημερώνομαι: Σε μεγάλο βαθμό

Να κρατώ επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό: Σε μεγάλο βαθμό

Να επικοινωνώ με άλλους: Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό

Να παρακολουθώ βιντεάκια και να ακούω μουσική: Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό

Για να μοιράζομαι προσωπικές φωτογραφίες και βίντεο: Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό

Για να γεμίσω τον ελεύθερο χρόνο μου: Σε μικρό βαθμό

Για αναζήτηση εργασίας: Σε μικρό βαθμό

Από περιέργεια: Σε μικρό βαθμό

Για να κάνω νέους/ες φίλους/γνωριμίες: Σε μικρό βαθμό

Να «παρακολουθώ» τους φίλους μου: Σε μικρό βαθμό

Γιατί είναι στη μόδα: Σε μικρό βαθμό

Για να προβάλω τον εαυτό μου: Σε μικρό βαθμό

Να παίζω παιχνίδια: Σε μικρό βαθμό

Διότι με πίεσαν οι φίλοι μου να γίνω μέλος: Σχεδόν καθόλου

Ηλικιακή Ομάδα: >46

ΑΙΤΙΕΣ ΧΡΗΣΗΣ ΜΚΔ	Μέση τιμή	Πλήθος	Τυπική Απόκλιση
Να ενημερώνομαι	3,7	115	1,124
Να κρατώ επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό	3,3	115	1,186
Να επικοινωνώ με άλλους	3,25	115	1,220
Για να γεμίσω τον ελεύθερο χρόνο μου	2,5	115	1,300
Να παρακολουθώ βιντεάκια και να ακούω μουσική	2,44	115	1,201
Για να μοιράζομαι προσωπικές φωτογραφίες και βίντεο	2,31	115	1,287
Για να κάνω νέους/ες φίλους/γνωριμίες	1,9	115	1,092
Γιατί είναι στη μόδα	1,81	115	1,256
Να «παρακολουθώ» τους φίλους μου	1,77	115	1,054
Από περιέργεια	1,74	115	0,974
Για αναζήτηση εργασίας	1,55	115	1,002
Να παίζω παιχνίδια	1,5	115	0,994
Για να προβάλλω τον εαυτό μου	1,49	115	0,931
Διότι με πίεσαν οι φίλοι μου να γίνω μέλος	1,3	115	0,737

Οι 115 ερωτηθέντες ηλικίας >46 δήλωσαν ότι οι τρεις κυριότερες αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ ήταν «να ενημερώνονται», «να κρατούν επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό» και «να επικοινωνούν με άλλους», ενώ δήλωσαν ότι οι τρεις λιγότερο σημαντικές αιτίες χρήσης των ΜΚΔ ήταν «για να παίζουν παιχνίδια», «για να προβάλλουν τον εαυτό τους» και «διότι τους πίεσαν οι φίλοι τους να γίνουν μέλη».

Μετά τη στρογγυλοποίηση των μέσω τιμών που υπολογίστηκαν από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων με χρήση πεντάβαθμης κλίμακας Likert (1= Σχεδόν καθόλου, 2= Σε μικρό βαθμό, 3=Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό, 4= Σε μεγάλο βαθμό, 5= Σε πολύ μεγάλο βαθμό), προέκυψαν τα παρακάτω

συμπεράσματα σε σχέση με τις αιτίες χρήσης των ΜΚΔ για την ηλικιακή ομάδα >46:

Να ενημερώνομαι: **Σε μεγάλο βαθμό**

Να κρατώ επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό: **Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό**

Να επικοινωνώ με άλλους: **Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό**

Για να γεμίσω τον ελεύθερο χρόνο μου: **Σε μικρό βαθμό**

Να παρακολουθώ βιντεάκια και να ακούω μουσική: **Σε μικρό βαθμό**

Για να μοιράζομαι προσωπικές φωτογραφίες και βίντεο: **Σε μικρό βαθμό**

Για να κάνω νέους/ες φίλους/γνωριμίες: **Σε μικρό βαθμό**

Γιατί είναι στη μόδα: **Σε μικρό βαθμό**

Να «παρακολουθώ» τους φίλους μου: **Σε μικρό βαθμό**

Από περιέργεια: **Σε μικρό βαθμό**

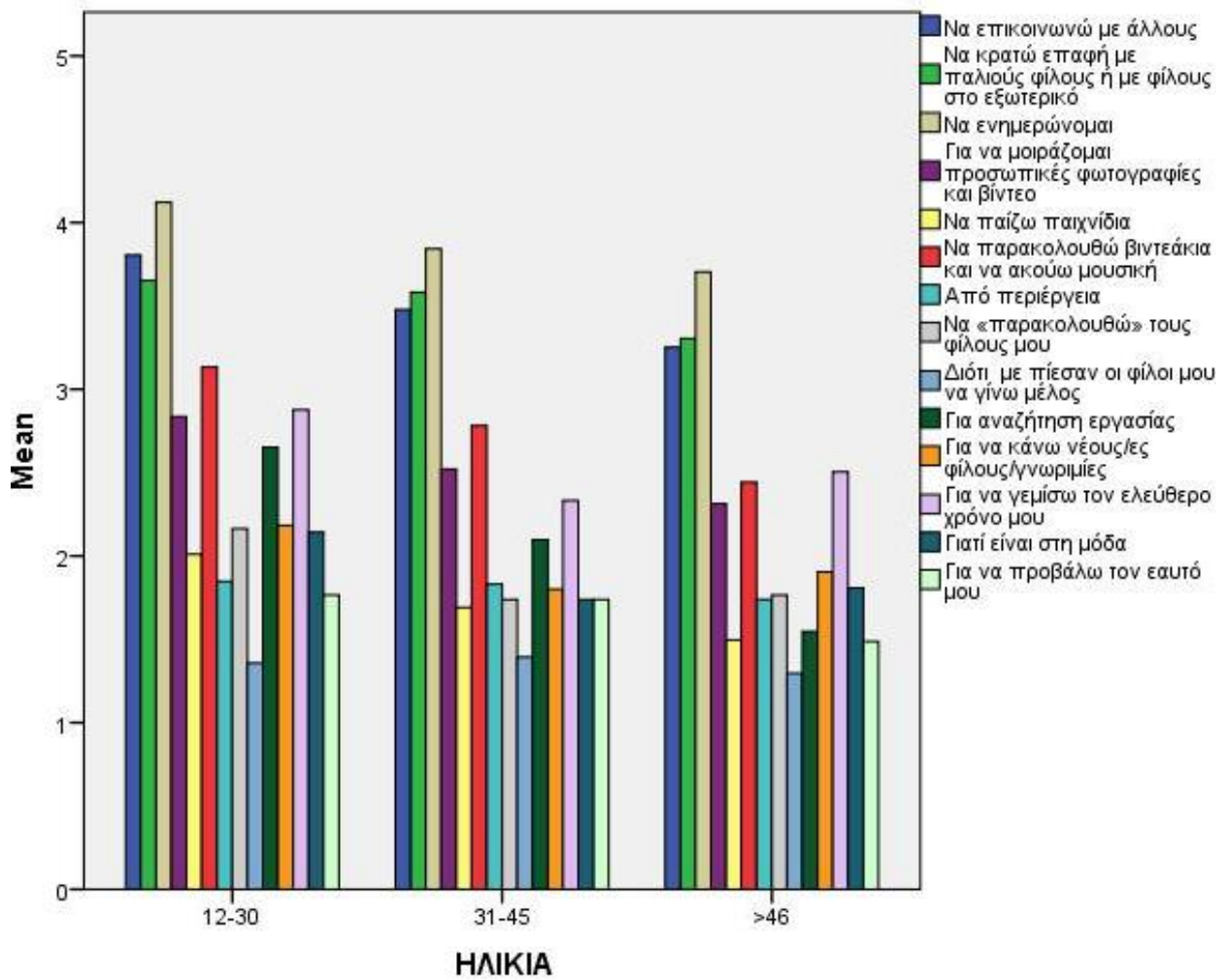
Για αναζήτηση εργασίας: **Σε μικρό βαθμό**

Να παίζω παιχνίδια: **Σχεδόν καθόλου**

Για να προβάλω τον εαυτό μου: **Σχεδόν καθόλου**

Διότι με πίεσαν οι φίλοι μου να γίνω μέλος: **Σχεδόν καθόλου**

Τα παραπάνω αποτελέσματα για όλες τις ηλικιακές ομάδες απεικονίζονται στο παρακάτω ραβδόγραμμα (Bar Chart):



Στη συνέχεια, πραγματοποιήθηκε έλεγχος κανονικότητας (Normality Test) των μεταβλητών που περιγράφουν τις αιτίες χρήσης των ΜΚΔ, για κάθε ανεξάρτητη ηλικιακή ομάδα, με εφαρμογή της μεθόδου Kolmogorov-Smirnov (1990 : 319-330). Ο έλεγχος έδειξε ότι καμία μεταβλητή δεν ακολουθεί κανονική κατανομή.

Προκειμένου να διερευνηθεί αν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στις αιτίες χρήσης των ΜΚΔ μεταξύ των ανεξάρτητων ηλικιακών ομάδων, χρησιμοποιήθηκε η μη παραμετρική μέθοδος Kruskal-Wallis (1990 : 226-234), η οποία δεν προϋποθέτει κανονικότητα (normality) στα δεδομένα.

Τα αποτελέσματα από την εφαρμογή της μεθόδου συνοψίζονται στους παρακάτω πίνακες:

	ΗΛΙΚΙΑ	N	Mean Rank
Να επικοινωνώ με άλλους	12-30	98	218,52
	31-45	165	186,61
	>46	115	168,92
	Total	378	
Να κρατώ επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό	12-30	98	201,79
	31-45	165	195,15
	>46	115	170,92
	Total	378	
Να ενημερώνομαι	12-30	98	215,88
	31-45	165	185,15
	>46	115	173,27
	Total	378	
Για να μοιράζομαι προσωπικές φωτογραφίες και βίντεο	12-30	98	217,67
	31-45	165	187,95
	>46	115	167,72
	Total	378	
Να παίζω παιχνίδια	12-30	98	218,38
	31-45	165	185,14
	>46	115	171,14
	Total	378	
Να παρακολουθώ βιντεάκια και να ακούω μουσική	12-30	98	222,48
	31-45	165	190,24
	>46	115	160,33
	Total	378	
Από περιέργεια	12-30	98	197,42
	31-45	165	191,06
	>46	115	180,52
	Total	378	
Να «παρακολουθώ» τους φίλους μου	12-30	98	221,86
	31-45	165	178,59
	>46	115	177,58
	Total	378	
Διότι με πίεσαν οι φίλοι μου να γίνω μέλος	12-30	98	188,46
	31-45	165	194,28
	>46	115	183,52
	Total	378	
Για αναζήτηση εργασίας	12-30	98	234,11
	31-45	165	190,63
	>46	115	149,86
	Total	378	
Για να κάνω νέους/ες φίλους/γνωριμίες	12-30	98	211,98
	31-45	165	178,11
	>46	115	186,69
	Total	378	
Για να γεμίσω τον ελεύθερο χρόνο μου	12-30	98	221,19
	31-45	165	173,21
	>46	115	185,87
	Total	378	
Γιατί είναι στη μόδα	12-30	98	210,83
	31-45	165	181,90
	>46	115	182,23
	Total	378	
Για να προβάλω τον εαυτό μου	12-30	98	196,84
	31-45	165	198,31
	>46	115	170,60
	Total	378	

Test Statistics^{a,b}

	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Να επικοινωνώ με άλλους	11,806	2	,003
Να κρατώ επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό	5,392	2	,067
Να ενημερώνομαι	9,420	2	,009
Για να μοιράζομαι προσωπικές φωτογραφίες και βίντεο	11,787	2	,003
Να παίζω παιχνίδια	14,508	2	,001
Να παρακολουθώ βιντεάκια και να ακούω μουσική	18,098	2	,000
Από περιέργεια	1,551	2	,460
Να «παρακολουθώ» τους φίλους μου	13,534	2	,001
Διότι με πίεσαν οι φίλοι μου να γίνω μέλος	1,356	2	,508
Για αναζήτηση εργασίας	37,474	2	,000
Για να κάνω νέους/λες φίλους/γνωριμίες	6,879	2	,032
Για να γεμίσω τον ελεύθερο χρόνο μου	12,744	2	,002
Γιατί είναι στη μόδα	6,375	2	,041
Για να προβάλω τον εαυτό μου	6,643	2	,036

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: ΗΛΙΚΙΑ

Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα, στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των τριών ηλικιακών ομάδων προέκυψαν στις παρακάτω αιτίες χρήσης των ΜΚΔ:

1. «να επικοινωνώ με τους άλλους»: $\chi^2(2)=11.806$, $p=0.003$, με μέση βαθμολογία 218.52 για την ηλικιακή ομάδα 12-30, 186.61 για την ομάδα 31-45, και 168.92 για την ομάδα ηλικίας άνω των 46 ετών.
2. «να ενημερώνομαι»: $\chi^2(2)=9.420$, $p=0.009$, με μέση βαθμολογία 215.88 για την ηλικιακή ομάδα 12-30, 185.15 για την ομάδα 31-45, και 173.27 για την ομάδα ηλικίας άνω των 46 ετών.
3. «να μοιράζομαι προσωπικές φωτογραφίες και βίντεο»: $\chi^2(2)=11.787$, $p=0.003$, με μέση βαθμολογία 217.67 για την ηλικιακή ομάδα 12-30, 187.95 για την ομάδα 31-45, και 167.72 για την ομάδα ηλικίας άνω των 46 ετών.
4. «να παίζω παιχνίδια»: $\chi^2(2)=14.508$, $p=0.001$, με μέση βαθμολογία 218.38 για την ηλικιακή ομάδα 12-30, 185.14 για την ομάδα 31-45, και 171.14 για την ομάδα ηλικίας άνω των 46 ετών.
5. «να παρακολουθώ βιντεάκια και να παίζω μουσική»: $\chi^2(2)=18.098$, $p<0.001$, με μέση βαθμολογία 222.48 για την ηλικιακή ομάδα 12-30,

- 190.24 για την ομάδα 31-45, και 160.33 για την ομάδα ηλικίας άνω των 46 ετών.
6. «να παρακολουθώ τους φίλους μου»: $\chi^2(2)=13.534$, $p=0.001$, με μέση βαθμολογία 221.86 για την ηλικιακή ομάδα 12-30, 178.59 για την ομάδα 31-45, και 177.58 για την ομάδα ηλικίας άνω των 46 ετών.
 7. «για αναζήτηση εργασίας»: $\chi^2(2)=37.474$, $p<0.001$, με μέση βαθμολογία 234.11 για την ηλικιακή ομάδα 12-30, 190.63 για την ομάδα 31-45, και 149.86 για την ομάδα ηλικίας άνω των 46 ετών.
 8. «για να κάνω νέους φίλους/γνωριμίες»: $\chi^2(2)=6.879$, $p=0.032$, με μέση βαθμολογία 211.98 για την ηλικιακή ομάδα 12-30, 178.11 για την ομάδα 31-45, και 186.69 για την ομάδα ηλικίας άνω των 46 ετών.
 9. «για να γεμίσω τον ελεύθερο χρόνο μου»: $\chi^2(2)=12.744$, $p=0.002$, με μέση βαθμολογία 221.19 για την ηλικιακή ομάδα 12-30, 173.21 για την ομάδα 31-45, και 185.87 για την ομάδα ηλικίας άνω των 46 ετών.
 10. «γιατί είναι στη μόδα»: $\chi^2(2)=6.375$, $p=0.041$, με μέση βαθμολογία 210.83 για την ηλικιακή ομάδα 12-30, 181.90 για την ομάδα 31-45, και 182.23 για την ομάδα ηλικίας άνω των 46 ετών.
 11. «για να προβάλω τον εαυτό μου»: $\chi^2(2)=6.643$, $p=0.036$, με μέση βαθμολογία 196.84 για την ηλικιακή ομάδα 12-30, 198.31 για την ομάδα 31-45, και 170.6 για την ομάδα ηλικίας άνω των 46 ετών.

9.9 Πώς συσχετίζονται οι λόγοι για τους οποίους οι ερωτηθέντες χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ με την απασχόληση;

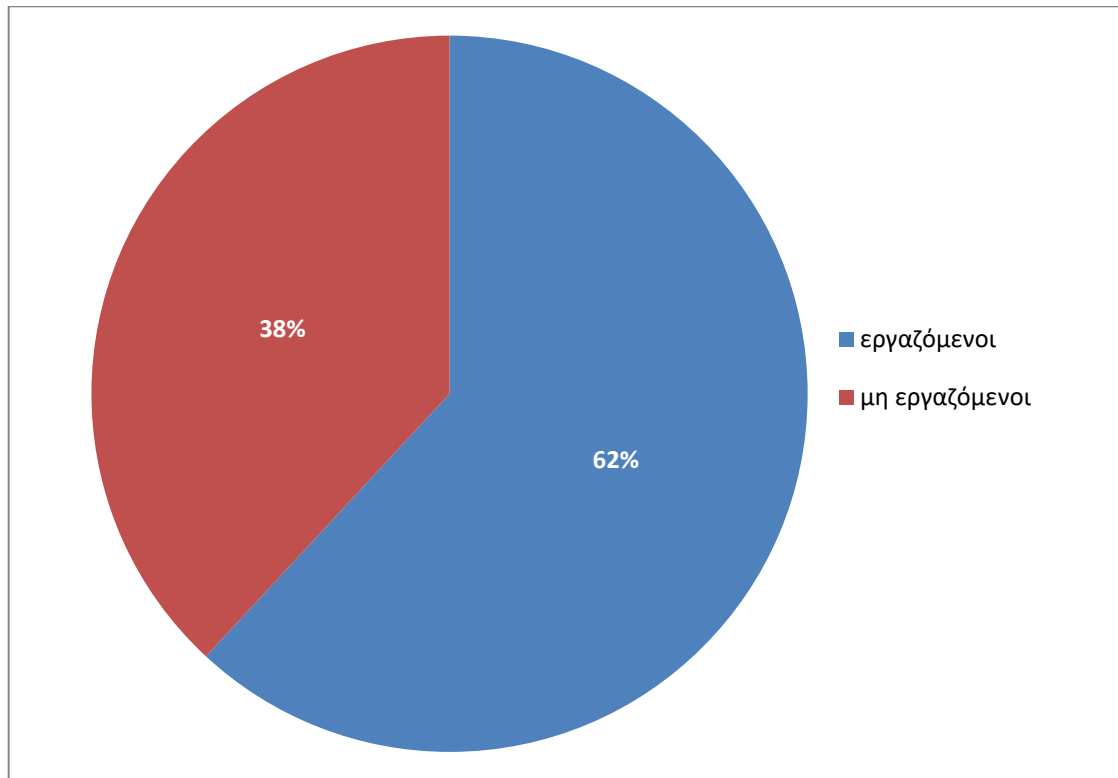
Υπολογίστηκαν η μέση τιμή (Mean) και η τυπική απόκλιση (Standard Deviation), όπως προέκυψαν από τη βαθμολογία των δηλώσεων του τμήματος 6 του ερωτηματολογίου, σχετικά με τις αιτίες χρήσης των ΜΚΔ για κάθε ανεξάρτητη ομάδα απασχόλησης. Το δείγμα των ερωτηθέντων περιλαμβάνει δύο ανεξάρτητες ομάδες απασχόλησης, τους εργαζόμενους και τους μη εργαζόμενους (σπουδαστές, άνεργοι, συνταξιούχοι).

189

ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid working	234	61,9	61,9	61,9
not working (students, unemployed, retired)	144	38,1	38,1	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Όπως προκύπτει και από το πιο κάτω γράφημα, σε σύνολο των 378 συμμετεχόντων στην έρευνα, οι 234 (61.9%) ήταν εργαζόμενοι και οι 144 (38.1%) ήταν μη εργαζόμενοι.



Ακολουθούν τα αποτελέσματα που προέκυψαν για τις αιτίες χρήσης των ΜΚΔ, για κάθε ομάδα απασχόλησης:

Ομάδα απασχόλησης: Εργαζόμενοι

ΑΙΤΙΕΣ ΧΡΗΣΗΣ ΜΚΔ	Μέση τιμή	Πλήθος	Τυπική Απόκλιση
Να ενημερώνομαι	3,78	234	1,088
Να κρατώ επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό	3,47	234	1,147
Να επικοινωνώ με άλλους	3,43	234	1,156
Να παρακολουθώ βιντεάκια και να ακούω μουσική	2,63	234	1,223
Για να μοιράζομαι προσωπικές φωτογραφίες και βίντεο	2,44	234	1,193
Για να γεμίσω τον ελεύθερο χρόνο μου	2,32	234	1,198
Για να κάνω νέους/ες φίλους/γνωριμίες	1,86	234	1,077
Να «παρακολουθώ» τους φίλους μου	1,82	234	1,027
Γιατί είναι στη μόδα	1,8	234	1,171
Από περιέργεια	1,79	234	0,995
Για αναζήτηση εργασίας	1,75	234	1,168
Για να προβάλλω τον εαυτό μου	1,7	234	1,059
Να παίζω παιχνίδια	1,46	234	0,963
Διότι με πίεσαν οι φίλοι μου να γίνω μέλος	1,35	234	0,773

Οι 234 εργαζόμενοι που συμμετείχαν στην έρευνα , δήλωσαν ότι οι τρεις κυριότερες αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ ήταν «να ενημερώνονται», «να κρατούν επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό» και «να επικοινωνούν με άλλους» , ενώ δήλωσαν ότι οι τρεις λιγότερο σημαντικές αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ ήταν « για να προβάλλουν τον εαυτό τους», «να παίζουν παιχνίδια» και «διότι τους πίεσαν οι φίλοι τους να γίνουν μέλη».

Μετά τη στρογγυλοποίηση των μέσω τιμών που υπολογίστηκαν από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων με χρήση πεντάβαθμης κλίμακας Likert (1= Σχεδόν καθόλου, 2= Σε μικρό βαθμό, 3=Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό, 4= Σε μεγάλο βαθμό, 5= Σε πολύ μεγάλο βαθμό), προέκυψαν τα παρακάτω συμπεράσματα σε σχέση με τις αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ για την ομάδα των εργαζομένων:

Να ενημερώνομαι: **Σε μεγάλο βαθμό**

Να κρατώ επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό: **Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό**

Να επικοινωνώ με άλλους: **Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό**

Να παρακολουθώ βιντεάκια και να ακούω μουσική: **Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό**

Για να μοιράζομαι προσωπικές φωτογραφίες και βίντεο: **Σε μικρό βαθμό**

Για να γεμίσω τον ελεύθερο χρόνο μου: **Σε μικρό βαθμό**

Για να κάνω νέους/ες φίλους/γνωριμίες: **Σε μικρό βαθμό**

Να «παρακολουθώ» τους φίλους μου: **Σε μικρό βαθμό**

Γιατί είναι στη μόδα: **Σε μικρό βαθμό**

Από περιέργεια: **Σε μικρό βαθμό**

Για αναζήτηση εργασίας: **Σε μικρό βαθμό**

Για να προβάλω τον εαυτό μου: **Σε μικρό βαθμό**

Να παίζω παιχνίδια: **Σχεδόν καθόλου**

Διότι με πίεσαν οι φίλοι μου να γίνω μέλος: **Σχεδόν καθόλου**

Ομάδα απασχόλησης: Μη εργαζόμενοι (σπουδαστές, άνεργοι, συνταξιούχοι)

ΑΙΤΙΕΣ ΧΡΗΣΗΣ ΜΚΔ	Μέση τιμή	Πλήθος	Τυπική Απόκλιση
Να ενημερώνομαι	4,02	144	1,014
Να επικοινωνώ με άλλους	3,6	144	1,178
Να κρατώ επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό	3,58	144	1,068
Να παρακολουθώ βιντεάκια και να ακούω μουσική	2,99	144	1,156
Για να γεμίσω τον ελεύθερο χρόνο μου	2,87	144	1,190
Για να μοιράζομαι προσωπικές φωτογραφίες και βίντεο	2,7	144	1,235
Για αναζήτηση εργασίας	2,6	144	1,474
Να παίζω παιχνίδια	2,13	144	1,316
Για να κάνω νέους/ες φίλους/γνωριμίες	2,05	144	1,099
Γιατί είναι στη μόδα	1,97	144	1,327
Να «παρακολουθώ» τους φίλους μου	1,91	144	1,030
Από περιέργεια	1,83	144	0,901
Για να προβάλω τον εαυτό μου	1,63	144	0,953
Διότι με πίεσαν οι φίλοι μου να γίνω μέλος	1,36	144	0,790

Οι 144 μη εργαζόμενοι που συμμετείχαν στην έρευνα δήλωσαν ότι οι τρεις κυριότερες αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ ήταν «να ενημερώνονται», «να επικοινωνούν με άλλους», και «να κρατούν επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό», ενώ δήλωσαν ότι οι τρεις λιγότερο σημαντικές αιτίες χρήσης των ΜΚΔ ήταν «από περιέργεια», «για να προβάλουν τον εαυτό τους», και «διότι τους πίεσαν οι φίλοι τους να γίνουν μέλη».

Μετά τη στρογγυλοποίηση των μέσων τιμών που υπολογίστηκαν από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων με χρήση πεντάβαθμης κλίμακας Likert (1= Σχεδόν καθόλου, 2= Σε μικρό βαθμό, 3=Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό, 4= Σε μεγάλο βαθμό, 5= Σε πολύ μεγάλο βαθμό), προέκυψαν τα παρακάτω

συμπεράσματα σε σχέση με τις αιτίες χρήσης των ΜΚΔ για την ομάδα των μη εργαζομένων:

Να ενημερώνομαι: **Σε μεγάλο βαθμό**

Να επικοινωνώ με άλλους: **Σε μεγάλο βαθμό**

Να κρατώ επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό: **Σε μεγάλο βαθμό**

Να παρακολουθώ βιντεάκια και να ακούω μουσική: **Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό**

Για να γεμίσω τον ελεύθερο χρόνο μου: **Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό**

Για να μοιράζομαι προσωπικές φωτογραφίες και βίντεο: **Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό**

Για αναζήτηση εργασίας: **Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό**

Να παίζω παιχνίδια: **Σε μικρό βαθμό**

Για να κάνω νέους/ες φίλους/γνωριμίες: **Σε μικρό βαθμό**

Γιατί είναι στη μόδα: **Σε μικρό βαθμό**

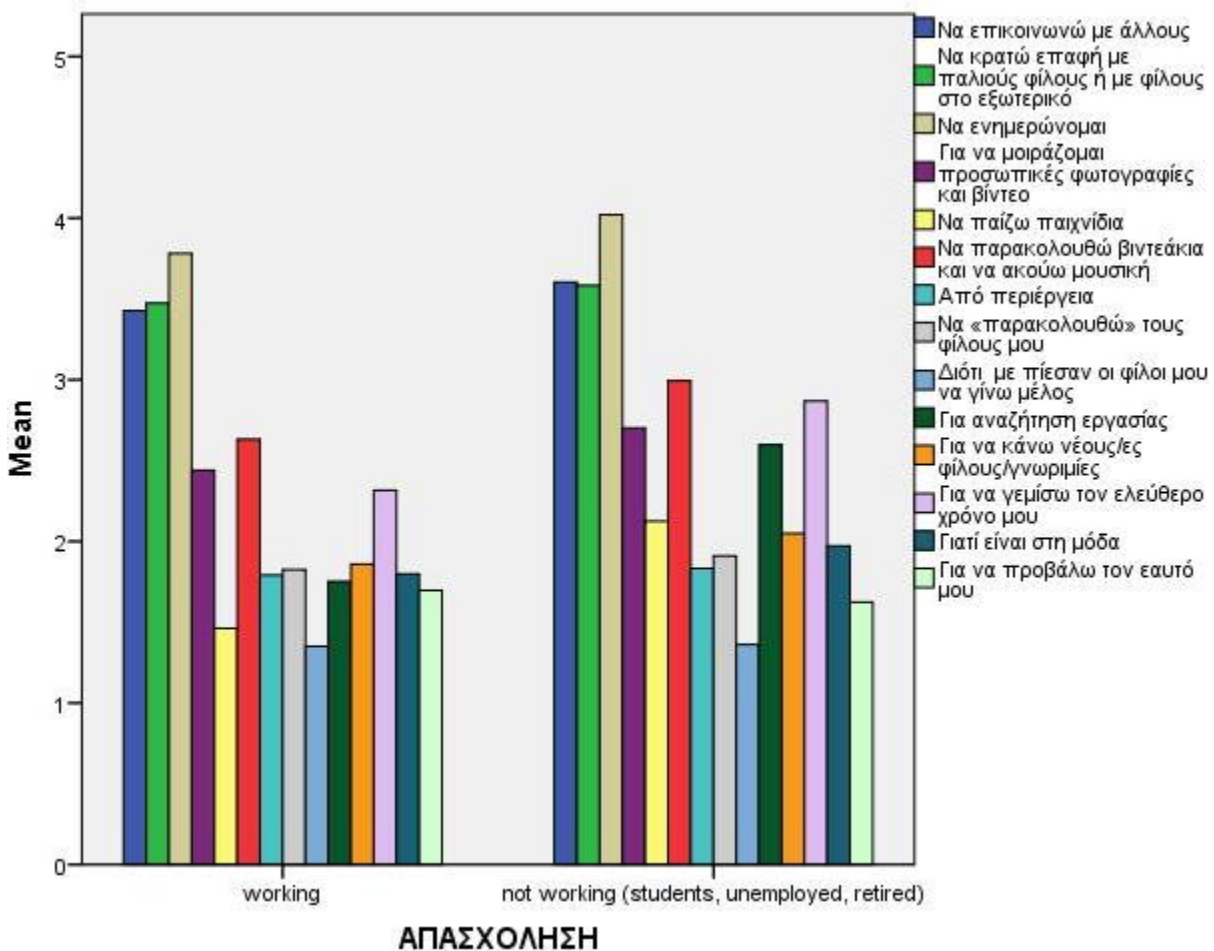
Να «παρακολουθώ» τους φίλους μου: **Σε μικρό βαθμό**

Από περιέργεια: **Σε μικρό βαθμό**

Για να προβάλω τον εαυτό μου: **Σε μικρό βαθμό**

Διότι με πίεσαν οι φίλοι μου να γίνω μέλος: **Σχεδόν καθόλου**

Τα παραπάνω αποτελέσματα για όλες τις ομάδες απασχόλησης απεικονίζονται στο παρακάτω ραβδόγραμμα (Bar Chart):



Στη συνέχεια πραγματοποιήθηκε έλεγχος κανονικότητας (Normality Test) των μεταβλητών που περιγράφουν τις αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ, για κάθε ανεξάρτητη ομάδα απασχόλησης, με εφαρμογή της μεθόδου Kolmogorov-Smirnov. Ο έλεγχος έδειξε ότι καμία μεταβλητή δεν ακολουθεί κανονική κατανομή.

Προκειμένου να διερευνηθεί αν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στις αιτίες χρήσης των ΜΚΔ μεταξύ των ανεξάρτητων ομάδων απασχόλησης, χρησιμοποιήθηκε η μη παραμετρική μέθοδος Mann-Whitney U (1947 : 50-60), η οποία δεν προϋποθέτει κανονικότητα (normality) στα δεδομένα.

Τα αποτελέσματα από την εφαρμογή της μεθόδου συνοψίζονται στους παρακάτω πίνακες:

Ranks

	ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	N	Mean Rank
Να επικοινωνώ με άλλους	working	234	183,51
	not working (students, unemployed, retired)	144	199,24
	Total	378	
Να κρατώ επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό	working	234	186,17
	not working (students, unemployed, retired)	144	194,92
	Total	378	
Να ενημερώνομαι	working	234	180,45
	not working (students, unemployed, retired)	144	204,20
	Total	378	
Για να μοιράζομαι προσωπικές φωτογραφίες και βίντεο	working	234	180,77
	not working (students, unemployed, retired)	144	203,69
	Total	378	
Να παίζω παιχνίδια	working	234	167,97
	not working (students, unemployed, retired)	144	224,48
	Total	378	
Να παρακολουθώ βιντεάκια και να ακούω μουσική	working	234	177,01
	not working (students, unemployed, retired)	144	209,80
	Total	378	
Από περιέργεια	working	234	185,67
	not working (students, unemployed, retired)	144	195,72
	Total	378	
Να «παρακολουθώ» τους φίλους μου	working	234	185,66
	not working (students, unemployed, retired)	144	195,75
	Total	378	
Διότι με πίεσαν οι φίλοι μου να γίνω μέλος	working	234	189,01
	not working (students, unemployed, retired)	144	190,30
	Total	378	
Για αναζήτηση εργασίας	working	234	165,04
	not working (students, unemployed, retired)	144	229,25
	Total	378	
Για να κάνω νέους/ες φίλους/γνωριμίες	working	234	181,82
	not working (students, unemployed, retired)	144	201,99
	Total	378	
Για να γεμίσω τον ελεύθερο χρόνο μου	working	234	170,95
	not working (students, unemployed, retired)	144	219,64
	Total	378	
Γιατί είναι στη μόδα	working	234	185,07
	not working (students, unemployed, retired)	144	196,70
	Total	378	
Για να προβάλω τον εαυτό μου	working	234	190,57
	not working (students, unemployed, retired)	144	187,76
	Total	378	

Test Statistics^a

	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
Να επικοινωνώ με άλλους	15445,500	42940,500	-1,402	,161
Να κρατώ επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό	16068,000	43563,000	-,785	,433
Να ενημερώνομαι	14730,500	42225,500	-2,159	,031
Για να μοιράζομαι προσωπικές φωτογραφίες και βίντεο	14805,000	42300,000	-2,039	,041
Να παίζω παιχνίδια	11811,000	39306,000	-5,779	,000
Να παρακολουθώ βιντεάκια και να ακούω μουσική	13924,500	41419,500	-2,912	,004
Από περιέργεια	15952,000	43447,000	-,940	,347
Να «παρακολουθώ» τους φίλους μου	15948,500	43443,500	-,941	,346
Διότι με πίεσαν οι φίλοι μου να γίνω μέλος	16733,000	44228,000	-,159	,874
Για αναζήτηση εργασίας	11123,500	38618,500	-6,054	,000
Για να κάνω νέους/ες φίλους/γνωριμίες	15050,000	42545,000	-1,863	,062
Για να γεμίσω τον ελεύθερο χρόνο μου	12507,500	40002,500	-4,328	,000
Γιατί είναι στη μόδα	15811,000	43306,000	-1,130	,258
Για να προβάλλω τον εαυτό μου	16597,000	27037,000	-,282	,778

a. Grouping Variable: ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα, στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των εργαζομένων και μη εργαζομένων προέκυψαν στις παρακάτω αιτίες χρήσης των ΜΚΔ:

1. «Να ενημερώνομαι»: οι μη εργαζόμενοι δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ για να ενημερώνονται, σε στατιστικά σημαντικά υψηλότερο βαθμό σε σχέση με τους εργαζόμενους ($U=14730.5$, $p=0.031$), με μέση βαθμολογία 204.2 για τους μη εργαζόμενους και 180.45 για τους εργαζόμενους.
2. «Για να μοιράζομαι προσωπικές φωτογραφίες και βίντεο»: οι μη εργαζόμενοι δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ, για να μοιράζονται προσωπικές φωτογραφίες και βίντεο, σε στατιστικά σημαντικά υψηλότερο βαθμό σε σχέση με τους εργαζόμενους ($U=14805$, $p=0.041$), με μέση βαθμολογία 203.69 για τους μη εργαζόμενους και 180.77 για τους εργαζόμενους.
3. «να παίζω παιχνίδια»: οι μη εργαζόμενοι δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ για να παίζουν παιχνίδια, σε στατιστικά σημαντικά υψηλότερο

βαθμό σε σχέση με τους εργαζόμενους ($U=11811$, $p<0.001$), με μέση βαθμολογία 224.48 για τους μη εργαζόμενους και 167.97 για τους εργαζόμενους.

4. «να παρακολουθώ βιντεάκια και να ακούω μουσική»: οι μη εργαζόμενοι δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ για να παρακολουθούν βιντεάκια και να ακούνε μουσική, σε στατιστικά σημαντικά υψηλότερο βαθμό σε σχέση με τους εργαζόμενους ($U=13924.5$, $p=0.004$), με μέση βαθμολογία 209.8 για τους μη εργαζόμενους και 177.01 για τους εργαζόμενους.
5. «για αναζήτηση εργασίας»: οι μη εργαζόμενοι δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ για αναζήτηση εργασίας, σε στατιστικά σημαντικά υψηλότερο βαθμό σε σχέση με τους εργαζόμενους ($U=11123.5$, $p<0.001$), με μέση βαθμολογία 229.25 για τους μη εργαζόμενους και 165.04 για τους εργαζόμενους.
6. «για να γεμίσω τον ελεύθερο χρόνο μου»: οι μη εργαζόμενοι δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ για να γεμίσουν τον ελεύθερο χρόνο τους, σε στατιστικά σημαντικά υψηλότερο βαθμό σε σχέση με τους εργαζόμενους ($U=12507.5$, $p<0.001$), με μέση βαθμολογία 219.64 για τους μη εργαζόμενους και 170.95 για τους εργαζόμενους.

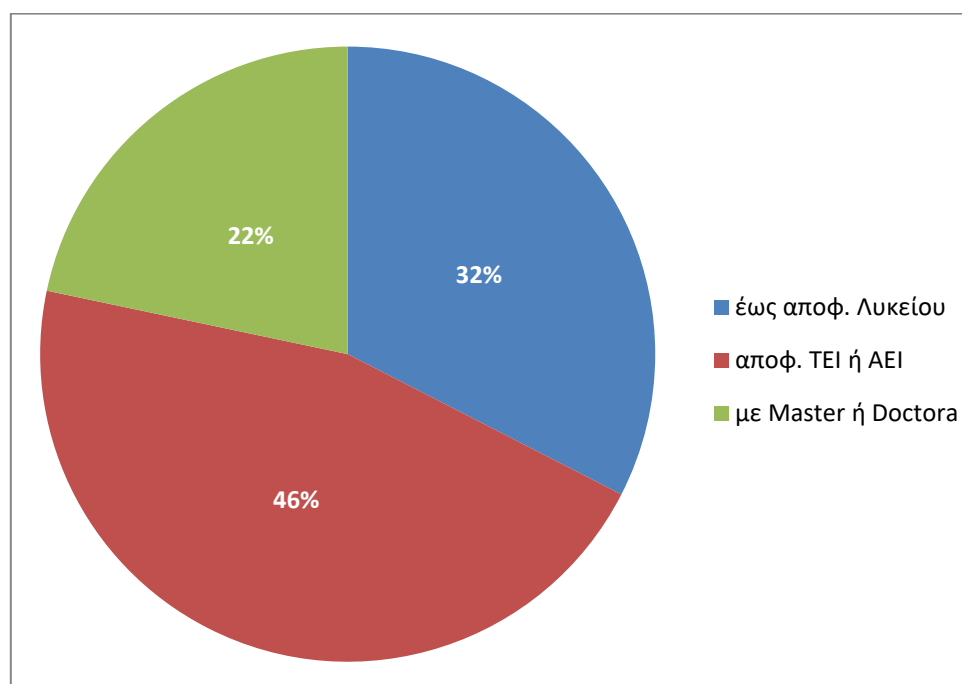
9.10 Πώς συσχετίζονται οι λόγοι για τους οποίους οι ερωτηθέντες χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ με το επίπεδο εκπαίδευσής τους;

Υπολογίστηκαν η μέση τιμή (Mean) και η τυπική απόκλιση (Standard Deviation), όπως προέκυψαν από τη βαθμολογία των δηλώσεων από τους ερωτηθέντες για κάθε ανεξάρτητη ομάδα επιπέδου εκπαίδευσης. Το δείγμα των ερωτηθέντων περιλαμβάνει τρεις ανεξάρτητες ομάδες με βάση το επίπεδο εκπαίδευσης (πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση, υψηλότερη εκπαίδευση, μεταπτυχιακό ή διδακτορικό δίπλωμα):

ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid primary & secondary education	123	32,5	32,5	32,5
higher education	173	45,8	45,8	78,3
master or phd	82	21,7	21,7	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Όπως προκύπτει και από το πιο κάτω γράφημα, σε σύνολο των 378 συμμετεχόντων στην έρευνα, οι 123 (32.5%) ήταν πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, οι 173 (45.8%) ήταν υψηλότερης εκπαίδευσης και οι 82 (21.7%) ήταν κάτοχοι μεταπτυχιακού ή διδακτορικού διπλώματος.



Ακολουθούν τα αποτελέσματα που προέκυψαν για τις αιτίες χρήσης των ΜΚΔ, για κάθε ομάδα επιπέδου εκπαίδευσης:

Επίπεδο εκπαίδευσης: Πρωτοβάθμια ή δευτεροβάθμια

ΑΙΤΙΕΣ ΧΡΗΣΗΣ ΜΚΔ	Μέση τιμή	Πλήθος	Τυπική Απόκλιση
Να ενημερώνομαι	4,02	123	0,954
Να κρατώ επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό	3,5	123	1,059
Να επικοινωνώ με άλλους	3,36	123	1,202
Να παρακολουθώ βιντεάκια και να ακούω μουσική	2,89	123	1,220
Για να γεμίσω τον ελεύθερο χρόνο μου	2,65	123	1,187
Για να μοιράζομαι προσωπικές φωτογραφίες και βίντεο	2,48	123	1,183
Για αναζήτηση εργασίας	2,18	123	1,409
Να παίζω παιχνίδια	2,1	123	1,302
Γιατί είναι στη μόδα	2,07	123	1,424
Για να κάνω νέους/ες φίλους/γνωριμίες	1,95	123	1,122
Από περιέργεια	1,85	123	0,958
Να «παρακολουθώ» τους φίλους μου	1,69	123	0,976
Για να προβάλλω τον εαυτό μου	1,58	123	0,992
Διότι με πίεσαν οι φίλοι μου να γίνω μέλος	1,43	123	0,879

Οι 123 ερωτηθέντες επιπέδου πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης που συμμετείχαν στην έρευνα δήλωσαν ότι οι τρεις κυριότερες αιτίες χρήσης των ΜΚΔ ήταν «να ενημερώνονται», «να κρατούν επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό» και «να επικοινωνούν με άλλους», ενώ δήλωσαν ότι οι τρεις λιγότερο σημαντικές αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ ήταν «να παρακολουθούν τους φίλους τους», «για να προβάλλουν τον εαυτό τους», και «διότι τους πίεσαν οι φίλοι τους να γίνουν μέλη».

Μετά τη στρογγυλοποίηση των μέσω τιμών που υπολογίστηκαν από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων με χρήση πεντάβαθμης κλίμακας Likert (1= Σχεδόν καθόλου, 2= Σε μικρό βαθμό, 3=Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό, 4= Σε μεγάλο βαθμό, 5= Σε πολύ μεγάλο βαθμό), προέκυψαν τα παρακάτω συμπεράσματα σε σχέση με τις αιτίες χρήσης των ΜΚΔ για την ομάδα των συμμετεχόντων πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης:

Να ενημερώνομαι: **Σε μεγάλο βαθμό**

Να κρατώ επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό: **Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό**

Να επικοινωνώ με άλλους: **Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό**

Να παρακολουθώ βιντεάκια και να ακούω μουσική: **Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό**

Για να γεμίσω τον ελεύθερο χρόνο μου: **Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό**

Για να μοιράζομαι προσωπικές φωτογραφίες και βίντεο: **Σε μικρό βαθμό**

Για αναζήτηση εργασίας: **Σε μικρό βαθμό**

Να παίζω παιχνίδια: **Σε μικρό βαθμό**

Γιατί είναι στη μόδα: **Σε μικρό βαθμό**

Για να κάνω νέους/ες φίλους/γνωριμίες: **Σε μικρό βαθμό**

Από περιέργεια: **Σε μικρό βαθμό**

Να «παρακολουθώ» τους φίλους μου: **Σε μικρό βαθμό**

Για να προβάλω τον εαυτό μου: **Σε μικρό βαθμό**

Διότι με πίεσαν οι φίλοι μου να γίνω μέλος: **Σχεδόν καθόλου**

Επίπεδο εκπαίδευσης: Υψηλότερη εκπαίδευση

ΑΙΤΙΕΣ ΧΡΗΣΗΣ ΜΚΔ	Μέση τιμή	Πλήθος	Τυπική Απόκλιση
Να ενημερώνομαι	3,83	173	1,031
Να επικοινωνώ με άλλους	3,46	173	1,144
Να κρατώ επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό	3,45	173	1,138
Να παρακολουθώ βιντεάκια και να ακούω μουσική	2,82	173	1,135
Για να μοιράζομαι προσωπικές φωτογραφίες και βίντεο	2,59	173	1,257
Για να γεμίσω τον ελεύθερο χρόνο μου	2,53	173	1,227
Για αναζήτηση εργασίας	2,13	173	1,345
Για να κάνω νέους/ες φίλους/γνωριμίες	1,95	173	1,085
Να «παρακολουθώ» τους φίλους μου	1,92	173	0,982
Γιατί είναι στη μόδα	1,81	173	1,117
Από περιέργεια	1,77	173	0,905
Για να προβάλλω τον εαυτό μου	1,69	173	0,998
Να παίζω παιχνίδια	1,58	173	1,040
Διότι με πίεσαν οι φίλοι μου να γίνω μέλος	1,34	173	0,734

Οι 173 ερωτηθέντες επιπέδου υψηλότερης εκπαίδευσης που συμμετείχαν στην έρευνα δήλωσαν ότι οι τρεις κυριότερες αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ ήταν «να ενημερώνονται», «να επικοινωνούν με άλλους» και «να κρατούν επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό», ενώ δήλωσαν ότι οι τρεις λιγότερο σημαντικές αιτίες χρήσης των ΜΚΔ ήταν «για να προβάλλουν τον εαυτό τους», «να παίζουν παιχνίδια» και «διότι τους πίεσαν οι φίλοι τους να γίνουν μέλη».

Μετά τη στρογγυλοποίηση των μέσω τιμών που υπολογίστηκαν από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων με χρήση πεντάβαθμης κλίμακας Likert (1= Σχεδόν καθόλου, 2= Σε μικρό βαθμό, 3=Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό, 4= Σε μεγάλο βαθμό, 5= Σε πολύ μεγάλο βαθμό), προέκυψαν τα παρακάτω συμπεράσματα σε σχέση με τις αιτίες χρήσης των ΜΚΔ για την ομάδα των συμμετεχόντων υψηλότερης εκπαίδευσης:

Να ενημερώνομαι: **Σε μεγάλο βαθμό**

Να επικοινωνώ με άλλους: **Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό**

Να κρατώ επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό: **Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό**

Να παρακολουθώ βιντεάκια και να ακούω μουσική: **Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό**

Για να μοιράζομαι προσωπικές φωτογραφίες και βίντεο: **Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό**

Για να γεμίσω τον ελεύθερο χρόνο μου: **Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό**

Για αναζήτηση εργασίας: **Σε μικρό βαθμό**

Για να κάνω νέους/ες φίλους/γνωριμίες: **Σε μικρό βαθμό**

Να «παρακολουθώ» τους φίλους μου: **Σε μικρό βαθμό**

Γιατί είναι στη μόδα: **Σε μικρό βαθμό**

Από περιέργεια: **Σε μικρό βαθμό**

Για να προβάλω τον εαυτό μου: **Σε μικρό βαθμό**

Να παίζω παιχνίδια: **Σε μικρό βαθμό**

Διότι με πίεσαν οι φίλοι μου να γίνω μέλος: **Σχεδόν καθόλου**

Επίπεδο εκπαίδευσης: Μεταπτυχιακό ή διδακτορικό δίπλωμα

ΑΙΤΙΕΣ ΧΡΗΣΗΣ ΜΚΔ	Μέση τιμή	Πλήθος	Τυπική Απόκλιση
Να επικοινωνώ με άλλους	3,77	82	1,125
Να ενημερώνομαι	3,74	82	1,265
Να κρατώ επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό	3,7	82	1,151
Για να μοιράζομαι προσωπικές φωτογραφίες και βίντεο	2,52	82	1,178
Να παρακολουθώ βιντεάκια και να ακούω μουσική	2,48	82	1,307
Για να γεμίσω τον ελεύθερο χρόνο μου	2,33	82	1,258
Να «παρακολουθώ» τους φίλους μου	1,96	82	1,170
Για να κάνω νέους/ες φίλους/γνωριμίες	1,87	82	1,051
Από περιέργεια	1,83	82	1,075
Για αναζήτηση εργασίας	1,8	82	1,271
Για να προβάλω τον εαυτό μου	1,77	82	1,103
Γιατί είναι στη μόδα	1,68	82	1,132
Να παίζω παιχνίδια	1,41	82	1,006
Διότι με πίεσαν οι φίλοι μου να γίνω μέλος	1,28	82	0,708

Οι 82 ερωτηθέντες, κάτοχοι μεταπτυχιακού ή διδακτορικού διπλώματος, που συμμετείχαν στην έρευνα δήλωσαν ότι οι τρεις κυριότερες αιτίες χρήσης των ΜΚΔ ήταν «να επικοινωνούν με άλλους», «να ενημερώνονται» και «να κρατούν επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό», ενώ δήλωσαν ότι οι τρεις λιγότερο σημαντικές αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ ήταν «γιατί είναι στη μόδα», «να παίζουν παιχνίδια» και «διότι τους πίεσαν οι φίλοι τους να γίνουν μέλη».

Μετά τη στρογγυλοποίηση των μέσω τιμών που υπολογίστηκαν από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων με χρήση πεντάβαθμης κλίμακας Likert (1= Σχεδόν καθόλου, 2= Σε μικρό βαθμό, 3=Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό, 4= Σε μεγάλο βαθμό, 5= Σε πολύ μεγάλο βαθμό), προέκυψαν τα παρακάτω συμπεράσματα σε σχέση με τις αιτίες χρήσης των ΜΚΔ για την ομάδα των κατόχων μεταπτυχιακού ή διδακτορικού διπλώματος:

Να επικοινωνώ με άλλους: **Σε μεγάλο βαθμό**

Να ενημερώνομαι: **Σε μεγάλο βαθμό**

Να κρατώ επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό: **Σε μεγάλο βαθμό**

Για να μοιράζομαι προσωπικές φωτογραφίες και βίντεο: **Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό**

Να παρακολουθώ βιντεάκια και να ακούω μουσική: **Σε μικρό βαθμό**

Για να γεμίσω τον ελεύθερο χρόνο μου: **Σε μικρό βαθμό**

Να «παρακολουθώ» τους φίλους μου: **Σε μικρό βαθμό**

Για να κάνω νέους/ες φίλους/γνωριμίες: **Σε μικρό βαθμό**

Από περιέργεια: **Σε μικρό βαθμό**

Για αναζήτηση εργασίας: **Σε μικρό βαθμό**

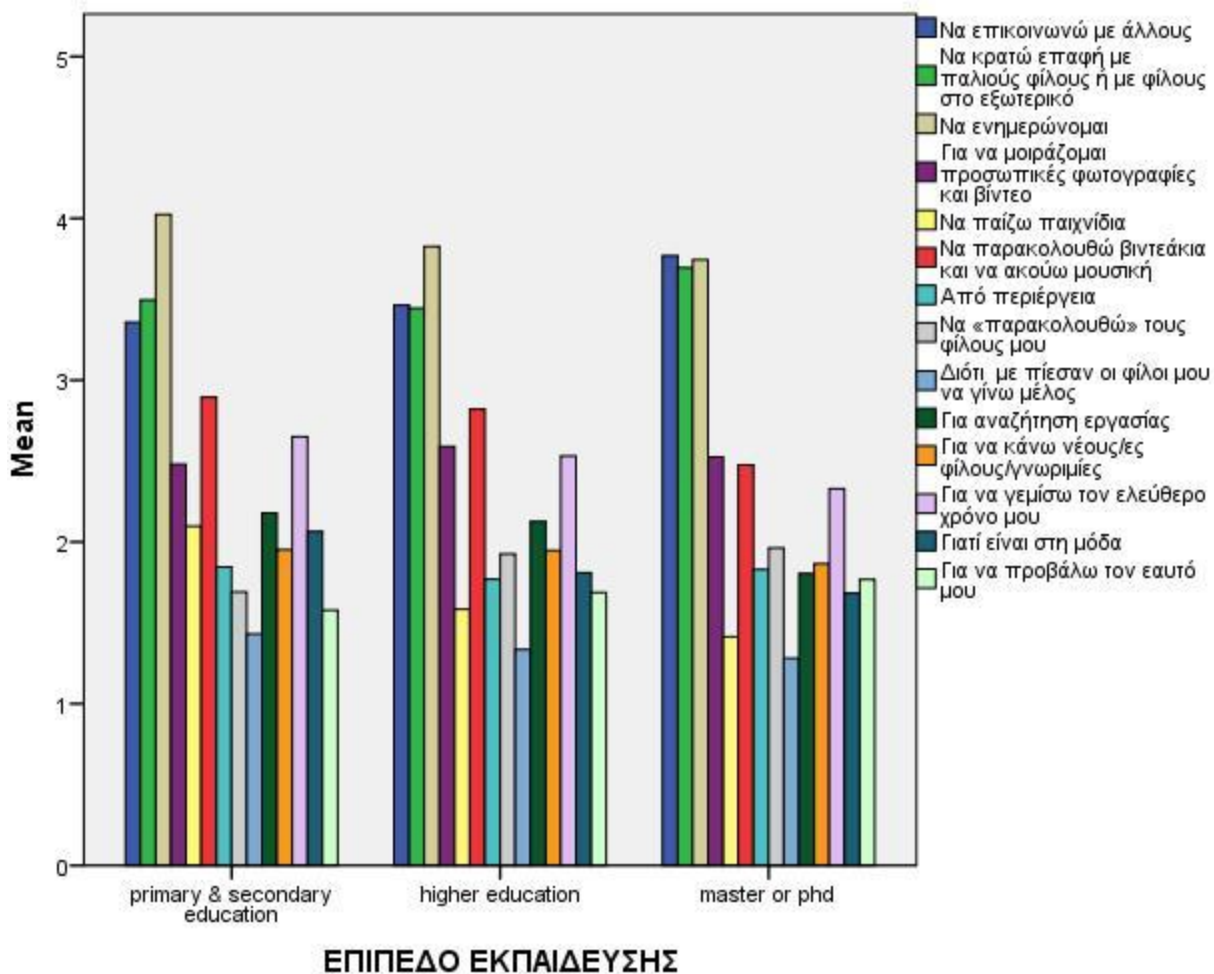
Για να προβάλω τον εαυτό μου: **Σε μικρό βαθμό**

Γιατί είναι στη μόδα: **Σε μικρό βαθμό**

Να παίζω παιχνίδια: **Σχεδόν καθόλου**

Διότι με πίεσαν οι φίλοι μου να γίνω μέλος: **Σχεδόν καθόλου**

Τα παραπάνω αποτελέσματα για όλες τις ομάδες απασχόλησης απεικονίζονται στο παρακάτω ραβδόγραμμα (Bar Chart):



Στη συνέχεια, πραγματοποιήθηκε έλεγχος κανονικότητας (Normality Test) των μεταβλητών που περιγράφουν τις αιτίες χρήσης των ΜΚΔ, για κάθε ανεξάρτητη ομάδα επιπέδου εκπαίδευσης, με εφαρμογή της μεθόδου Kolmogorov-Smirnov. Ο έλεγχος έδειξε ότι καμία μεταβλητή δεν ακολουθεί κανονική κατανομή.

Προκειμένου να διερευνηθεί αν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στις αιτίες χρήσης των ΜΚΔ μεταξύ των ανεξάρτητων ομάδων επιπέδου εκπαίδευσης, χρησιμοποιήθηκε η μη παραμετρική μέθοδος Kruskal-Wallis, η οποία δεν προϋποθέτει κανονικότητα (normality) στα δεδομένα.

Τα αποτελέσματα από την εφαρμογή της μεθόδου συνοψίζονται στους παρακάτω πίνακες:

	ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ	N	Mean Rank
Να επικοινωνώ με άλλους	primary & secondary education	123	176,53
	higher education	173	186,08
	master or phd	82	216,17
	Total	378	
Να κρατώ επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό	primary & secondary education	123	186,57
	higher education	173	182,54
	master or phd	82	208,57
	Total	378	
Να ενημερώνομαι	primary & secondary education	123	202,87
	higher education	173	182,47
	master or phd	82	184,28
	Total	378	
Για να μοιράζομαι προσωπικές φωτογραφίες και βίντεο	primary & secondary education	123	184,91
	higher education	173	193,58
	master or phd	82	187,79
	Total	378	
Να παίζω παιχνίδια	primary & secondary education	123	223,30
	higher education	173	179,40
	master or phd	82	160,11
	Total	378	
Να παρακολουθώ βιντεάκια και να ακούω μουσική	primary & secondary education	123	200,41
	higher education	173	194,40
	master or phd	82	162,79
	Total	378	
Από περιέργεια	primary & secondary education	123	194,41
	higher education	173	187,33
	master or phd	82	186,72
	Total	378	
Να «παρακολουθώ» τους φίλους μου	primary & secondary education	123	171,74
	higher education	173	199,55
	master or phd	82	194,93
	Total	378	
Διότι με πείσαν οι φίλοι μου να γίνω μέλος	primary & secondary education	123	194,96
	higher education	173	189,57
	master or phd	82	181,17
	Total	378	
Για αναζήτηση εργασίας	primary & secondary education	123	197,27
	higher education	173	194,36
	master or phd	82	167,60
	Total	378	
Για να κάνω νέους/ες φίλους/γνωριμίες	primary & secondary education	123	190,52
	higher education	173	191,27
	master or phd	82	184,24
	Total	378	
Για να γεμίσω τον ελεύθερο χρόνο μου	primary & secondary education	123	201,03
	higher education	173	189,90
	master or phd	82	171,35
	Total	378	
Γιατί είναι στη μόδα	primary & secondary education	123	201,15
	higher education	173	188,68
	master or phd	82	173,76
	Total	378	
Για να προβάλω τον εαυτό μου	primary & secondary education	123	179,72
	higher education	173	192,84
	master or phd	82	197,13
	Total	378	

Test Statistics^{a,b}

	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Να επικοινωνώ με άλλους	7,216	2	,027
Να κρατώ επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό	3,543	2	,170
Να ενημερώνομαι	3,041	2	,219
Για να μοιράζομαι προσωπικές φωτογραφίες και βίντεο	,507	2	,776
Να παίζω παιχνίδια	26,869	2	,000
Να παρακολουθώ βιντεάκια και να ακούω μουσική	6,838	2	,033
Από περιέργεια	,432	2	,806
Να «παρακολουθώ» τους φίλους μου	5,730	2	,057
Διότι με πίεσαν οι φίλοι μου να γίνω μέλος	1,587	2	,452
Για αναζήτηση εργασίας	5,066	2	,079
Για να κάνω νέους/λες φίλους/γνωριμίες	,281	2	,869
Για να γεμίσω τον ελεύθερο χρόνο μου	3,848	2	,146
Γιατί είναι στη μόδα	3,934	2	,140
Για να προβάλω τον εαυτό μου	2,073	2	,355

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα, στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των τριών ομάδων επιπέδου εκπαίδευσης προέκυψαν στις παρακάτω αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ:

1. «να επικοινωνώ με τους άλλους»: $\chi^2(2)=7.216$, $p=0.027$, με μέση βαθμολογία 216.17 για την ομάδα επιπέδου μεταπτυχιακού ή διδακτορικού διπλώματος, 186.08 για την ομάδα υψηλότερης εκπαίδευσης, και 176.53 για την ομάδα πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης.
2. «να παίζω παιχνίδια»: $\chi^2(2)=26.869$, $p<0.001$, με μέση βαθμολογία 160.11 για την ομάδα επιπέδου μεταπτυχιακού ή διδακτορικού διπλώματος, 179.4 για την ομάδα υψηλότερης εκπαίδευσης, και 223.3 για την ομάδα πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης.
3. «να παρακολουθώ βιντεάκια και να ακούω μουσική»: $\chi^2(2)=6.838$, $p=0.033$, με μέση βαθμολογία 162.79 για την ομάδα επιπέδου μεταπτυχιακού ή διδακτορικού διπλώματος, 194.4 για την ομάδα υψηλότερης εκπαίδευσης, και 200.41 για την ομάδα πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης.

9.11 Πώς συσχετίζεται η ένταση της δραστηριότητας των ερωτηθέντων στα ΜΚΔ με την ηλικία, την απασχόληση και το επίπεδο εκπαίδευσης;

Η ένταση της δραστηριότητας στα ΜΚΔ καθορίζεται από τις απαντήσεις που έδωσαν οι ερωτηθέντες στις δηλώσεις που περιλαμβάνονται στο ερώτημα 8 του ερωτηματολογίου. Οι απαντήσεις στις δηλώσεις αυτές κωδικοποιήθηκαν με χρήση πεντάβαθμης κλίμακας Likert (1= Σχεδόν καθόλου, 2= Σε μικρό βαθμό, 3=Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό, 4= Σε μεγάλο βαθμό, 5= Σε πολύ μεγάλο βαθμό). Υψηλότερος βαθμός υποδηλώνει και μεγαλύτερη δραστηριότητα. Ο συνολικός βαθμός δραστηριότητας υπολογίζεται από το άθροισμα των επιμέρους βαθμών που δόθηκαν στις έντεκα επιμέρους δηλώσεις του ερωτήματος 8:

1. Συμμετέχω σε ομάδες κοινών ενδιαφερόντων,
2. Μοιράζομαι τη γνώμη μου για ένα θέμα που μου φαίνεται ενδιαφέρον,
3. Διαβάζω άρθρα στα blogs,
4. Γράφω άρθρα στα blogs,
5. Σχολιάζω το περιεχόμενο που με ενδιαφέρει,
6. Γίνομαι μέλος σε εφαρμογές που μου αρέσουν,
7. Παίζω διαδικτυακά παιχνίδια,
8. Τσεκάρω το προφίλ των φίλων/ακολουθών μου,
9. Μοιράζομαι την άποψή μου για τις κοινωνικές, οικονομικές και πολιτικές εξελίξεις της χώρας μου,
10. Κάνω “like” σε οτιδήποτε μου αρέσει,
11. Κοινοποιώ στο προφίλ μου καταστάσεις συνδέσμων, φωτογραφίες)

Η μεταβλητή που περιγράφει τη συνολική δραστηριότητα στα ΜΚΔ (SM_ACTIVITY) είναι κλίμακας (scale) με ελάχιστη τιμή 11 (και οι 11 επιμέρους δηλώσεις βαθμολογήθηκαν με 1 = Σχεδόν καθόλου) και μέγιστη τιμή 55 (και οι 11 επιμέρους δηλώσεις βαθμολογήθηκαν με 5 = Σε πολύ μεγάλο βαθμό).

Υπολογίστηκαν τα περιγραφικά στατιστικά (Μέση τιμή, Πλήθος, Τυπική απόκλιση, Ελάχιστη τιμή, Μέγιστη τιμή, Εύρος) της μεταβλητής του συνολικού

βαθμού δραστηριότητας στα ΜΚΔ, για κάθε ομάδα ηλικίας, απασχόλησης και επιπέδου εκπαίδευσης.

Τα αποτελέσματα συνοψίζονται στους παρακάτω πίνακες:

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΣΤΑ ΜΚΔ * ΗΛΙΚΙΑ

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΣΤΑ ΜΚΔ

ΗΛΙΚΙΑ	Mean	N	Std. Deviation	Minimum	Maximum	Range
12-30	30,66	98	7,709	14	52	38
31-45	28,92	165	7,015	14	55	41
>46	28,56	115	8,410	13	52	39
Total	29,26	378	7,668	13	55	42

Η δραστηριότητα στα ΜΚΔ είναι υψηλότερη για την ομάδα ηλικίας 12-30 (Mean= 30.66, St. Deviation= 7.706), ακολουθεί η ομάδα ηλικίας 31-45 (Mean= 28.92, St. Deviation= 7.015), ενώ τη χαμηλότερη δραστηριότητα έχει η ομάδα ηλικίας >46 (Mean= 28.56, St. Deviation= 8.410).

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΣΤΑ ΜΚΔ * ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΣΤΑ ΜΚΔ

ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	Mean	N	Std. Deviation	Minimum	Maximum	Range
working	28,52	234	7,447	13	55	42
not working (students, unemployed, retired)	30,47	144	7,891	14	52	38
Total	29,26	378	7,668	13	55	42

Η δραστηριότητα στα ΜΚΔ είναι υψηλότερη στην ομάδα των μη εργαζομένων (Mean= 30.47, St. Deviation= 7.891) σε σχέση με την ομάδα των εργαζομένων (Mean= 28.52, St. Deviation= 7.447).

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΣΤΑ ΜΚΔ * ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

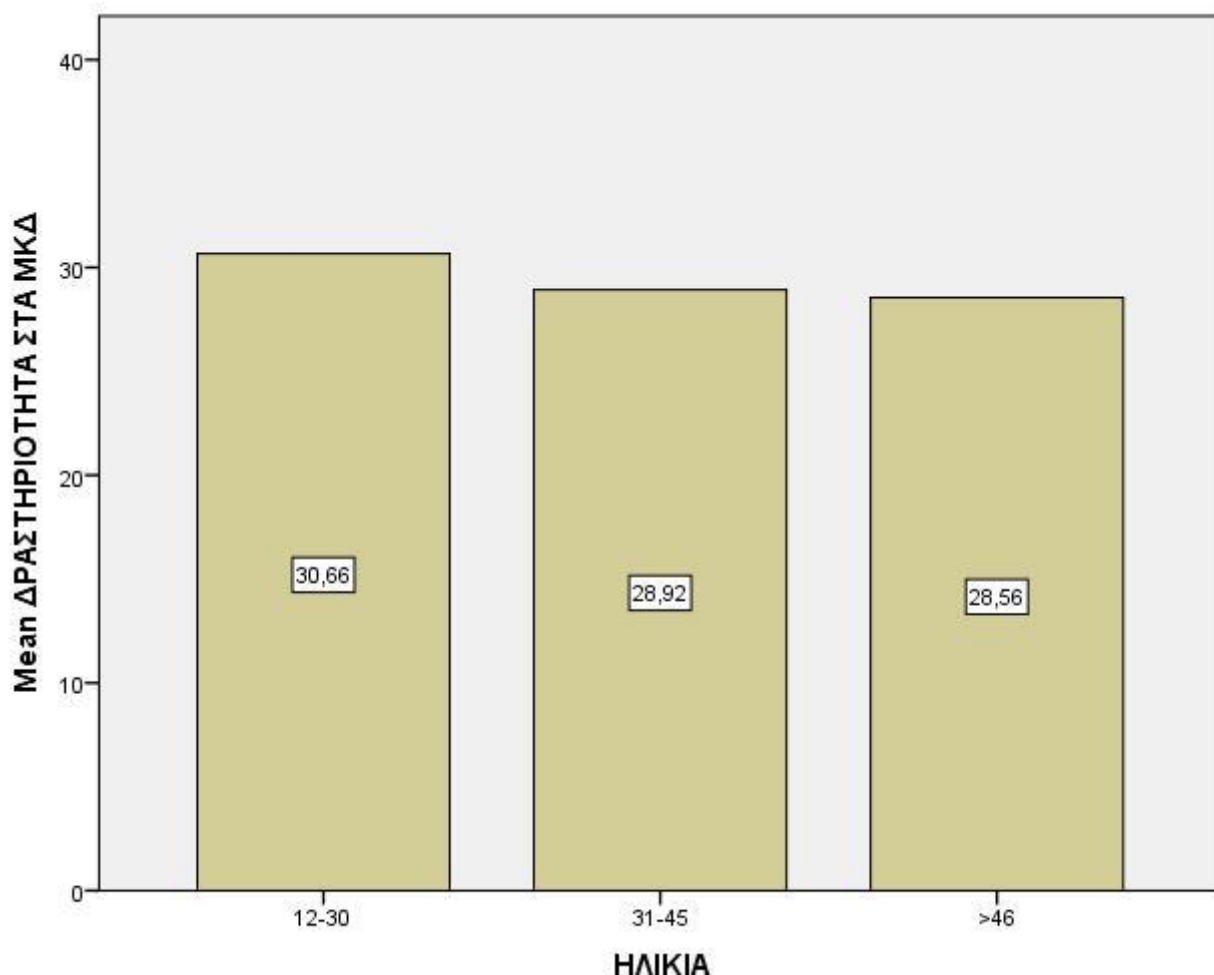
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΣΤΑ ΜΚΔ

ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ	Mean	N	Std. Deviation	Minimum	Maximum	Range
primary & secondary education	29,51	123	7,949	14	55	41
higher education	28,85	173	7,197	13	52	39
master or phd	29,76	82	8,234	16	52	36
Total	29,26	378	7,668	13	55	42

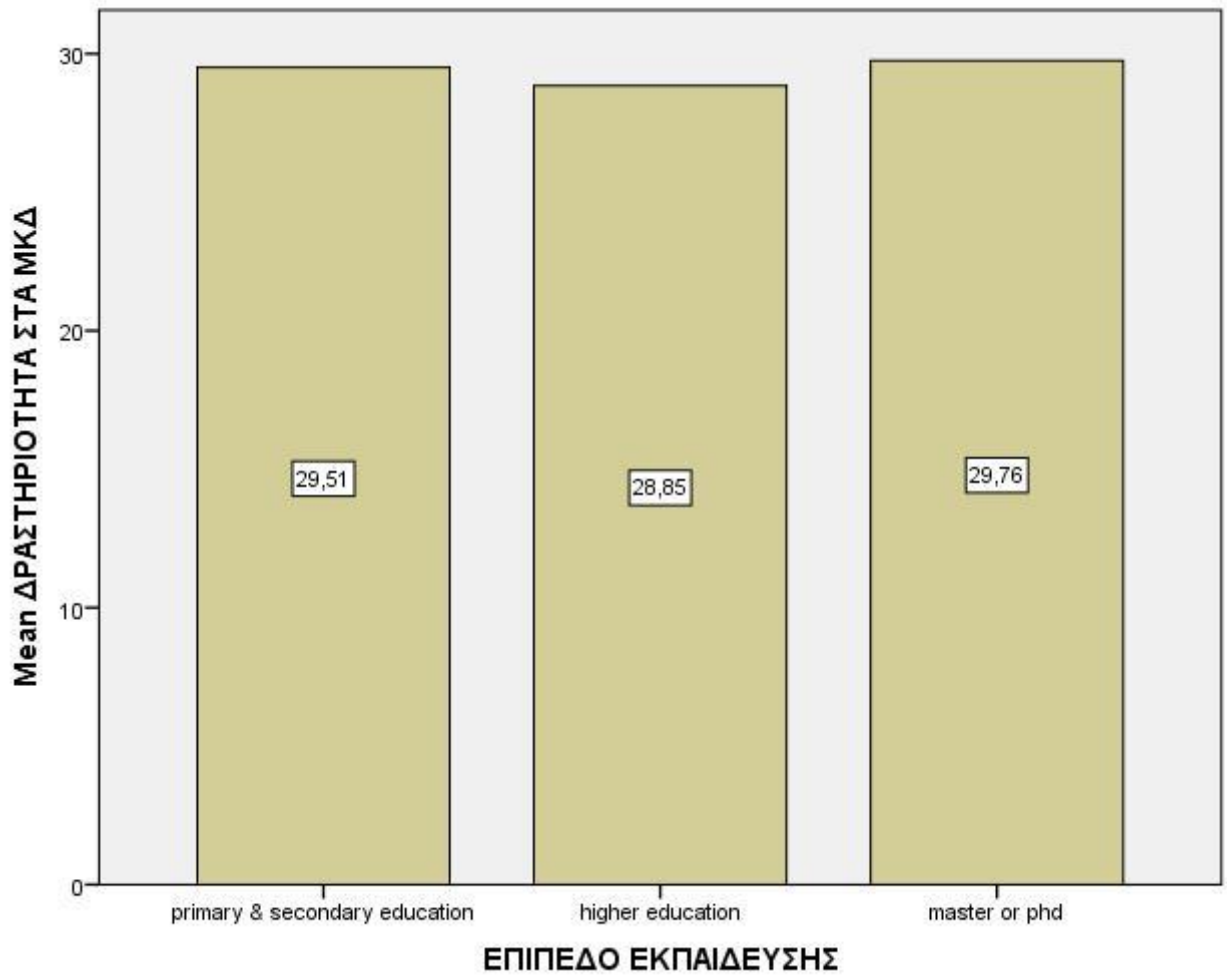
Η δραστηριότητα στα ΜΚΔ είναι υψηλότερη για την ομάδα των κατόχων μεταπτυχιακού ή διδακτορικού διπλώματος (Mean= 29.76, St. Deviation= 8.234), ακολουθεί η ομάδα πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (Mean= 29.52, St. Deviation= 7.949), ενώ τη χαμηλότερη δραστηριότητα έχει η ομάδα υψηλότερης εκπαίδευσης (Mean= 28.85, St. Deviation= 7.197).

Τα παραπάνω αποτελέσματα απεικονίζονται στα ραβδογράμματα που ακολουθούν (Bar Charts):

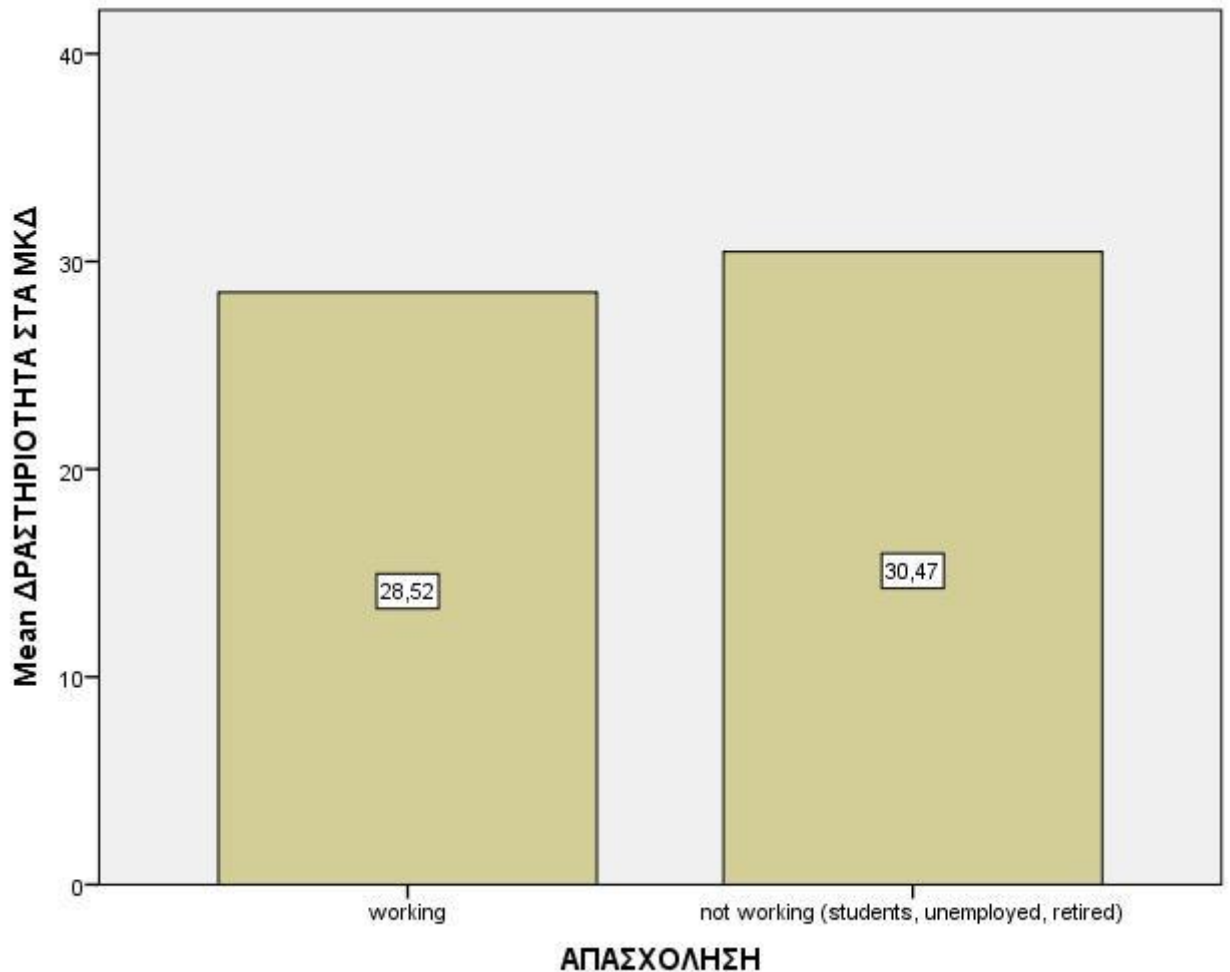
Δραστηριότητα στα ΜΚΔ * Ηλικία



Δραστηριότητα στα ΜΚΔ* Επίπεδο εκπαίδευσης



Δραστηριότητα στα ΜΚΔ* Απασχόληση



Στη συνέχεια, πραγματοποιήθηκε έλεγχος κανονικότητας (Normality Test) της μεταβλητής που περιγράφει τη συνολική δραστηριότητα στα ΜΚΔ, για κάθε ανεξάρτητη ομάδα ηλικίας, με εφαρμογή της μεθόδου Kolmogorov-Smirnov. Ο έλεγχος έδειξε ότι η μεταβλητή ακολουθεί κανονική κατανομή για την ομάδα ηλικίας 12-30, αλλά δεν ισχύει το ίδιο για τις ομάδες ηλικίας 31-45 και >46.

Προκειμένου να διερευνηθεί αν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στη συνολική δραστηριότητα στα ΜΚΔ μεταξύ των ανεξάρτητων ομάδων ηλικίας, χρησιμοποιήθηκε η μη παραμετρική μέθοδος Kruskal-Wallis, η οποία δεν προϋποθέτει κανονικότητα (normality) στα δεδομένα.

Τα αποτελέσματα από την εφαρμογή της μεθόδου συνοψίζονται στους παρακάτω πίνακες:

	ΗΛΙΚΙΑ	N	Mean Rank
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΣΤΑ ΜΚΔ	12-30	98	209,10
	31-45	165	185,40
	>46	115	178,69
	Total	378	

	ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΣΤΑ ΜΚΔ
Chi-Square	4,521
df	2
Asymp. Sig.	,104

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable:
ΗΛΙΚΙΑ

Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα ($\chi^2(2)=4.521$, $p=0.104$), δεν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των τριών ομάδων ηλικίας στο βαθμό δραστηριότητας στα ΜΚΔ.

Επιπλέον, πραγματοποιήθηκε έλεγχος κανονικότητας (Normality Test) της μεταβλητής που περιγράφει τη συνολική δραστηριότητα στα ΜΚΔ, για κάθε ανεξάρτητη ομάδα επιπέδου εκπαίδευσης, με εφαρμογή της μεθόδου Kolmogorov-Smirnov. Ο έλεγχος έδειξε ότι η μεταβλητή ακολουθεί κανονική κατανομή για την ομάδα υψηλότερης εκπαίδευσης, αλλά δεν ισχύει το ίδιο για τις ομάδες πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης καθώς και κατόχων μεταπτυχιακού ή διδακτορικού διπλώματος.

Προκειμένου να διερευνηθεί κατά πόσο υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στη συνολική δραστηριότητα στα ΜΚΔ μεταξύ των ανεξάρτητων ομάδων εκπαίδευσης, χρησιμοποιήθηκε η μη παραμετρική μέθοδος Kruskal-Wallis, η οποία δεν προϋποθέτει κανονικότητα (normality) στα δεδομένα.

Τα αποτελέσματα από την εφαρμογή της μεθόδου συνοψίζονται στους παρακάτω πίνακες:

Ranks

	ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ	N	Mean Rank
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΣΤΑ ΜΚΔ	primary & secondary education	123	191,80
	higher education	173	187,03
	master or phd	82	191,27
	Total	378	

Test Statistics^{a,b}

	ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΣΤΑ ΜΚΔ
Chi-Square	,165
df	2
Asymp. Sig.	,921

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable:
ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα ($\chi^2(2)=0.165$, $p=0.921$), δεν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των τριών ομάδων επιπέδου εκπαίδευσης στο βαθμό δραστηριότητας στα ΜΚΔ.

Τέλος, πραγματοποιήθηκε έλεγχος κανονικότητας (Normality Test) της μεταβλητής που περιγράφει τη συνολική δραστηριότητα στα ΜΚΔ, για κάθε ανεξάρτητη ομάδα απασχόλησης, με εφαρμογή της μεθόδου Kolmogorov-Smirnov. Ο έλεγχος έδειξε ότι η μεταβλητή δεν ακολουθεί κανονική κατανομή σε καμία ομάδα απασχόλησης.

Προκειμένου να διερευνηθεί κατά πόσο υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στη συνολική δραστηριότητα στα ΜΚΔ μεταξύ των ανεξάρτητων ομάδων απασχόλησης, χρησιμοποιήθηκε η μη παραμετρική μέθοδος Mann-Whitney U, η οποία δεν προϋποθέτει κανονικότητα (normality) στα δεδομένα.

Τα αποτελέσματα από την εφαρμογή της μεθόδου συνοψίζονται στους παρακάτω πίνακες:

	ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	N	Mean Rank	Sum of Ranks
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΣΤΑ ΜΚΔ	working	234	179,54	42011,50
	not working (students, unemployed, retired)	144	205,69	29619,50
	Total	378		

	ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΣΤΑ ΜΚΔ
Mann-Whitney U	14516,500
Wilcoxon W	42011,500
Z	-2,262
Asymp. Sig. (2-tailed)	,024

a. Grouping Variable:
ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα ($U=14516.5$, $p=0.024$), υπάρχει *στατιστικά σημαντική διαφορά* μεταξύ των δύο ομάδων απασχόλησης στο βαθμό δραστηριότητας στα ΜΚΔ, με την ομάδα των μη εργαζομένων να παρουσιάζει στατιστικά σημαντικά υψηλότερη δραστηριότητα στα ΜΚΔ (Mean Rank= 205.69) σε σχέση με την ομάδα των εργαζομένων (Mean Rank=179.54).

9.12 Πώς συσχετίζεται η άρνηση χρήσης των ΜΚΔ με την ηλικία, την απασχόληση και το επίπεδο εκπαίδευσης;

Οι ερωτηθέντες δηλώνουν τις αιτίες άρνησης χρήσης των ΜΚΔ στο ερώτημα 9 του ερωτηματολογίου με χρήση πεντάβαθμης κλίμακας Likert (1= Σχεδόν καθόλου, 2= Σε μικρό βαθμό, 3=Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό, 4= Σε μεγάλο βαθμό, 5= Σε πολύ μεγάλο βαθμό). Υψηλότερος βαθμός υποδηλώνει και υψηλότερη άρνηση χρήσης λόγω της συγκεκριμένης αιτίας. Οι αιτίες άρνησης χρήσης των ΜΚΔ που περιλαμβάνονται στο ερώτημα 9 είναι:

1. Τα ΜΚΔ δεν με ενδιαφέρουν
2. Η χρήση τους είναι εξαιρετικά χρονοβόρα
3. Δεν είναι αξιόπιστα
4. Δεν είναι ασφαλή
5. Εκτίθεται η προσωπική ζωή των χρηστών στα ΜΚΔ

Οι απαντήσεις των ερωτηθέντων σε σχέση με την ηλικία, το επίπεδο εκπαίδευσης και την ομάδα απασχόλησης, συνοψίζονται στους παρακάτω πίνακες:

Q09A.NOT_INTERESTING Q09B.LENGTHY Q09C.RELIABILITY Q09D.SAFETY Q09E.PRIVACY * ΗΛΙΚΙΑ

ΗΛΙΚΙΑ		Q09A. NOT_INTERESTING	Q09B. LENGTHY	Q09C. RELIABILITY	Q09D. SAFETY	Q09E. PRIVACY
12-30	Mean	2,52	2,71	3,38	3,58	3,95
	Std. Deviation	,997	1,112	1,108	1,045	1,019
	N	98	98	98	98	98
	% of Total N	25,9%	25,9%	25,9%	25,9%	25,9%
31-45	Mean	2,52	2,83	3,10	3,41	3,81
	Std. Deviation	,979	1,051	,945	1,012	1,047
	N	165	165	165	165	165
	% of Total N	43,7%	43,7%	43,7%	43,7%	43,7%
>46	Mean	2,72	2,79	3,30	3,45	4,01
	Std. Deviation	1,064	1,080	1,077	1,019	,996
	N	115	115	115	115	115
	% of Total N	30,4%	30,4%	30,4%	30,4%	30,4%
Total	Mean	2,58	2,79	3,23	3,47	3,90
	Std. Deviation	1,012	1,074	1,035	1,022	1,026
	N	378	378	378	378	378
	% of Total N	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Και οι τρεις ομάδες ηλικίας δήλωσαν ότι η βασικότερη αιτία που δε θα χρησιμοποιούσαν τα ΜΚΔ είναι ότι «εκτίθεται η προσωπική ζωή των χρηστών στα ΜΚΔ», ενώ ακολουθούν με φθίνουσα βαθμολόγηση οι αιτίες: «δεν είναι ασφαλή», «δεν είναι αξιόπιστα», «η χρήση τους είναι εξαιρετικά χρονοβόρα», «δεν τους ενδιαφέρουν».

Q09A.NOT_INTERESTING Q09B.LENGTHY Q09C.RELIABILITY Q09D.SAFETY Q09E.PRIVACY * ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ		Q09A. NOT_INTERESTING	Q09B. LENGTHY	Q09C. RELIABILITY	Q09D. SAFETY	Q09E. PRIVACY
primary & secondary education	Mean	2,67	2,80	3,28	3,57	3,91
	Std. Deviation	1,022	1,094	1,028	1,049	1,079
	N	123	123	123	123	123
	% of Total N	32,5%	32,5%	32,5%	32,5%	32,5%
higher education	Mean	2,61	2,80	3,20	3,43	3,92
	Std. Deviation	,974	1,028	1,006	,953	,965
	N	173	173	173	173	173
	% of Total N	45,8%	45,8%	45,8%	45,8%	45,8%
master or phd	Mean	2,39	2,76	3,22	3,39	3,85
	Std. Deviation	1,063	1,150	1,111	1,119	1,079
	N	82	82	82	82	82
	% of Total N	21,7%	21,7%	21,7%	21,7%	21,7%
Total	Mean	2,58	2,79	3,23	3,47	3,90
	Std. Deviation	1,012	1,074	1,035	1,022	1,026
	N	378	378	378	378	378
	% of Total N	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Και οι τρεις ομάδες επιπέδου εκπαίδευσης δήλωσαν ότι η βασικότερη αιτία που δε θα χρησιμοποιούσαν τα ΜΚΔ είναι ότι «εκτίθεται η προσωπική ζωή των χρηστών στα ΜΚΔ», ενώ ακολουθούν με φθίνουσα βαθμολόγηση οι αιτίες: «δεν είναι ασφαλή», «δεν είναι αξιόπιστα», «η χρήση τους είναι εξαιρετικά χρονοβόρα», «δεν τους ενδιαφέρουν».

Q09A.NOT_INTERESTING Q09B.LENGTHY Q09C.RELIABILITY Q09D.SAFETY Q09E.PRIVACY * ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ		Q09A. NOT_INTERESTING	Q09B. LENGTHY	Q09C. RELIABILITY	Q09D. SAFETY	Q09E. PRIVACY
working	Mean	2,65	2,84	3,18	3,37	3,88
	Std. Deviation	1,043	1,088	1,026	1,041	1,029
	N	234	234	234	234	234
	% of Total N	61,9%	61,9%	61,9%	61,9%	61,9%
not working (students, unemployed, retired)	Mean	2,48	2,71	3,31	3,63	3,94
	Std. Deviation	,953	1,050	1,048	,974	1,023
	N	144	144	144	144	144
	% of Total N	38,1%	38,1%	38,1%	38,1%	38,1%
Total	Mean	2,58	2,79	3,23	3,47	3,90
	Std. Deviation	1,012	1,074	1,035	1,022	1,026
	N	378	378	378	378	378
	% of Total N	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Και οι δυο ομάδες απασχόλησης δήλωσαν ότι η βασικότερη αιτία που δε θα χρησιμοποιούσαν τα ΜΚΔ είναι ότι «εκτίθεται η προσωπική ζωή των χρηστών στα ΜΚΔ», ενώ ακολουθούν με φθίνουσα βαθμολόγηση οι αιτίες: «δεν είναι ασφαλή», «δεν είναι αξιόπιστα», «η χρήση τους είναι εξαιρετικά χρονοβόρα», «δεν τους ενδιαφέρουν».

Ο συνολικός βαθμός άρνησης χρήσης των ΜΚΔ υπολογίζεται από το άθροισμα των επιμέρους βαθμών που δόθηκαν στις έξι δηλώσεις του ερωτήματος 9:

Η μεταβλητή που περιγράφει τη συνολική άρνηση χρήσης των ΜΚΔ (DENIAL_OF_USE) είναι κλίμακας (scale), με ελάχιστη τιμή 6 (και οι 11 επιμέρους δηλώσεις βαθμολογήθηκαν με 1 = Σχεδόν καθόλου) και μέγιστη τιμή 30 (και οι 6 επιμέρους δηλώσεις βαθμολογήθηκαν με 5 = Σε πολύ μεγάλο βαθμό).

Υπολογίστηκαν τα περιγραφικά στατιστικά (Μέση τιμή, Πλήθος, Τυπική απόκλιση, Ελάχιστη τιμή, Μέγιστη τιμή, Εύρος) της μεταβλητής του συνολικού βαθμού άρνησης χρήσης των ΜΚΔ, για κάθε ομάδα ηλικίας, απασχόλησης και επιπέδου εκπαίδευσης.

Τα αποτελέσματα συνοψίζονται στους παρακάτω πίνακες:

ΑΡΝΗΣΗ ΧΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΜΚΔ * ΗΛΙΚΙΑ

ΑΡΝΗΣΗ ΧΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΜΚΔ

ΗΛΙΚΙΑ	Mean	N	Std. Deviation	Minimum	Maximum	Range
12-30	16,14	98	4,059	5	25	20
31-45	15,66	165	3,809	5	25	20
>46	16,28	115	3,879	5	25	20
Total	15,97	378	3,896	5	25	20

Η άρνηση χρήσης των ΜΚΔ είναι υψηλότερη για την ομάδα ηλικίας >46 (Mean= 16.28, St. Deviation= 3.879), ακολουθεί η ομάδα ηλικίας 12-30 (Mean= 16.14, St. Deviation= 4.059), ενώ τη χαμηλότερη άρνηση χρήσης έχει η ομάδα ηλικίας 31-45 (Mean= 15.66, St. Deviation= 3.809).

ΑΡΝΗΣΗ ΧΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΜΚΔ * ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

ΑΡΝΗΣΗ ΧΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΜΚΔ

ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ	Mean	N	Std. Deviation	Minimum	Maximum	Range
primary & secondary education	16,23	123	3,952	5	25	20
higher education	15,97	173	3,704	5	25	20
master or phd	15,61	82	4,213	5	25	20
Total	15,97	378	3,896	5	25	20

Η άρνηση χρήσης των ΜΚΔ είναι υψηλότερη για την ομάδα επιπέδου πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (Mean= 16.23, St. Deviation= 3.952), ακολουθεί η ομάδα υψηλότερης εκπαίδευσης (Mean= 15.97, St. Deviation= 3.704), ενώ τη χαμηλότερη άρνηση χρήσης έχει η ομάδα κατόχων μεταπτυχιακού ή διδακτορικού διπλώματος (Mean= 15.61, St. Deviation= 4.213).

ΑΡΝΗΣΗ ΧΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΜΚΔ * ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

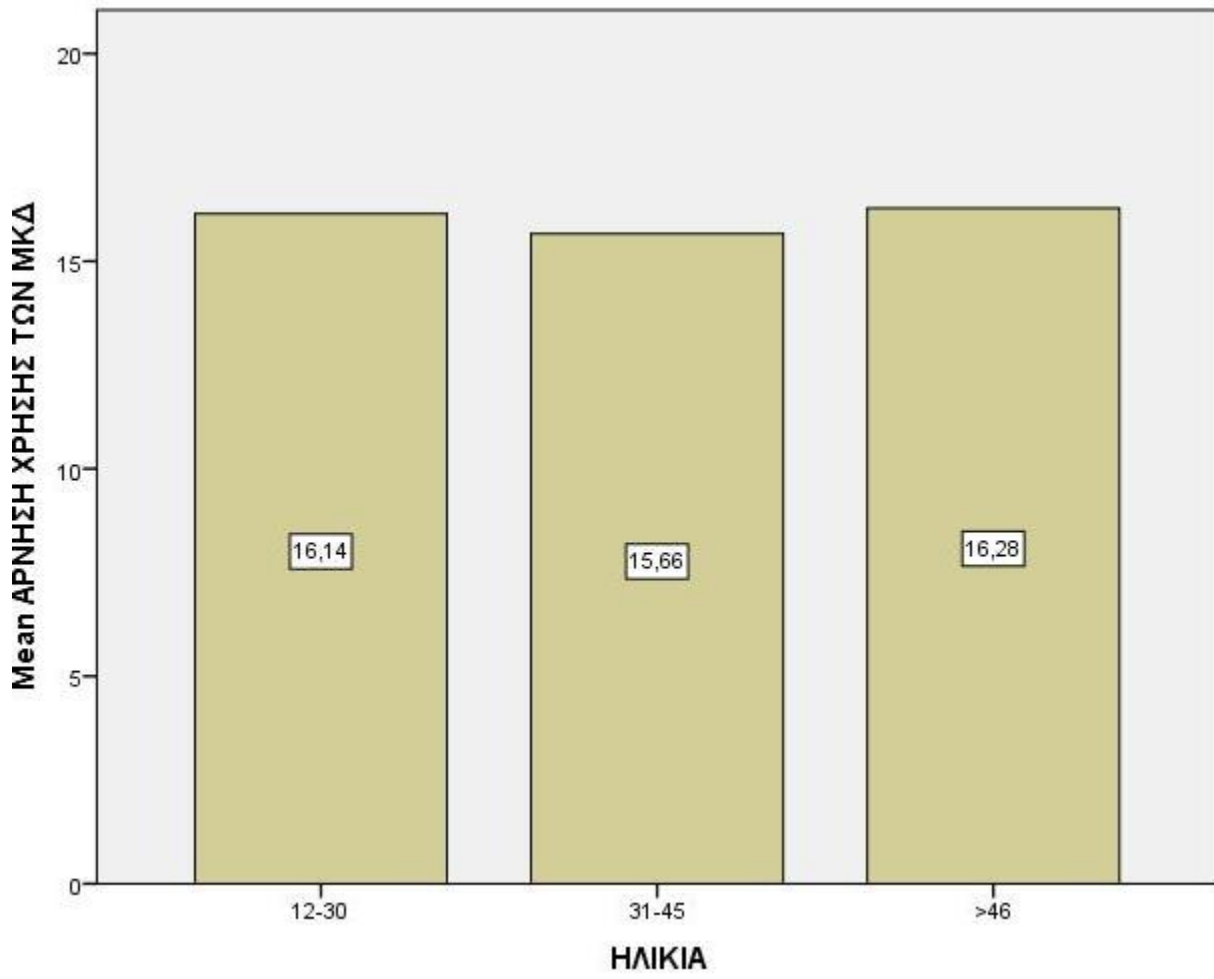
ΑΡΝΗΣΗ ΧΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΜΚΔ

ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	Mean	N	Std. Deviation	Minimum	Maximum	Range
working	15,91	234	3,995	5	25	20
not working (students, unemployed, retired)	16,07	144	3,741	5	25	20
Total	15,97	378	3,896	5	25	20

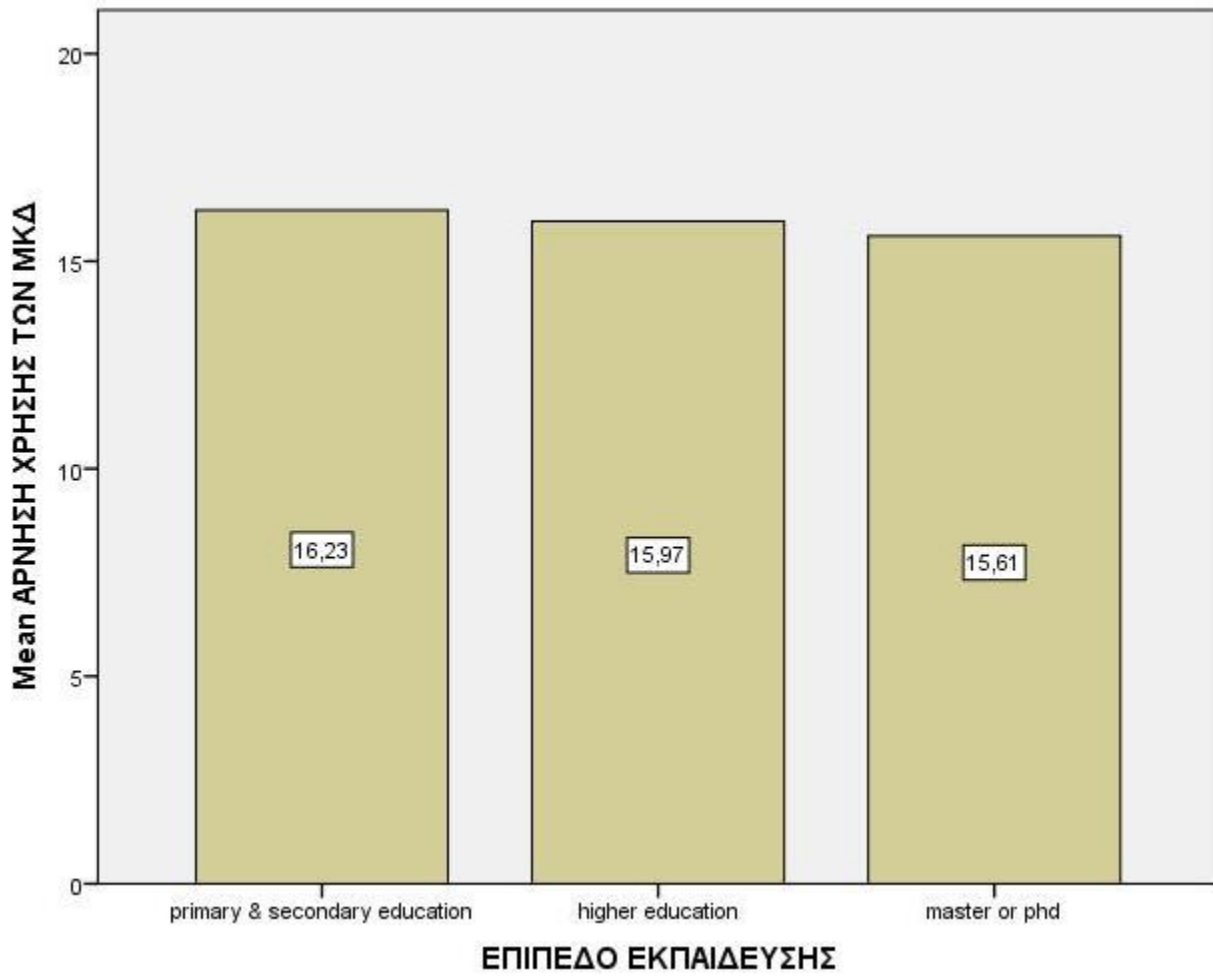
Η άρνηση χρήσης των ΜΚΔ είναι υψηλότερη για την ομάδα των μη εργαζομένων (Mean= 16.07, St. Deviation= 3.741) σε σχέση με την ομάδα των εργαζομένων (Mean= 15.91, St. Deviation= 3.995).

Τα παραπάνω αποτελέσματα απεικονίζονται στα ραβδογράμματα που ακολουθούν (Bar Charts):

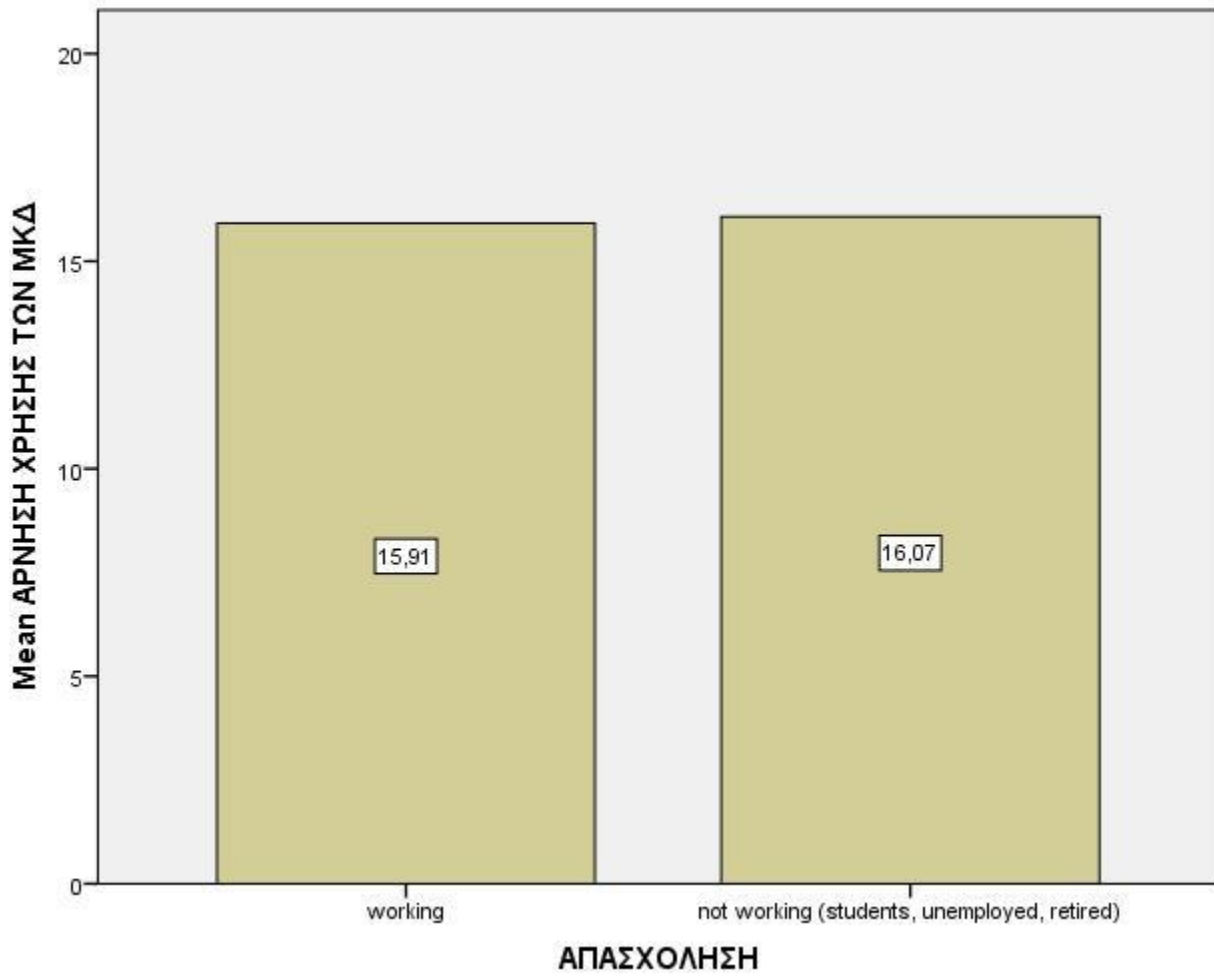
Άρνηση χρήσης των ΜΚΔ * Ηλικία



Άρνηση χρήσης των ΜΚΔ * Επίπεδο Εκπαίδευσης



Άρνηση χρήσης των ΜΚΔ * Απασχόληση



Στη συνέχεια, πραγματοποιήθηκε έλεγχος κανονικότητας (Normality Test) της μεταβλητής που περιγράφει την άρνηση χρήσης των ΜΚΔ, για κάθε ανεξάρτητη ομάδα ηλικίας, με εφαρμογή της μεθόδου Kolmogorov-Smirnov. Ο έλεγχος έδειξε ότι η μεταβλητή δεν ακολουθεί κανονική κατανομή για σε όλες τις ομάδες ηλικίας.

Προκειμένου να διερευνηθεί αν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στην άρνηση χρήσης των ΜΚΔ μεταξύ των ανεξάρτητων ομάδων ηλικίας, χρησιμοποιήθηκε η μη παραμετρική μέθοδος Kruskal Wallis, η οποία δεν προϋποθέτει κανονικότητα (normality) στα δεδομένα.

Τα αποτελέσματα από την εφαρμογή της μεθόδου συνοψίζονται στους παρακάτω πίνακες:

Ranks

	ΗΛΙΚΙΑ	N	Mean Rank
ΑΡΝΗΣΗ ΧΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΜΚΔ	12-30	98	194,46
	31-45	165	179,86
	>46	115	199,10
	Total	378	

Test Statistics^{a,b}

	ΑΡΝΗΣΗ ΧΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΜΚΔ
Chi-Square	2,395
df	2
Asymp. Sig.	,302

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable:
ΗΛΙΚΙΑ

Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα ($\chi^2(2)=2.935$, $p=0.302$), δεν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των τριών ομάδων ηλικίας στην άρνηση χρήσης των ΜΚΔ.

Επιπλέον, πραγματοποιήθηκε έλεγχος κανονικότητας (Normality Test) της μεταβλητής που περιγράφει την άρνηση χρήσης των ΜΚΔ, για κάθε ανεξάρτητη ομάδα επιπέδου εκπαίδευσης, με εφαρμογή της μεθόδου

Kolmogorov-Smirnov. Ο έλεγχος έδειξε ότι η μεταβλητή δεν ακολουθεί κανονική κατανομή σε καμία ομάδα επιπέδου εκπαίδευσης.

Προκειμένου να διερευνηθεί αν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στη συνολική δραστηριότητα στα ΜΚΔ μεταξύ των ανεξάρτητων ομάδων επιπέδου εκπαίδευσης, χρησιμοποιήθηκε η μη παραμετρική μέθοδος Kruskal-Wallis, η οποία δεν προϋποθέτει κανονικότητα (normality) στα δεδομένα.

Τα αποτελέσματα από την εφαρμογή της μεθόδου συνοψίζονται στους παρακάτω πίνακες:

Ranks

	ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ	N	Mean Rank
ΑΡΝΗΣΗ ΧΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΜΚΔ	primary & secondary education	123	193,46
	higher education	173	188,71
	master or phd	82	185,24
	Total	378	

Test Statistics^{a,b}

	ΑΡΝΗΣΗ ΧΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΜΚΔ
Chi-Square	,298
df	2
Asymp. Sig.	,862

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable:
ΕΠΙΠΕΔΟ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα ($\chi^2(2)=0.298$, $p=0.862$), δεν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των τριών ομάδων επιπέδου εκπαίδευσης στην άρνηση χρήσης των ΜΚΔ.

Τέλος, πραγματοποιήθηκε έλεγχος κανονικότητας (Normality Test) της μεταβλητής που περιγράφει την άρνηση χρήσης των ΜΚΔ, για κάθε ανεξάρτητη ομάδα απασχόλησης, με εφαρμογή της μεθόδου Kolmogorov-

Smirnov. Ο έλεγχος έδειξε ότι η μεταβλητή δεν ακολουθεί κανονική κατανομή σε καμία ομάδα απασχόλησης.

Προκειμένου να διερευνηθεί αν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στην άρνηση χρήσης των ΜΚΔ μεταξύ των ανεξάρτητων ομάδων ηλικίας, χρησιμοποιήθηκε η μη παραμετρική μέθοδος Mann-Whitney U, η οποία δεν προϋποθέτει κανονικότητα (normality) στα δεδομένα.

Τα αποτελέσματα από την εφαρμογή της μεθόδου συνοψίζονται στους παρακάτω πίνακες:

Ranks

	ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	N	Mean Rank	Sum of Ranks
ΑΡΝΗΣΗ ΧΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΜΚΔ	working	234	188,42	44090,00
	not working (students, unemployed, retired)	144	191,26	27541,00
	Total	378		

Test Statistics^a

	ΑΡΝΗΣΗ ΧΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΜΚΔ
Mann-Whitney U	16595,000
Wilcoxon W	44090,000
Z	-,246
Asymp. Sig. (2-tailed)	,806

a. Grouping Variable:
ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα ($U=16595$, $p=0.806$), δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των δύο ομάδων απασχόλησης στο βαθμό άρνησης χρήσης των ΜΚΔ.

Βιβλιογραφικές αναφορές

- Eco U. 1952. *Costruire il nemico e altri scritti occasionali*, μετ. Έφη Καλλιφατίδη «Κατασκευάζοντας τον ΕΧΘΡΟ», Εκδόσεις Ψυχογιός, Αθήνα.
- Daniel W. 1990. "Kolmogorov–Smirnov one-sample test". *Applied Nonparametric Statistics* (2nd ed.). Boston: PWS-Kent. σελ. 319–330.
- Daniel W. 1990. "Kruskal–Wallis one-way analysis of variance by ranks". *Applied Nonparametric Statistics* (2nd ed.). Boston: PWS-Kent. σελ. 226–234.
- Mann H. & Whitney D. 1947. "On a Test of Whether one of Two Random Variables is Stochastically Larger than the Other". *Annals of Mathematical Statistics*. 18 (1): σελ. 50–60

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10

Ερμηνεία αποτελεσμάτων ερωτηματολογίου – Συσχέτιση των μεταβλητών και έλεγχος των υποθέσεων

*«Όταν ερευνούμε τις ζωές και τις προσπάθειές μας,
σύντομα διαπιστώνουμε ότι οι δράσεις και οι επιθυμίες μας
είναι σχεδόν στο σύνολο τους συνδεδεμένες
με την ύπαρξη των άλλων ανθρώπων».*
Einstein A. (1952 : 88)

10ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: Ερμηνεία αποτελεσμάτων ερωτηματολογίου – Συσχέτιση των μεταβλητών και έλεγχος των υποθέσεων

10.1 Ποια η επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή και στις διαπροσωπικές σχέσεις των ερωτηθέντων;

Στο κεφάλαιο αυτό γίνεται ανάλυση των ερωτημάτων 19 έως 25, των οποίων οι πιθανές απαντήσεις είναι ΝΑΙ-ΟΧΙ. Σε πρώτο στάδιο γίνεται ανάλυση των απαντήσεων του ερωτηματολογίου μεμονωμένα για κάθε ερώτηση. Σε δεύτερο γίνεται συσχετισμός της επίδρασης των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή και στις διαπροσωπικές σχέσεις των ερωτηθέντων με τις μεταβλητές της ηλικίας, της απασχόλησης και του εκπαιδευτικού επιπέδου. Σκοπός μας είναι να διαπιστώσουμε και να τεκμηριώσουμε με στατιστικές μεθόδους κατά πόσο οι πιο πάνω μεταβλητές σχετίζονται μεταξύ τους ή όχι.

- I. Ερώτημα 19: Κάνετε σχέσεις μέσω κοινωνικών δικτύων;**
- II. Ερώτημα 20: Έχετε συναντηθεί ποτέ με κάποιον που έχετε γνωρίσει από κοινωνικό δίκτυο;**
- III. Ερώτημα 21: Πιστεύετε ότι το κοινωνικό δίκτυο αποτελεί μέσω κοινωνικοποίησης των νέων;**
- IV. Ερώτημα 22: Νομίζετε ότι τα κοινωνικά δίκτυα συμβάλλουν στη βελτίωση των ανθρωπίνων σχέσεων;**
- V. Ερώτημα 23: Νομίζετε πως το να συμμετέχετε σε ένα κοινωνικό δίκτυο, συμβάλλει στη κοινωνική αποδοχή σας; (πχ σε νέες γνωριμίες, παρέες);**
- VI. Ερώτημα 25: Νιώθετε περισσότερο
«ανοιχτός»/εξωστρεφής να φτιάχνετε καινούργιες
σχέσεις (φιλίας ή άλλες);**

Οι απαντήσεις των ερωτηθέντων στα παραπάνω ερωτήματα παρουσιάζονται αναλυτικά στους πίνακες συχνοτήτων που ακολουθούν και στα αντίστοιχα ραβδογράμματα:

Κάνετε σχέσεις μέσω κοινωνικών δικτύων;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid yes	29	7,7	7,7	7,7
no	349	92,3	92,3	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Έχετε συναντηθεί ποτέ με κάποιον που έχετε γνωρίσει από κοινωνικό δίκτυο;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid yes	97	25,7	25,7	25,7
no	281	74,3	74,3	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Πιστεύετε ότι το κοινωνικό δίκτυο αποτελεί μέσω κοινωνικοποίησης των νέων;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid yes	215	56,9	56,9	56,9
no	163	43,1	43,1	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Νομίζετε ότι τα κοινωνικά δίκτυα συμβάλλουν στη βελτίωση των ανθρωπίνων σχέσεων;

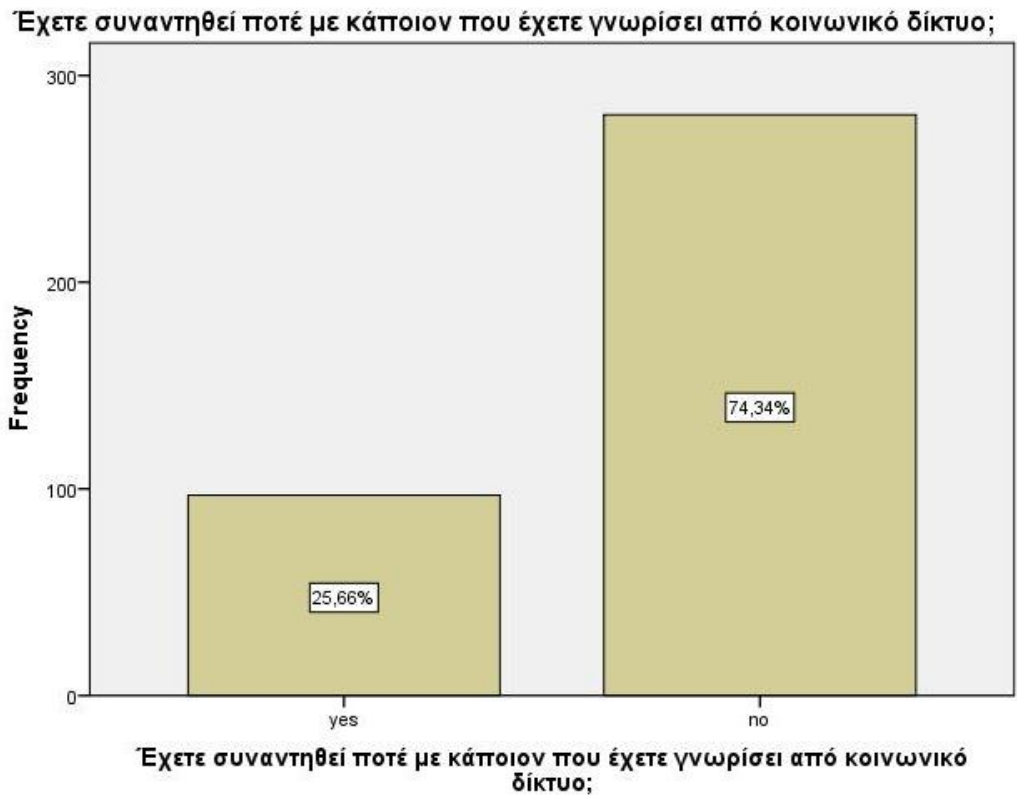
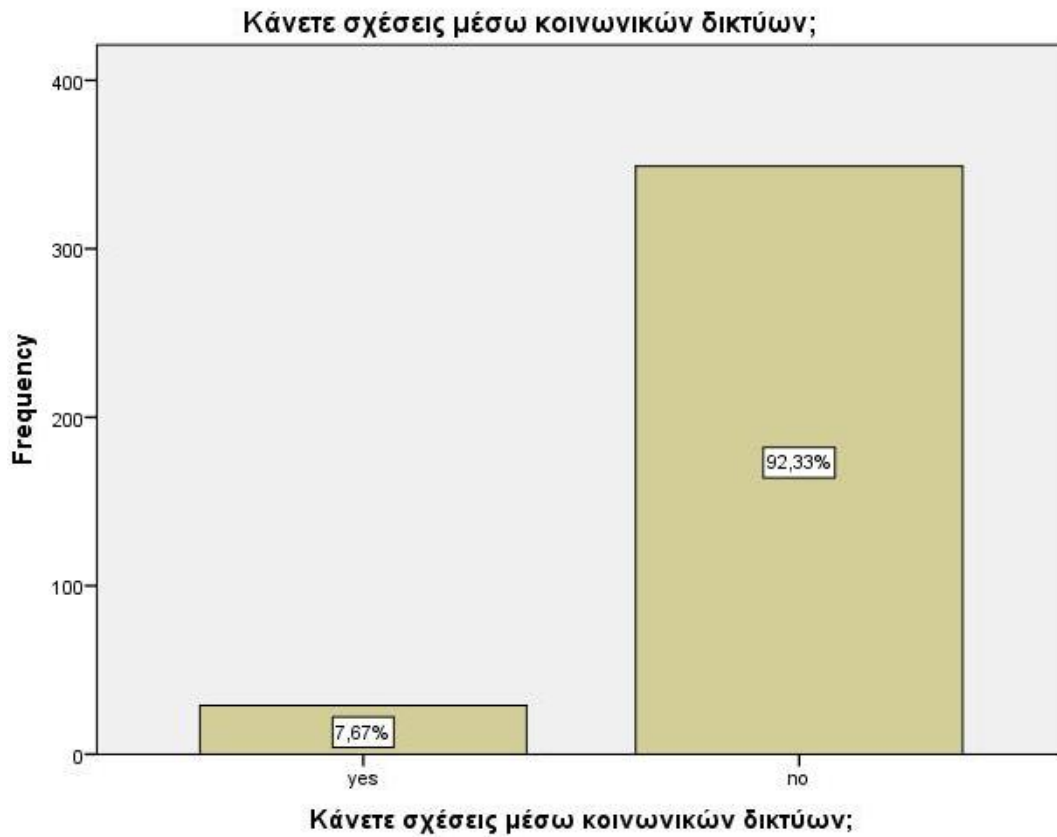
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid yes	145	38,4	38,4	38,4
no	233	61,6	61,6	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Νομίζετε πως το να συμμετέχετε σε ένα κοινωνικό δίκτυο, συμβάλλει στη κοινωνική αποδοχή σας; (πχ σε νέες γνωριμίες, παρέες)

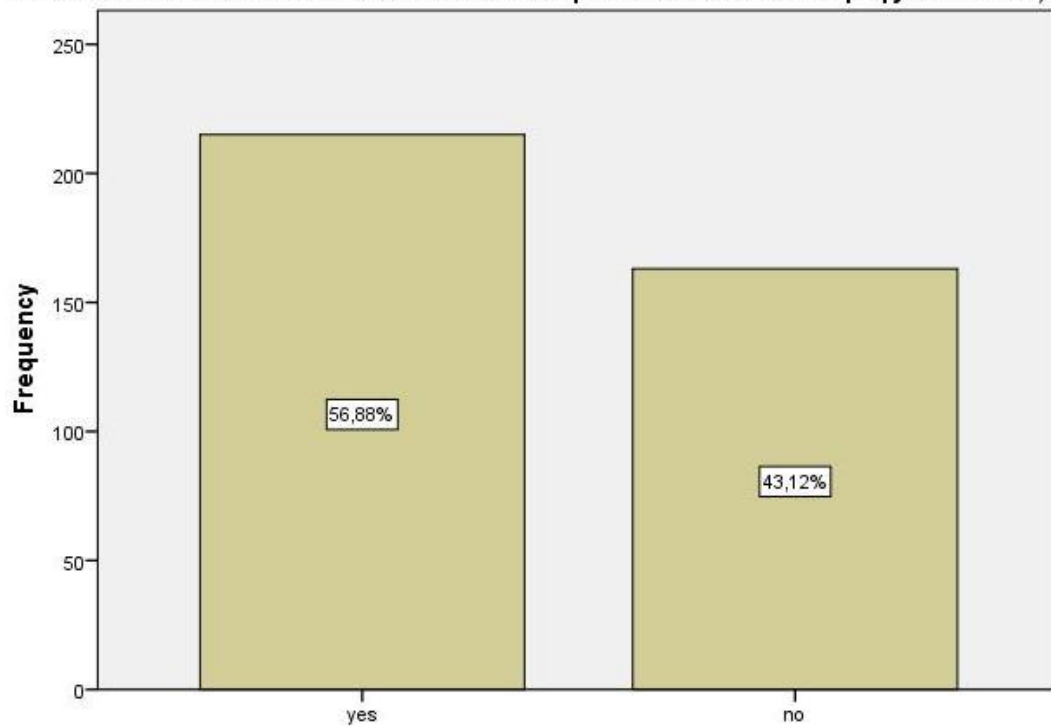
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid yes	115	30,4	30,4	30,4
no	263	69,6	69,6	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Νιώθετε περισσότερο «ανοιχτός»/εξωστρεφής να φτιάχνετε καινούργιες σχέσεις (φιλίας ή άλλες);

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid yes	93	24,6	24,6	24,6
no	285	75,4	75,4	100,0
Total	378	100,0	100,0	

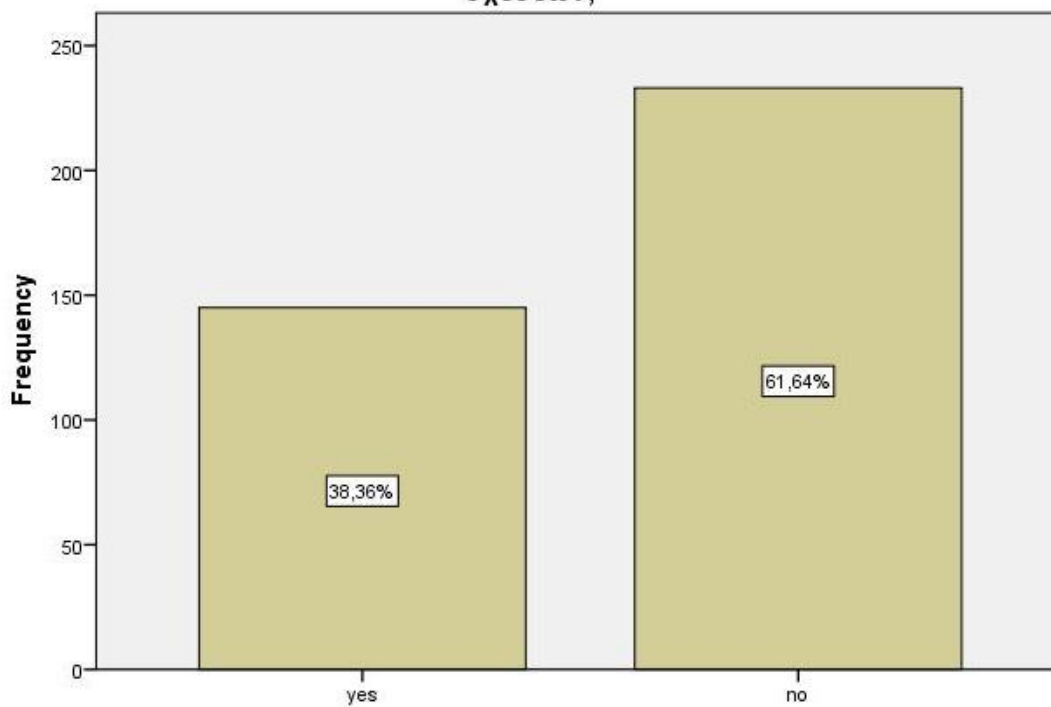


Πιστεύετε ότι το κοινωνικό δίκτυο αποτελεί μέσω κοινωνικοποίησης των νέων;



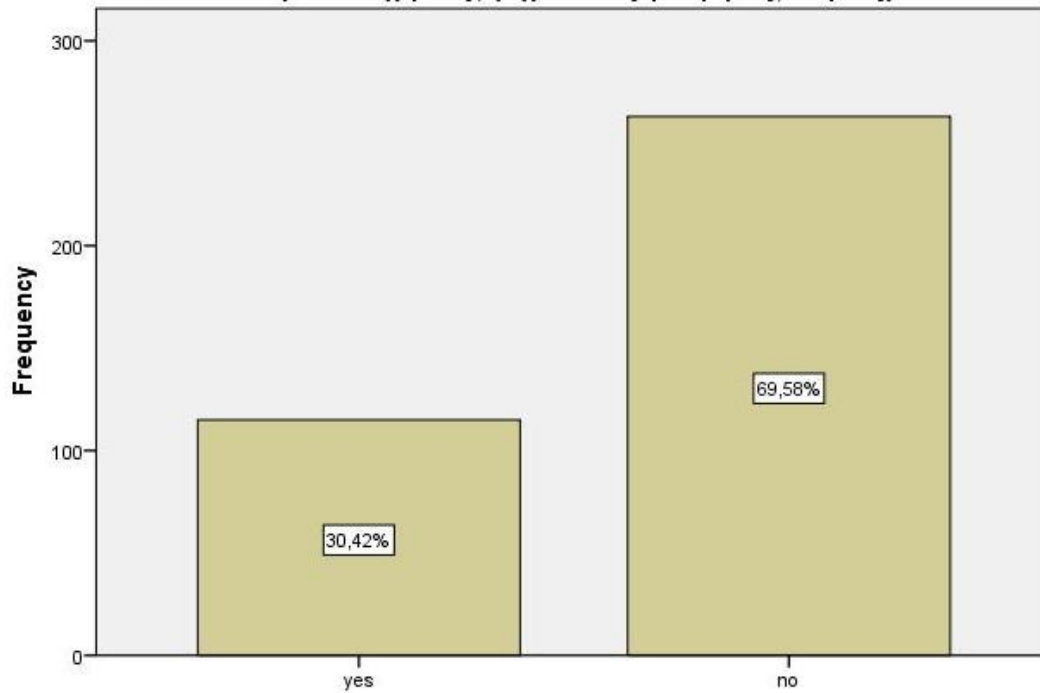
Πιστεύετε ότι το κοινωνικό δίκτυο αποτελεί μέσω κοινωνικοποίησης των νέων;

Νομίζετε ότι τα κοινωνικά δίκτυα συμβάλλουν στη βελτίωση των ανθρωπίνων σχέσεων;



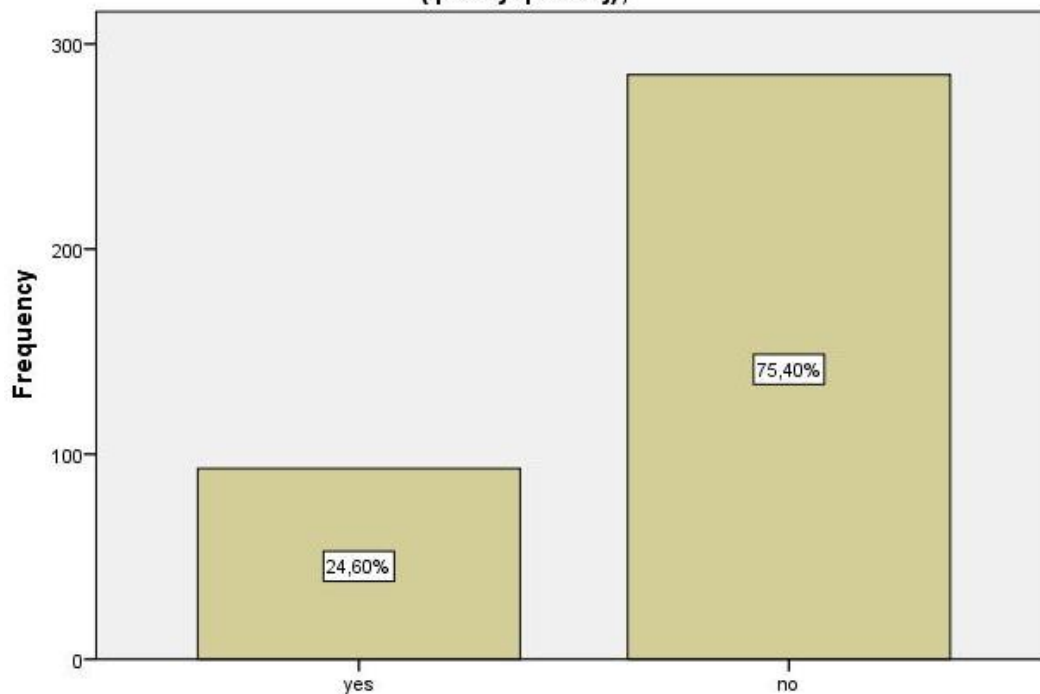
Νομίζετε ότι τα κοινωνικά δίκτυα συμβάλλουν στη βελτίωση των ανθρωπίνων σχέσεων;

Νομίζετε πως το να συμμετέχετε σε ένα κοινωνικό δίκτυο, συμβάλλει στη κοινωνική αποδοχή σας; (πχ σε νέες γνωριμίες, παρέες)



Νομίζετε πως το να συμμετέχετε σε ένα κοινωνικό δίκτυο, συμβάλλει στη κοινωνική αποδοχή σας; (πχ σε νέες γνωριμίες, παρέες)

Νιώθετε περισσότερο «ανοιχτός»/εξωστρεφής να φτιάχνετε καινούργιες σχέσεις (φιλίας ή άλλες);



Νιώθετε περισσότερο «ανοιχτός»/εξωστρεφής να φτιάχνετε καινούργιες σχέσεις (φιλίας ή άλλες);

Οι απαντήσεις σε κάθε ερώτημα κωδικοποιήθηκαν στο SPSS ως εξής: 1= ΝΑΙ και 0= ΟΧΙ. Προκειμένου να αξιολογηθεί η συνολική επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή και στις διαπροσωπικές σχέσεις των ερωτηθέντων υπολογίστηκε μια νέα μεταβλητή (SOCIAL_IMPACT) που προέκυψε από το άθροισμα των απαντήσεων στα επιμέρους ερωτήματα (19-23 και 25). Δεδομένου ότι οι πιθανές απαντήσεις σε κάθε ερώτημα είναι 1 (καταφατική απάντηση) ή 0 (αρνητική απάντηση) και το πλήθος των ερωτημάτων είναι 6, η νέα μεταβλητή SOCIAL_IMPACT είναι ταξινομική με τιμές 0,1,2,3,4,5,6 που υποδηλώνουν το πλήθος των καταφατικών απαντήσεων στα επιμέρους ερωτήματα. Όσο υψηλότερη είναι η τιμή της μεταβλητής SOCIAL_IMPACT τόσο θετικότερη θεωρούν οι ερωτηθέντες την επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή τους και στις διαπροσωπικές σχέσεις τους.

Υπολογίστηκε ο πίνακας των Περιγραφικών Στατιστικών μέτρων για την μεταβλητή SOCIAL_IMPACT:

Descriptive Statistics

		Statistic	Std. Error
SOCIAL_IMPACT	N	378	
	Range	6	
	Minimum	0	
	Maximum	6	
	Mean	1,84	,084
	Std. Deviation	1,629	
	Variance	2,652	
	Skewness	,685	,125
	Kurtosis	-,401	,250
	Valid N (listwise)	N	378

Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα προκύπτει ότι η μέση τιμή της μεταβλητής SOCIAL_IMPACT που προέκυψε από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων (N=378) είναι 1.84 (SD=1.63), δηλαδή το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων αξιολογούν τη θετικότητα της επίδρασης των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή τους και στις διαπροσωπικές τους σχέσεις από 0.21 έως 3.47. Στρογγυλοποιώντας τις προηγούμενες τιμές, προκύπτει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων έδωσαν το πολύ τρεις καταφατικές απαντήσεις στα επιμέρους ερωτήματα (19-23 και 25).

Επιπλέον η μεταβλητή SOCIAL_IMPACT έχει θετική λοξότητα (Skewness= 0.685), άρα θετικά λοξή κατανομή συχνοτήτων (λοξή προς τα δεξιά) και αρνητική κύρτωση (Kurtosis= -0.401), άρα κατανομή πλατύκυρτη.

10.2 Πώς συσχετίζεται η επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή και στις διαπροσωπικές σχέσεις των ερωτηθέντων με την ομάδα ηλικίας (12-30, 31-45, >46);

Υπολογίστηκε ο πίνακας των Περιγραφικών Στατιστικών μέτρων (Descriptive Statistics) για κάθε ομάδα της ανεξάρτητης μεταβλητής ηλικίας:

Ομάδα Ηλικίας 12-30

		Statistic	Std. Error
SOCIAL_IMPACT	N	98	
	Range	6	
	Minimum	0	
	Maximum	6	
	Mean	1,91	,158
	Std. Deviation	1,567	
	Variance	2,455	
	Skewness	,450	,244
	Kurtosis	-,739	,483
Valid N (listwise)	N	98	

Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα προκύπτει ότι η μέση τιμή της μεταβλητής SOCIAL_IMPACT που προέκυψε από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων της ομάδας ηλικίας 12-30 (N=98) είναι 1.91 (SD=1.57), δηλαδή το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων της ομάδας ηλικίας 12-30 αξιολογεί τη θετικότητα της επίδρασης των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή τους και στις διαπροσωπικές σχέσεις τους από 0.34 έως 3.48. Στρογγυλοποιώντας τις προηγούμενες τιμές, προκύπτει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων της ομάδας ηλικίας 12-30 έδωσαν το πολύ τρεις καταφατικές απαντήσεις στα επιμέρους ερωτήματα (19-23 και 25).

Επιπλέον η μεταβλητή SOCIAL_IMPACT έχει θετική λοξότητα (Skewness= 0.450), άρα θετικά λοξή κατανομή συχνοτήτων (λοξή προς τα δεξιά) και αρνητική κύρτωση (Kurtosis= -0.739), άρα κατανομή πλατύκυρτη.

Ομάδα Ηλικίας 31-45

Descriptive Statistics

		Statistic	Std. Error
SOCIAL_IMPACT	N	165	
	Range	6	
	Minimum	0	
	Maximum	6	
	Mean	1,79	,120
	Std. Deviation	1,536	
	Variance	2,360	
	Skewness	,648	,189
	Kurtosis	-,333	,376
Valid N (listwise)	N	165	

Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα προκύπτει ότι η μέση τιμή της μεταβλητής SOCIAL_IMPACT που προέκυψε από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων της ομάδας ηλικίας 31-45 (N=165) είναι 1.79 (SD=1.54), δηλαδή το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων της ομάδας ηλικίας 31-45 αξιολογούν τη θετικότητα της επίδρασης των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή τους και στις διαπροσωπικές σχέσεις τους από 0.25 έως 3.33. Στρογγυλοποιώντας τις προηγούμενες τιμές, προκύπτει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων της ομάδας ηλικίας 31-45 έδωσαν το πολύ τρεις καταφατικές απαντήσεις στα επιμέρους ερωτήματα (19-23 και 25).

Επιπλέον η μεταβλητή SOCIAL_IMPACT έχει θετική λοξότητα (Skewness= 0.648), άρα θετικά λοξή κατανομή συχνοτήτων (λοξή προς τα δεξιά) και αρνητική κύρτωση (Kurtosis= -0.333), άρα κατανομή πλατύκυρτη.

Ομάδα Ηλικίας >46

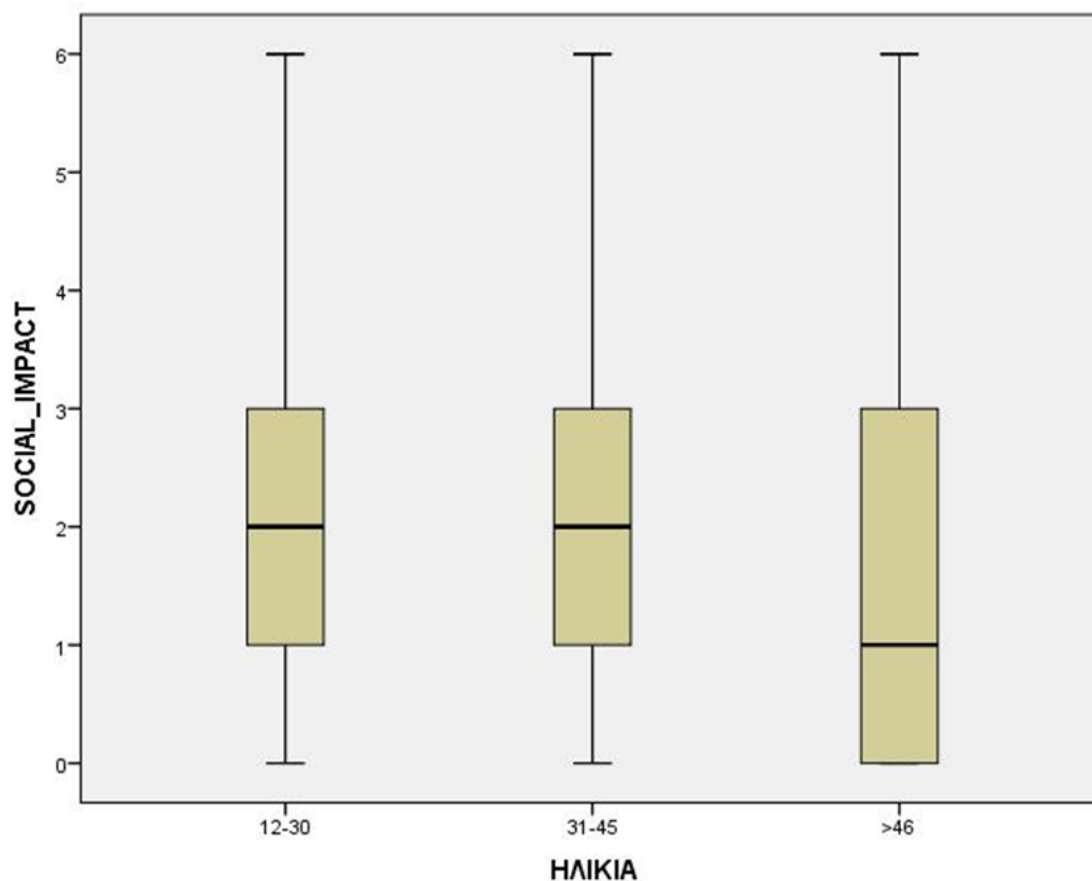
Descriptive Statistics

		Statistic	Std. Error
SOCIAL_IMPACT	N	115	
	Range	6	
	Minimum	0	
	Maximum	6	
	Mean	1,83	,169
	Std. Deviation	1,811	
	Variance	3,279	
	Skewness	,846	,226
	Kurtosis	-,364	,447
Valid N (listwise)	N	115	

Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα προκύπτει ότι η μέση τιμή της μεταβλητής SOCIAL_IMPACT που προέκυψε από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων της ομάδας ηλικίας >46 (N=115) είναι 1.83 (SD=1.81), δηλαδή το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων της ομάδας ηλικίας >46 αξιολογεί τη θετικότητα της επίδρασης των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή τους και στις διαπροσωπικές σχέσεις τους από 0.02 έως 3.64. Στρογγυλοποιώντας τις προηγούμενες τιμές προκύπτει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων της ομάδας ηλικίας >46 έδωσαν το πολύ τέσσερις καταφατικές απαντήσεις στα επιμέρους ερωτήματα (19-23 και 25).

Επιπλέον η μεταβλητή SOCIAL_IMPACT έχει θετική λοξότητα (Skewness= 0.846), άρα θετικά λοξή κατανομή συχνοτήτων (λοξή προς τα δεξιά) και αρνητική κύρτωση (Kurtosis= -0.364), άρα κατανομή πλατύκυρτη.

Η απεικόνιση της διασποράς των τιμών της μεταβλητής SOCIAL_IMPACT και η παρουσίαση των κυριότερων χαρακτηριστικών της κατανομής της έγινε μέσω Θηκογράμματος (Box plot):

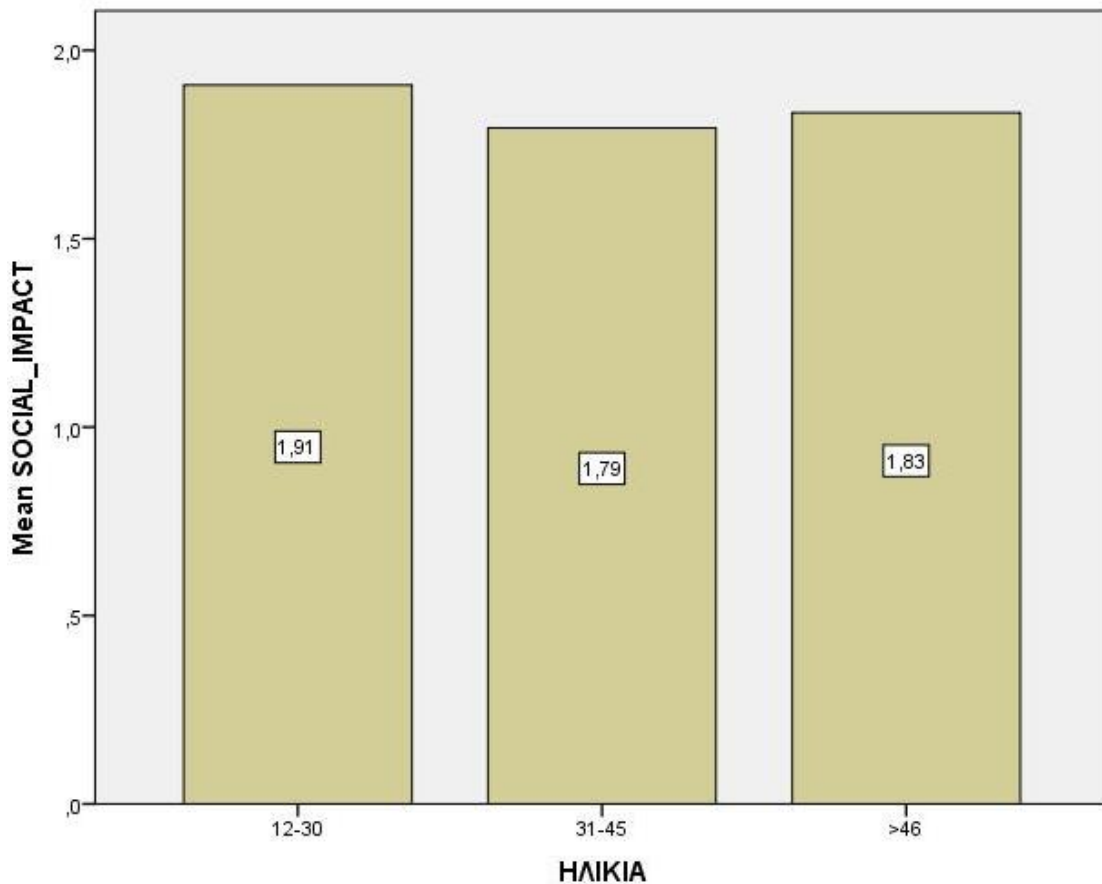


Σύμφωνα με τις πληροφορίες στο παραπάνω διάγραμμα, το 50% των ερωτηθέντων της ομάδας ηλικίας 12-30, έδωσαν από καμία έως και δύο καταφατικές απαντήσεις στα ερωτήματα που σχετίζονται με την επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή τους και στις διαπροσωπικές σχέσεις τους, το 75% των ερωτηθέντων της ίδιας ομάδας έδωσαν από καμία έως και τρεις καταφατικές απαντήσεις, ενώ μόνο το 25% έδωσε πάνω από τρεις καταφατικές απαντήσεις.

Η ίδια κατανομή παρατηρείται και στην ομάδα ηλικίας 31-45.

Στην ομάδα ηλικίας >46, το 50% δόθηκε από καμία έως και μία καταφατική απάντηση, το 75% των ερωτηθέντων της ίδιας ομάδας έδωσαν από καμία έως και τρεις καταφατικές απαντήσεις, ενώ μόνο το 25% έδωσε πάνω από τρεις καταφατικές απαντήσεις.

Ακολουθεί το ραβδόγραμμα της μέσης τιμής της μεταβλητής SOCIAL_IMPACT για όλες τις ομάδες ηλικίας:



Παρατηρείται ότι οι ερωτηθέντες της ομάδας ηλικίας 12-30 αξιολογούν θετικότερη την επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή τους και στις διαπροσωπικές σχέσεις τους (Mean=1.91), ακολουθεί η ομάδα ηλικίας >46 (Mean=1.83) και τελευταία η ομάδα ηλικίας 31-45 (Mean=1.79).

Τέλος, προκειμένου να διερευνηθεί κατά πόσο υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στην επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή και στις διαπροσωπικές σχέσεις μεταξύ των ανεξάρτητων ομάδων ηλικίας, χρησιμοποιήθηκε η μη παραμετρική μέθοδος Kruskal-Wallis, η οποία δεν προϋποθέτει κανονικότητα (normality) στα δεδομένα.

Τα αποτελέσματα από την εφαρμογή της μεθόδου συνοψίζονται στους παρακάτω πίνακες:

Ranks

	ΗΛΙΚΙΑ	N	Mean Rank
SOCIAL_IMPACT	12-30	98	196,60
	31-45	165	188,92
	>46	115	184,29
	Total	378	

Test Statistics^{a,b}

	SOCIAL_IMPACT
Chi-Square	,709
df	2
Asymp. Sig.	,701

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable:
ΗΛΙΚΙΑ

Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα ($\chi^2(2)=0.709$, $p=0.701$), δεν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των τριών ομάδων ηλικίας στην επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική τους ζωή και στις διαπροσωπικές τους σχέσεις.

10.3 Πώς συσχετίζεται η επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή και στις διαπροσωπικές σχέσεις των ερωτηθέντων με το επίπεδο εκπαίδευσης (πρωτοβάθμια ή δευτεροβάθμια εκπαίδευση, ανώτερη εκπαίδευση, μεταπτυχιακό ή διδακτορικό);

Υπολογίστηκε ο πίνακας των Περιγραφικών Στατιστικών μέτρων (Descriptive Statistics) για κάθε ομάδα της ανεξάρτητης μεταβλητής επιπέδου εκπαίδευσης:

Επίπεδο εκπαίδευσης: πρωτοβάθμια ή δευτεροβάθμια εκπαίδευση

		Statistic	Std. Error
SOCIAL_IMPACT	N	123	
	Range	6	
	Minimum	0	
	Maximum	6	
	Mean	1,56	,140
	Std. Deviation	1,553	
	Variance	2,412	
	Skewness	1,032	,218
	Kurtosis	,399	,433
Valid N (listwise)	N	123	

Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα προκύπτει ότι η μέση τιμή της μεταβλητής SOCIAL_IMPACT που προέκυψε από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων της ομάδας πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (N=123) είναι 1.56 (SD=1.55), δηλαδή το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων της ομάδας πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης αξιολογούν τη θετικότητα της επίδρασης των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή τους και στις διαπροσωπικές σχέσεις τους από 0.01 έως 3.11. Στρογγυλοποιώντας τις προηγούμενες τιμές, προκύπτει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων της ομάδας πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης έδωσαν το πολύ τρεις καταφατικές απαντήσεις στα επιμέρους ερωτήματα (19-23 και 25).

Επιπλέον η μεταβλητή SOCIAL_IMPACT έχει θετική λοξότητα (Skewness= 1.032), άρα θετικά λοξή κατανομή συχνοτήτων (λοξή προς τα δεξιά) και θετική κύρτωση (Kurtosis= -0.399), άρα κατανομή λεπτόκυρτη.

Επίπεδο εκπαίδευσης: ανώτερη εκπαίδευση

Descriptive Statistics

		Statistic	Std. Error
SOCIAL_IMPACT	N	173	
	Range	6	
	Minimum	0	
	Maximum	6	
	Mean	1,79	,116
	Std. Deviation	1,530	
	Variance	2,340	
	Skewness	,504	,185
	Kurtosis	-,630	,367
Valid N (listwise)	N	173	

Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα προκύπτει ότι η μέση τιμή της μεταβλητής SOCIAL_IMPACT που προέκυψε από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων της ομάδας πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (N=173) είναι 1.79 (SD=1.53), δηλαδή το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων της ομάδας ανώτερης εκπαίδευσης αξιολογούν τη θετικότητα της επίδρασης των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή τους και στις διαπροσωπικές σχέσεις τους από 0.26 έως 3.32. Στρογγυλοποιώντας τις προηγούμενες τιμές, προκύπτει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων της ομάδας ανώτερης εκπαίδευσης έδωσαν το πολύ τρεις καταφατικές απαντήσεις στα επιμέρους ερωτήματα (19-23 και 25).

Επιπλέον η μεταβλητή SOCIAL_IMPACT έχει θετική λοξότητα (Skewness= 0.504), άρα θετικά λοξή κατανομή συχνοτήτων (λοξή προς τα δεξιά) και αρνητική κύρτωση (Kurtosis= -0.630), άρα κατανομή πλατύκυρτη.

Επίπεδο εκπαίδευσης: master ή phd

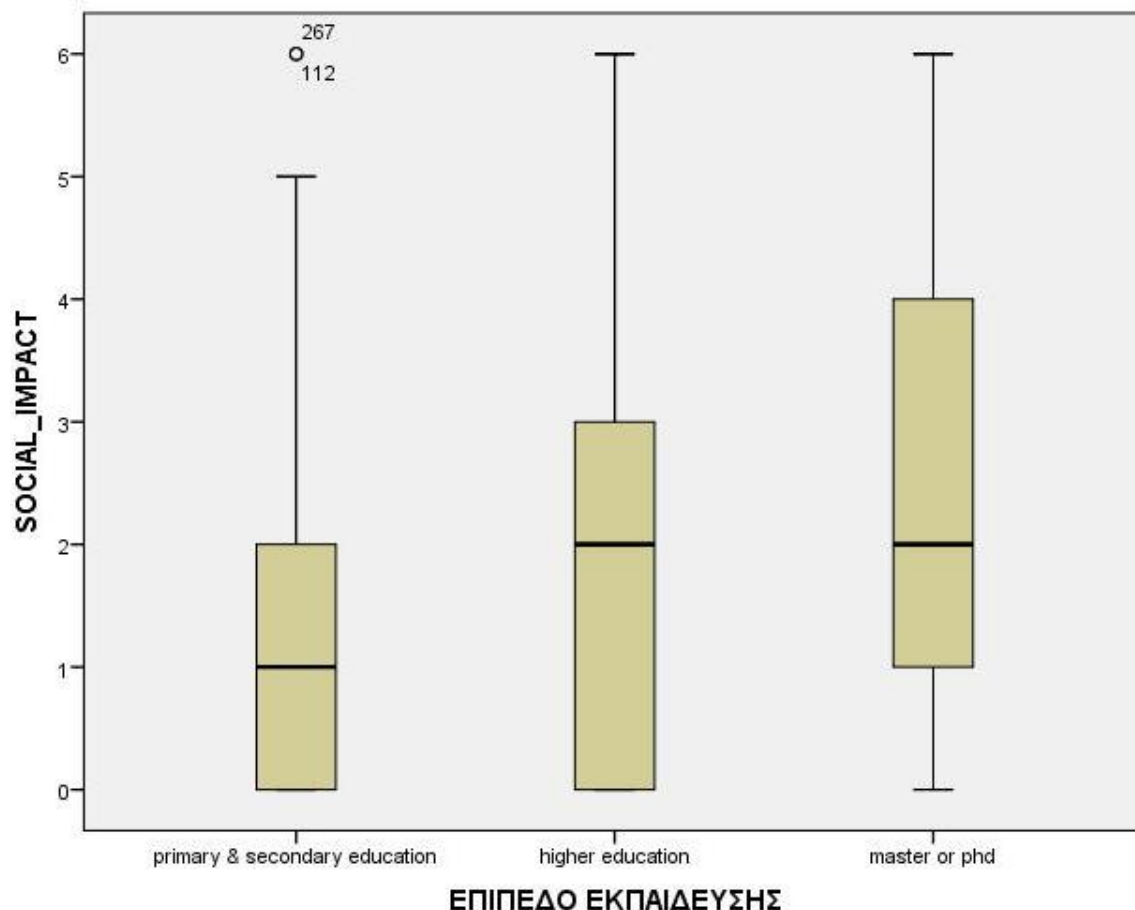
Descriptive Statistics

		Statistic	Std. Error
SOCIAL_IMPACT	N	82	
	Range	6	
	Minimum	0	
	Maximum	6	
	Mean	2,34	,203
	Std. Deviation	1,834	
	Variance	3,363	
	Skewness	,438	,266
	Kurtosis	-,926	,526
Valid N (listwise)	N	82	

Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα προκύπτει ότι η μέση τιμή της μεταβλητής SOCIAL_IMPACT που προέκυψε από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων της ομάδας κατόχων master ή phd (N=82) είναι 2.34 (SD=1.83), δηλαδή το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων που κατέχουν master ή phd αξιολογούν τη θετικότητα της επίδρασης των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή τους και στις διαπροσωπικές σχέσεις τους από 0.51 έως 4.17. Στρογγυλοποιώντας τις προηγούμενες τιμές, προκύπτει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων της ομάδας ανώτερης εκπαίδευσης έδωσαν από μία έως το πολύ τέσσερις καταφατικές απαντήσεις στα επιμέρους ερωτήματα (19-23 και 25).

Επιπλέον η μεταβλητή SOCIAL_IMPACT έχει θετική λοξότητα (Skewness= 0.438), άρα θετικά λοξή κατανομή συχνοτήτων (λοξή προς τα δεξιά) και αρνητική κύρτωση (Kurtosis= -0.926), άρα κατανομή πλατύκυρτη.

Η απεικόνιση της διασποράς των τιμών της μεταβλητής SOCIAL_IMPACT και η παρουσίαση των κυριότερων χαρακτηριστικών της κατανομής της έγινε μέσω Θηκογράμματος (Box plot):

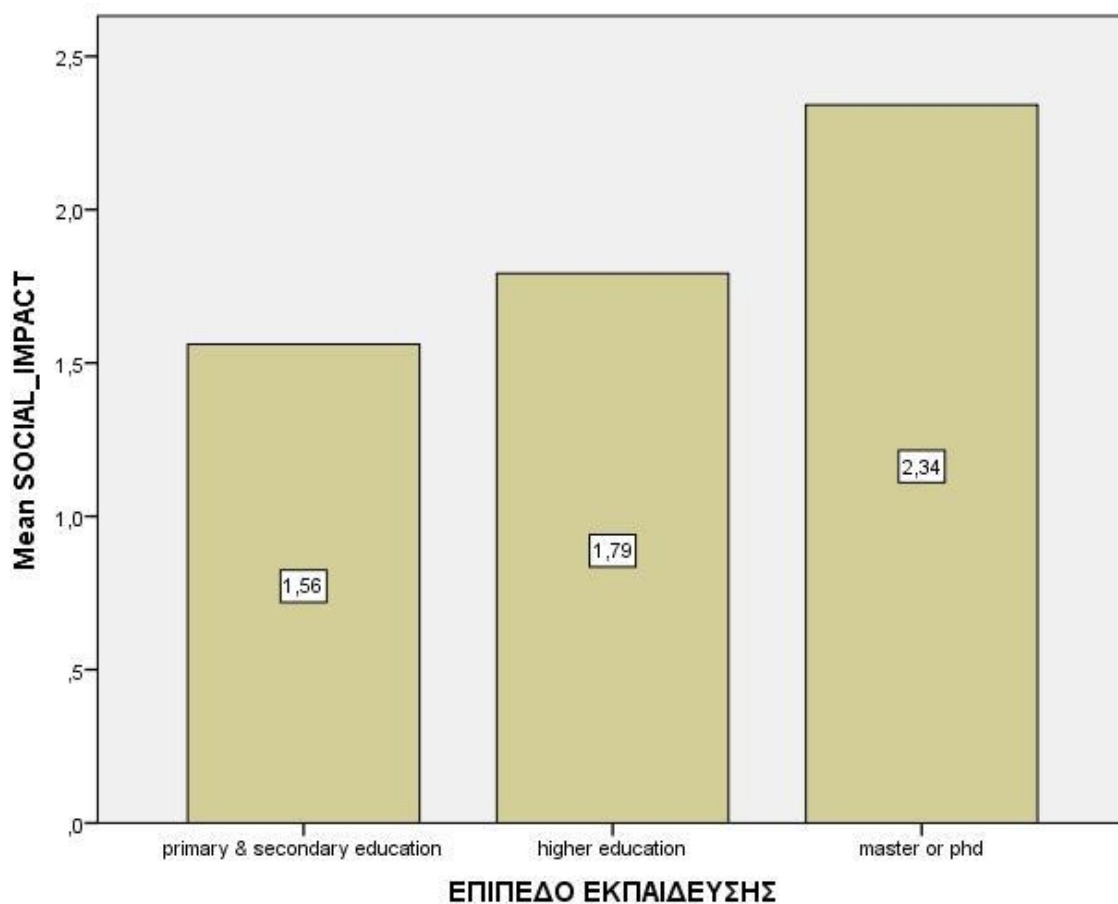


Σύμφωνα με τις πληροφορίες στο παραπάνω διάγραμμα, το 50% των ερωτηθέντων της ομάδας των ερωτηθέντων επιπέδου πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, έδωσαν από καμία έως και μία καταφατική απάντηση στα ερωτήματα που σχετίζονται με την επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή τους και στις διαπροσωπικές σχέσεις τους, το 75% των ερωτηθέντων της ίδιας ομάδας έδωσαν από καμία έως και δύο καταφατικές απαντήσεις, ενώ μόνο το 25% έδωσε πάνω από δύο καταφατικές απαντήσεις.

Στην ομάδα των ερωτηθέντων ανώτερης εκπαίδευσης, το 50% έδωσαν από καμία έως και δύο καταφατικές απαντήσεις, το 75% των ερωτηθέντων της ίδιας ομάδας έδωσαν από καμία έως και τρεις καταφατικές απαντήσεις, ενώ μόνο το 25% έδωσε πάνω από τρεις καταφατικές απαντήσεις.

Στην ομάδα των ερωτηθέντων που είναι κάτοχοι master ή phd, το 50% έδωσαν από καμία έως και δύο καταφατικές απαντήσεις, το 75% των ερωτηθέντων της ίδιας ομάδας έδωσαν από καμία έως και τέσσερις καταφατικές απαντήσεις, ενώ μόνο το 25% έδωσε πάνω από τέσσερις καταφατικές απαντήσεις.

Ακολουθεί το ραβδόγραμμα της μέσης τιμής της μεταβλητής SOCIAL_IMPACT για όλες τις ομάδες επιπέδου εκπαίδευσης:



Παρατηρείται ότι όσο υψηλότερο είναι το επίπεδο εκπαίδευσης, τόσο θετικότερη αξιολογείται η επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή και τις διαπροσωπικές σχέσεις.

Τέλος, προκειμένου να διερευνηθεί κατά πόσο υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στην επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή και στις διαπροσωπικές σχέσεις μεταξύ των ανεξάρτητων ομάδων επιπέδου εκπαίδευσης χρησιμοποιήθηκε η μη παραμετρική μέθοδος Kruskal-Wallis, η οποία δεν προϋποθέτει κανονικότητα (normality) στα δεδομένα.

Τα αποτελέσματα από την εφαρμογή της μεθόδου συνοψίζονται στους παρακάτω πίνακες:

Ranks

	ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ	N	Mean Rank
SOCIAL_IMPACT	primary & secondary education	123	170,70
	higher education	173	189,01
	master or phd	82	218,74
	Total	378	

Test Statistics^{a,b}

	SOCIAL_IMPACT
Chi-Square	9,933
df	2
Asymp. Sig.	,007

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable:
ΕΠΙΠΕΔΟ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα ($\chi^2(2)=9.933$, $p=0.007$), υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των τριών ομάδων επιπέδου εκπαίδευσης αναφορικά με τις αντιλήψεις τους για την επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή τους και στις διαπροσωπικές σχέσεις τους, με τους κατόχους master ή phd να αξιολογούν στατιστικά σημαντικά θετικότερη την κοινωνική επίδραση των ΜΚΔ σε σχέση με τους ερωτηθέντες πρωτοβάθμιας, δευτεροβάθμιας και ανώτερης εκπαίδευσης.

10.4 Πώς συσχετίζεται η επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή και στις διαπροσωπικές σχέσεις των ερωτηθέντων με την ομάδα απασχόλησης (εργαζόμενοι, μη εργαζόμενοι);

Υπολογίστηκε ο πίνακας των Περιγραφικών Στατιστικών μέτρων (Descriptive Statistics) για κάθε ομάδα της ανεξάρτητης μεταβλητής απασχόλησης:

Ομάδα απασχόλησης: εργαζόμενοι

		Statistic	Std. Error
SOCIAL_IMPACT	N	234	
	Range	6	
	Minimum	0	
	Maximum	6	
	Mean	1,90	,107
	Std. Deviation	1,644	
	Variance	2,702	
	Skewness	,622	,159
	Kurtosis	-,526	,317
Valid N (listwise)	N	234	

Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα προκύπτει ότι η μέση τιμή της μεταβλητής SOCIAL_IMPACT που προέκυψε από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων που είναι εργαζόμενοι (N=234) είναι 1.90 (SD=1.64), δηλαδή το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων της ομάδας των εργαζομένων αξιολογούν τη θετικότητα της επίδρασης των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή τους και στις διαπροσωπικές σχέσεις τους από 0.26 έως 3.54. Στρογγυλοποιώντας τις προηγούμενες τιμές, προκύπτει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων της ομάδας των εργαζομένων έδωσαν το πολύ τέσσερις καταφατικές απαντήσεις στα επιμέρους ερωτήματα (19-23 και 25).

Επιπλέον η μεταβλητή SOCIAL_IMPACT έχει θετική λοξότητα (Skewness= 0.622), άρα θετικά λοξή κατανομή συχνοτήτων (λοξή προς τα δεξιά) και αρνητική κύρτωση (Kurtosis= -0.526), άρα κατανομή πλατύκυρτη.

Ομάδα απασχόλησης: μη εργαζόμενοι

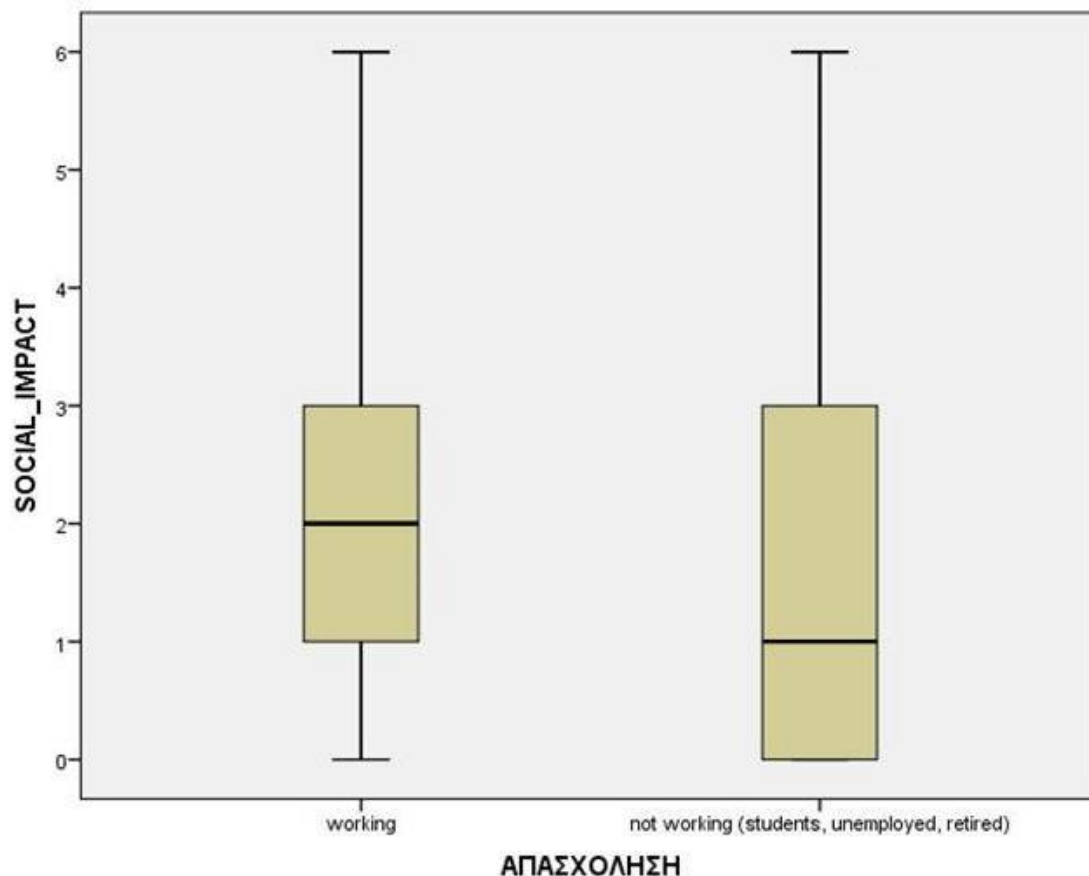
Descriptive Statistics

		Statistic	Std. Error
SOCIAL_IMPACT	N	144	
	Range	6	
	Minimum	0	
	Maximum	6	
	Mean	1,74	,134
	Std. Deviation	1,604	
	Variance	2,573	
	Skewness	,801	,202
	Kurtosis	-,122	,401
Valid N (listwise)	N	144	

Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα προκύπτει ότι η μέση τιμή της μεταβλητής SOCIAL_IMPACT που προέκυψε από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων που είναι εργαζόμενοι (N=144) είναι 1.74 (SD=1.60), δηλαδή το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων της ομάδας των μη εργαζομένων αξιολογούν τη θετικότητα της επίδρασης των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή τους και στις διαπροσωπικές σχέσεις τους από 0.14 έως 3.34. Στρογγυλοποιώντας τις προηγούμενες τιμές, προκύπτει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων της ομάδας των εργαζομένων έδωσαν το πολύ τρεις καταφατικές απαντήσεις στα επιμέρους ερωτήματα (19-23 και 25).

Επιπλέον η μεταβλητή SOCIAL_IMPACT έχει θετική λοξότητα (Skewness= 0.801), άρα θετικά λοξή κατανομή συχνοτήτων (λοξή προς τα δεξιά) και αρνητική κύρτωση (Kurtosis= -0.122), άρα κατανομή πλατύκυρτη.

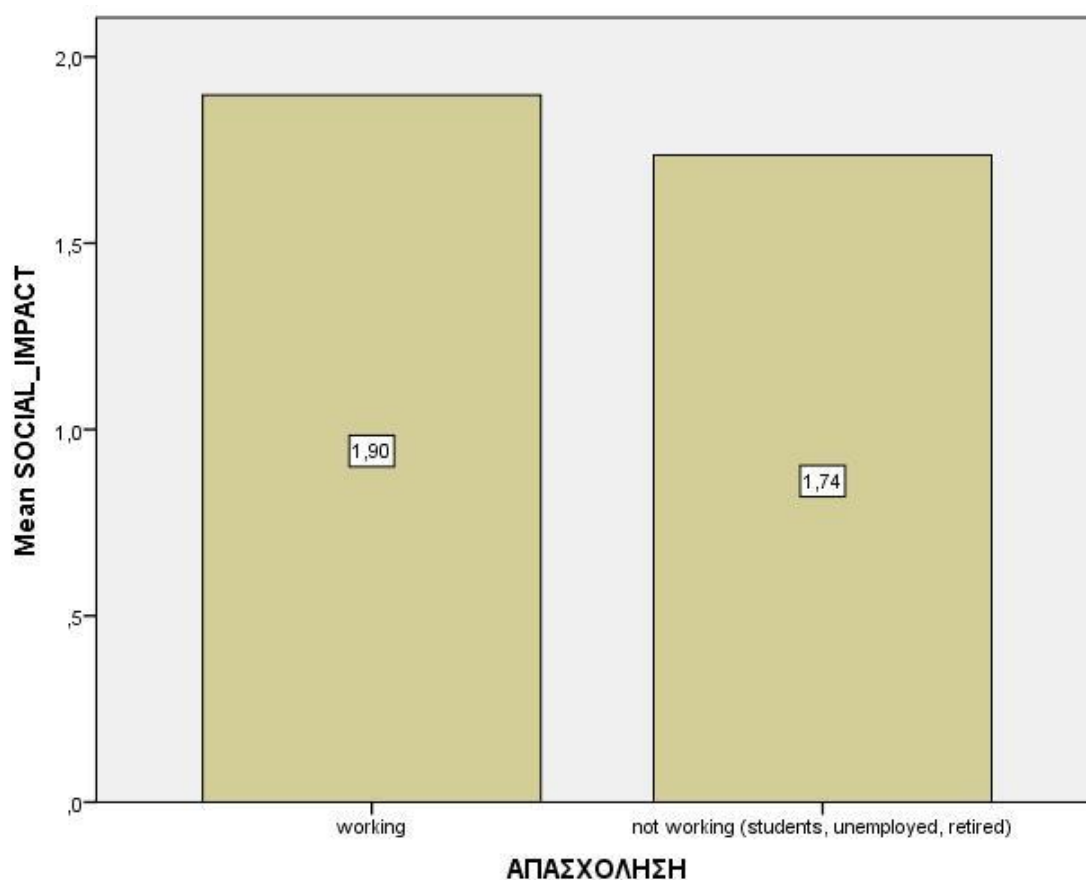
Η απεικόνιση της διασποράς των τιμών της μεταβλητής SOCIAL_IMPACT και η παρουσίαση των κυριότερων χαρακτηριστικών της κατανομής της έγινε μέσω Θηκογράμματος (Box plot):



Σύμφωνα με τις πληροφορίες στο παραπάνω διάγραμμα το 50% των ερωτηθέντων της ομάδας των εργαζομένων έδωσε από καμία έως και δύο καταφατικές απαντήσεις στα ερωτήματα που σχετίζονται με την επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή τους και στις διαπροσωπικές σχέσεις τους, το 75% των ερωτηθέντων της ίδιας ομάδας έδωσαν από καμία έως και τρεις καταφατικές απαντήσεις, ενώ μόνο το 25% έδωσε πάνω από τρεις καταφατικές απαντήσεις.

Στην ομάδα των μη εργαζομένων, το 50% έδωσε από καμία έως και μία καταφατική απάντηση, το 75% των ερωτηθέντων της ίδιας ομάδας έδωσαν από καμία έως και τρεις καταφατικές απαντήσεις, ενώ μόνο το 25% έδωσε πάνω από τρεις καταφατικές απαντήσεις.

Ακολουθεί το ραβδόγραμμα της μέσης τιμής της μεταβλητής SOCIAL_IMPACT για όλες τις ομάδες απασχόλησης:



Παρατηρείται ότι η ομάδα των εργαζομένων αξιολογεί θετικότερη την επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή τους και στις διαπροσωπικές σχέσεις τους (Mean=1.90) σε σχέση με την ομάδα των μη εργαζομένων (Mean=1.74).

Τέλος, προκειμένου να διερευνηθεί κατά πόσο υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στην επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή και στις διαπροσωπικές σχέσεις μεταξύ των ανεξάρτητων ομάδων απασχόλησης χρησιμοποιήθηκε η μη παραμετρική μέθοδος Kruskal-Wallis, η οποία δεν προϋποθέτει κανονικότητα (normality) στα δεδομένα.

Τα αποτελέσματα από την εφαρμογή της μεθόδου συνοψίζονται στους παρακάτω πίνακες:

Ranks

ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ		N	Mean Rank
SOCIAL_IMPACT	working	234	193,58
	not working (students, unemployed, retired)	144	182,86
	Total	378	

Test Statistics^{a,b}

	SOCIAL_IMPACT
Chi-Square	,895
df	1
Asymp. Sig.	,344

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable:
ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα ($\chi^2(2)=0.895$, $p=0.344$), δεν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των ομάδων απασχόλησης στην επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική τους ζωή και στις διαπροσωπικές τους σχέσεις.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

*Η επιτυχία δεν είναι οριστική,
η αποτυχία δεν είναι μοιραία.
Αυτό που μετράει είναι το κουράγιο να συνεχίζεις.*
Winston Churchill (1951)

11ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Τα ΜΚΔ αποτελούν σήμερα αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας εκατομμυρίων ανθρώπων σε ολόκληρο τον κόσμο. Όπως ακριβώς για πολλές δεκαετίες τα παραδοσιακά μέσα μαζικής επικοινωνίας επηρέασαν σημαντικά τον τρόπο επικοινωνίας, ενημέρωσης και ψυχαγωγίας. Τα τελευταία χρόνια το Διαδίκτυο και τα ΜΚΔ ειδικότερα, φαίνεται να είναι εκείνα που κατά κύριο λόγο καθορίζουν τους τρόπους επικοινωνίας, προσφέρουν νέα πλαίσια ενημέρωσης και μπορεί να επηρεάσουν σχεδόν όλες τις πτυχές της προσωπικής και κοινωνικής ζωής των χρηστών.

Ειδικότερα, η ενημέρωση και η επικοινωνία μεταξύ ατόμων και ομάδων, σε κοινωνικό και πολιτικό επίπεδο, έχει αλλάξει πεδίο από τα συμβατικά μέσα ενημέρωσης στα νέα μέσα, με αποτέλεσμα να αλλάξουν και οι τρόποι με τους οποίους τα άτομα δέχονται και διακινούν πληροφορίες και αλληλεπιδρούν μεταξύ τους (Paracharissi 2009 : 230-245). Σε αυτά τα νέα πλαίσια αλληλεπίδρασης, όπως αποδείχθηκε και από την έρευνά μας, οι χρήστες δημιουργούν διαδικτυακές κοινότητες και ομάδες, όπου έρχονται σε επιγραμμική επικοινωνία. Κυρίως οι χρήστες που μοιράζονται κάποιο κοινό χαρακτηριστικό, με τα οποία επιλέγουν να επικοινωνήσουν, αλλά και οι χρήστες που ανήκουν σε άλλες κατηγορίες ή ομάδες με αντίθετα ή ακόμα διαφορετικά χαρακτηριστικά, προτιμούν την επιγραμμική επικοινωνία.

Από τα πρώτα χρόνια της εμφάνισης και της ευρύτερης εξάπλωσης του Διαδικτύου, υπάρχει μια διαρκής διαμάχη μεταξύ των ερευνητών, αναφορικά με τα θετικά και τα αρνητικά στοιχεία του νέου μέσου. Αυτή η διαμάχη έχει ενταθεί ακόμη περισσότερο με την εμφάνιση των ΜΚΔ στις μέρες μας. Ένα κεντρικό θέμα στη διαμάχη αυτή αφορά στο εάν η συνοχή και η αίσθηση ταυτότητας που προσέφεραν οι κοινότητες στο παρελθόν στη χωρική της βάση, υπάρχει και στην εποχή του Διαδικτύου, με τη μορφή εικονικών κοινοτήτων (virtual communities) που σχηματίζονται πλέον στη βάση κοινών ενδιαφερόντων.

Έτσι, υπάρχουν επιστήμονες που στέκονται αρνητικά απέναντι στα ΜΚΔ, υποστηρίζοντας ότι βαδίζουμε σε μια εποχή όπου οι άνθρωποι

απομονώνονται σε κοινωνικό και φυσικό επίπεδο, αφιερώνοντας το χρόνο που, παλιότερα, αφιέρωναν στις πρόσωπο με πρόσωπο σχέσεις, σε μοναχικές περιηγήσεις μέσω του υπολογιστή τους και μια επίφαση κοινωνικότητας μέσω αυτού. Από την άλλη πλευρά υπάρχουν επιστήμονες που βλέπουν πιο αισιόδοξα τις εξελίξεις ως συμπληρωματικές της παραδοσιακής κοινότητας και των σχέσεων που μεταβάλλονται μεν, εξελίσσουν την κοινωνικότητα δε.

Ένα γενικό συμπέρασμα που προέκυψε από τα ευρήματα της έρευνας που πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο της παρούσας διατριβής, είναι ότι τα ΜΚΔ συνεισφέρουν στην κοινωνικοποίηση των χρηστών και δεν τους απομονώνουν από το κοινωνικό τους περιβάλλον. Τα ΜΚΔ δηλαδή δρουν συμπληρωματικά και πολλές φορές ενισχυτικά στην εξωστρέφεια και στην επικοινωνία που έχουν οι χρήστες μεταξύ τους. Ειδικότερα, με τη χρήση των ΜΚΔ, αντί να έχουμε προσωπικούς δεσμούς με ένα μικρό αριθμό ανθρώπων, έχουμε πιο χαλαρούς δεσμούς με εκατοντάδες ή χιλιάδες ανθρώπους. Οι άνθρωποι έχουν εθιστεί στις νέες αυτές τεχνολογίες και πιστεύουν πως η αποκοπή τους από αυτές, ουσιαστικά οδηγεί στην δυνητική ανυπαρξία τους.

Επειδή οι μελέτες που στηρίζουν διαφορετικές θέσεις έγιναν σε διαφορετικούς χρόνους, σε διαφορετικά πλαίσια και σε διαφορετικά στάδια διάδοσης των ΜΚΔ, είναι δύσκολο να καταλήξουμε σε οριστικά συμπεράσματα για τις επιπτώσεις τις οποίες έχουν τα ΜΚΔ στην κοινωνικότητα των χρηστών του. Ωστόσο, υπάρχουν ενδείξεις ότι υπό ορισμένες συνθήκες η χρήση των ΜΚΔ μπορεί να λειτουργεί ως υποκατάστατο άλλων κοινωνικών δραστηριοτήτων. Όμως, το πραγματικό ζήτημα μπορεί να είναι εάν τίθεται το πραγματικό ερώτημα, δηλαδή, η μελέτη της κοινωνικότητας μέσω των ΜΚΔ και εκτός των ΜΚΔ πρέπει να τοποθετηθεί εντός του πλαισίου μετασχηματισμού των προτύπων κοινωνικότητας στη κοινωνία μας. Αυτό δεν σημαίνει ότι υποτιμούμε τη σημασία του τεχνολογικού μέσου, αλλά ενσωματώνουμε τις συγκεκριμένες επιπτώσεις του στη συνολική εξέλιξη των προτύπων κοινωνικής αλληλεπίδρασης, καθώς και στη σχέση τους με τα υλικά στηρίγματα αυτής της αλληλενέργειας: χώρο, οργανώσεις και τεχνολογίες επικοινωνίας.

Το πιο ισχυρό πλεονέκτημα των ΜΚΔ είναι η δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας που μας προσφέρουν. Επικοινωνία η οποία ξεπερνά πλήρως του τοπικούς περιορισμούς και φέρνει σ' επαφή ανθρώπους απ' όλα τα μέρη του κόσμου. Σε αντίθεση, μάλιστα, με τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας, οι χρήστες έχουν την ευκαιρία να επικοινωνήσουν με άτομα που δεν γνωρίζουν προσωπικά, αλλά με τα οποία έχουν κοινά ενδιαφέροντα και παρόμοιες ανησυχίες. Η δυνατότητα αυτής της επικοινωνίας, που δεν απαιτεί κατ' ανάγκη δια ζώσης γνωριμία, διευρύνει κατά πολύ τον κύκλο γνωστών κάθε ατόμου και του επιτρέπει να εντοπίσει ανθρώπους με τους οποίους έχει πολλά κοινά στοιχεία και ενδιαφέροντα.

Τα ΜΚΔ μπορούν να αξιοποιηθούν και σε ό,τι αφορά την επαγγελματική δραστηριότητα του ατόμου, αφού του επιτρέπουν να διαμορφώσει μία ή περισσότερες σελίδες όπου θα προωθεί την επαγγελματική του ιδιότητα, αλλά και θα επικοινωνεί με πιθανούς πελάτες ή συνεργάτες. Αντιστοίχως, βέβαια, μπορεί να επιτευχθεί και η προώθηση μιας επιχείρησης, ενός καταστήματος ή ενός συλλόγου, εφόσον καθίσταται εύκολη τόσο η παροχή πληροφοριών όσο και η άμεση επικοινωνία με τους ενδιαφερόμενους.

Τα ΜΚΔ έχουν αναδειχθεί τα τελευταία χρόνια στον πιο σημαντικό φορέα ενημέρωσης. Αφενός διότι επιτρέπουν την αναμετάδοση ειδήσεων από επίσημες ειδησεογραφικές ιστοσελίδες κι αφετέρου επειδή επιτρέπουν στους ίδιους τους χρήστες να καταγράφουν και να μεταδίδουν πληροφορίες για γεγονότα που συμβαίνουν στην πόλη ή την περιοχή τους. Αν ληφθεί, μάλιστα, υπόψη πως πολύ συχνά η ενημέρωση είναι ελεγχόμενη και σε ορισμένες περιπτώσεις εντελώς καθοδηγούμενη, τότε η συμβολή των ΜΚΔ είναι καθοριστική για τη διαμόρφωση μιας πραγματικής εικόνας για διάφορες καταστάσεις και γεγονότα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν τα κράτη που περιορίζουν τις ανθρώπινες ελευθερίες κι έχουν υπό τον έλεγχό τους τα επίσημα μέσα ενημέρωσης.

Τα ΜΚΔ επιτρέπουν την ανταλλαγή ιδεών και απόψεων ανάμεσα σε χρήστες απ' όλες τις χώρες, λειτουργώντας έτσι ως μέσα διάδοσης και προώθησης της σκέψης και του πνευματικού πολιτισμού σε παγκόσμιο

επίπεδο. Πλέον οι ιδέες και οι προβληματισμοί ενός μεμονωμένου ατόμου μπορούν να γίνουν κοινό κτήμα μέσα σε λίγες στιγμές, επιταχύνοντας τις αντίστοιχες ζυμώσεις που θα γίνονταν με πολύ πιο αργούς ρυθμούς, αν η διάδοση των ιδεών του επρόκειτο να πραγματοποιηθεί με παραδοσιακά μέσα, όπως είναι η έκδοση ενός βιβλίου ή η δημοσίευση ενός δοκιμίου.

Οι χρήστες έχουν πλέον τη δυνατότητα να παρακολουθούν, να σχολιάζουν και να αξιολογούν πολύ πιο αποτελεσματικά τη δράση της εκάστοτε κυβέρνησης, γεγονός που προσφέρει στη δημοκρατία των ημερών μας μια πιο ουσιαστική διάσταση. Ενδεικτική, ως προς αυτό, είναι η δυνατότητα των χρηστών να οργανώσουν και να συντονίσουν δράσεις πανελλήνιας εμβέλειας προκειμένου να διαμαρτυρηθούν ή να εναντιωθούν σε μια απόφαση της κυβέρνησης που ζημιώνει το κοινωνικό σύνολο.

Τα ΜΚΔ παρέχουν, επίσης, πολλαπλές δυνατότητες ψυχαγωγίας, εφόσον πλέον είναι εφικτό το μοίρασμα διάφορων εφαρμογών, που ενδέχεται να αποτελούν και προσωπικό δημιούργημα κάποιου χρήστη, μουσικής, βίντεο, κειμένων, διαδικτυακών παιχνιδιών κ.ά., που επιτρέπουν τη χωρίς οικονομική επιβάρυνση διασκέδαση και ψυχαγωγία των χρηστών.

Επιπλέον, τα ΜΚΔ επιτρέπουν στους χρήστες να ενισχύουν τις μεταξύ τους σχέσεις, καθώς τους δίνεται η ευκαιρία να συζητούν για τα συναισθήματα και τις εμπειρίες τους, απαλλαγμένοι από τις φοβίες και το δισταγμό που δημιουργεί ενδεχομένως η φυσική επικοινωνία. Η εκμυστήρευση που προκύπτει οδηγεί συχνά στην εμβάθυνση των σχέσεων και την Τα ΜΚΔ, παρά τις ποικίλες δυνατότητες που προσφέρουν και παρά τις σαφείς επιδράσεις που έχουν επιφέρει στον τομέα της επικοινωνίας, όπως αναλύσαμε σε προηγούμενη ενότητα, ενέχουν και κάποιες αξιοσημείωτες αρνητικές πτυχές. Συχνά οι χρήστες των ΜΚΔ, αντί να τα χρησιμοποιούν επικουρικά στις διαπροσωπικές τους σχέσεις, φτάνουν στο σημείο να τις υποκαθιστούν με τη διαδικτυακή επικοινωνία. Περιορίζουν δηλαδή δραστικά την άμεση επαφή, συνομιλία και συναναστροφή, και προτιμούν την εικονική επικοινωνία, που επιτυγχάνεται με τα ΜΚΔ. Η επιλογή αυτή όμως εντείνει το αίσθημα μοναξιάς, καθώς η διαδικτυακή επικοινωνία δεν προσφέρει την αμεσότητα και τα ψυχολογικά οφέλη της πρόσωπο με πρόσωπο συνομιλίας.

Ελλείπουν από αυτή όλα εκείνα τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν την ανθρώπινη επαφή, όπως οι χειρονομίες, τα βλέμματα, οι κινήσεις του σώματος, το άγγιγμα κ.λπ.

Παράλληλα οι φιλίες και οι γνωριμίες των ΜΚΔ δεν βασίζονται πάντοτε στην ειλικρίνεια και στην πραγματική προσωπικότητα των ατόμων, αφού οι χρήστες έχουν την τάση να παρουσιάζουν στα προφίλ τους μια διαφορετική και κυρίως ωραιοποιημένη εικόνα του εαυτού και της ζωής τους. Δημιουργούνται έτσι σχέσεις επικοινωνίας οι οποίες στηρίζονται σε μια παραποιημένη εντύπωση για το χαρακτήρα και για την αληθινή φύση των χρηστών.

Η επιλογή των χρηστών να δίνουν μεγαλύτερη σημασία στο διαδικτυακό τους προφίλ και στην εικόνα που παρουσιάζουν στα ΜΚΔ, οδηγεί στην παραμέληση τόσο των πραγματικών σχέσεων που ήδη έχουν, όσο και τη μέριμνα για τη δημιουργία νέων γνωριμιών στην πραγματική τους ζωή. Αυτό με τη σειρά του έχει ως αποτέλεσμα να εντείνεται η μοναξιά του ατόμου, το οποίο καταλήγει να κλείνεται όλο και περισσότερο στον εικονικό κόσμο του διαδικτύου.

Ο χρήστης περιορίζεται στις διαδικτυακές του «φιλίες» και διατηρεί μια ψευδαίσθηση κοινωνικότητας, η οποία όμως δεν ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα αφού οι φίλοι αυτοί υπάρχουν και κινούνται σ' έναν εικονικό κόσμο, ενώ μάλιστα, πολλοί από αυτούς δεν τους γνωρίζει πραγματικά, καθώς δεν τους έχει συναντήσει ποτέ. Η αληθινή φιλία που μπορεί να δημιουργηθεί μέσα από τις κοινές εμπειρίες και τα κοινά βιώματα, υποκαθίσταται από μια εικονική φιλία, η οποία βασίζεται σ' ένα σαθρό υπόβαθρο απλής ανταλλαγής αρχείων ψηφιακού υλικού.

Στις αρνητικές πτυχές των ΜΚΔ συγκαταλέγεται και το γεγονός ότι ο χρήστης βρίσκεται συχνά εκτεθειμένος σε φαινόμενα παρενόχλησης και εκφοβισμού από κακόβουλα άτομα. Η ανωνυμία ή η πλαστοπροσωπία που είναι εφικτές στα μέσα αυτά, επιτρέπουν σε κακοπροαίρετα άτομα κάθε πιθανή κακομεταχείριση άλλων χρηστών, όπως είναι η εξύβριση, η εξαπάτηση ή ακόμη και ο εκβιασμός.

Το γεγονός, άλλωστε, ότι το ανέβασμα αρχείων είναι τόσο εύκολο παρασύρει πολλά νέα κυρίως άτομα στο να μοιράζονται με αγνώστους επί της ουσίας, ακόμη και πολύ προσωπικά τους δεδομένα, όπως φωτογραφίες, βίντεο κ.ά., τα οποία μπορούν να τύχουν επικίνδυνης χρήσης και εκμετάλλευσης από κακόβουλα άτομα. Επιπλέον είναι πιθανή η υποκλοπή ευαίσθητων προσωπικών δεδομένων, που μπορούν να επιτρέψουν την οικονομική ή άλλη εκμετάλλευση του χρήστη.

Τέλος πρέπει να σημειωθεί, πως στο πλαίσιο της επικοινωνίας με άτομα, όχι πάντα αγαθής προαίρεσης, είναι πιθανή η έκθεση των νέων ατόμων σε υλικό επιζήμιο για την ηλικία τους, όπως πορνογραφικό, προπαγανδιστικό, δογματικό, ρατσιστικό ή εθνικιστικό. Όπως επίσης είναι πιθανή και η έκθεση των χρηστών σε κακόβουλο λογισμικό, το οποίο είτε ενδεχομένως καταστρέφει τον υπολογιστή είτε χρησιμοποιείται για την υποκλοπή στοιχείων και δεδομένων, για παράνομη χρήση ή εκβιασμό.

Ένα άλλο σημαντικό σημείο της παρούσας διατριβής, αφορούσε τη διερεύνηση του ρόλου της προσωπικότητας του χρήστη στα ΜΚΔ. Χρησιμοποιήσαμε για την ανάλυση αυτή το μοντέλο των Πέντε Παραγόντων των McCrae και Costa (παράγραφος 5.4). Σύμφωνα με το μοντέλο αυτό υπάρχουν πέντε παράγοντες που περιγράφουν τις σκέψεις, τα συναισθήματα και τις δραστηριότητες των ατόμων και είναι ο νευρωτισμός, η εξωστρέφεια, η δεκτικότητα στην εμπειρία, η προσήνεια και η ευσυνειδησία. Όπως προέκυψε από τα ευρήματα της έρευνας που πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο της παρούσας διατριβής, η εξωστρέφεια έχει περισσότερο σχέση με τον αριθμό των διαδικτυακών φίλων, παρά με τον αριθμό ομάδων που συμμετέχει κάποιος στα ΜΚΔ. Επίσης, η προσήνεια και η ευσυνειδησία επιδρούν σημαντικά στη χρήση των ΜΚΔ και στον αριθμό των φίλων ή των ακολούθων.

Επιπλέον, οι νευρωτικοί χρήστες παρουσιάζουν έντονη ανάγκη αυτοαποκάλυψης των συναισθημάτων τους, με το να αναρτούν και να αναλύουν θέματα της προσωπικής τους ζωής στα ΜΚΔ. Από την άλλη πλευρά, οι πιο εξωστρεφείς χρήστες επιλέγουν να ενημερώνουν πιο συχνά την κατάσταση τους, αναφερόμενοι στις κοινωνικές τους δραστηριότητες. Η προσήνεια συνδέεται θετικά με την ανάρτηση πληροφοριών στα ΜΚΔ για

λόγους επικοινωνίας και αρνητικά για λόγους αναζήτησης προσοχής ή για λόγους συκοφαντίας άλλων.

Επίσης, προκύπτει ότι ο υψηλός δείκτης νευρωτισμού συνδέεται με συχνή χρήση των ΜΚΔ, η εξωστρέφεια με μεγάλο αριθμό φίλων, η δεκτικότητα σε εμπειρίες με την ενασχόληση με τα ΜΚΔ από την αρχή της δημιουργίας τους και με πολλούς φίλους σε αυτά, ενώ η ευσυνειδησία με τη φειδωλή χρήση του.

Τέλος, υπάρχει ισχυρή θετική συσχέτιση του εθισμού χρήσης των ΜΚΔ με την εξωστρέφεια και αρνητική συσχέτιση με την ευσυνειδησία. Η συχνότητα της χρήσης των ΜΚΔ σχετίζεται σημαντικά με υψηλά επίπεδα νευρωτισμού, εξωστρέφειας και δεκτικότητας σε εμπειρίες. Τα πιο εξωστρεφή άτομα, χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ για την ενίσχυση της ήδη αυξημένης κοινωνικότητας τους, ενώ αντίθετα τα πιο εσωστρεφή, χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ κυρίως για κοινωνική αποζημίωση.

Ένα άλλο σημαντικό σημείο της παρούσας διατριβής, αφορούσε την επίδραση των ΜΚΔ στη κοινωνική ταυτότητα των χρηστών. Σύμφωνα με τη θεωρία της κοινωνικής ταυτότητας (Reicher 1984), το προφίλ της ταυτότητάς μας, διαμορφώνεται από δυο βασικά χαρακτηριστικά: α) τη κοινωνική ταυτότητα και β) τη προσωπική ταυτότητα. Η κοινωνική ταυτότητα αποκαλύπτεται από την κοινωνική ομάδα στην οποία ανήκουμε. Η κλασική έννοια της ταυτότητας ορίζεται μέσω βιομετρικών ή δημογραφικών γνωρισμάτων, όπως είναι το όνομα, η ημερομηνία γέννησης, ο τόπος κατοικίας, η υπογραφή, το χρώμα των ματιών και τα δακτυλικά αποτυπώματα. Η ταυτότητα στο Διαδίκτυο, έχει πιο δυναμικό χαρακτήρα και προκύπτει μέσα από συγκεκριμένες διαδικασίες. Κατ' αρχάς προκύπτει από τα ψηφιακά ίχνη που αφήνουμε όταν είμαστε συνδεδεμένοι σε αυτό. Ψηφιακά δεδομένα, όπως με ποιους επικοινωνήσαμε, σε ποια ιστοτόπους περιηγηθήκαμε ή ακόμη τι αγοράσαμε. Προκύπτει όμως και από την εικόνα που προβάλλουμε για τον εαυτό μας στα ΜΚΔ.

Είναι προφανές ότι στα ΜΚΔ έχουμε την δυνατότητα να δημοσιοποιήσουμε και να επικοινωνήσουμε μια εικόνα του εαυτού μας, λιγότερο ή περισσότερο ρεαλιστική. Χαρακτηριστική είναι η άποψη της

ερευνήτριας Κ. Α. Donnachie (2015), στην εργασία της με τίτλο: «Selfies, #εγώ: Στιγμιότυπα αυθεντικότητας», όπου ισχυρίζεται ότι ειδικά για τους νέους, οι selfies αποτελούν φυσική διαδικασία εξέλιξης και δημιουργίας της ταυτότητάς τους, προσθέτοντας επίσης, ότι είναι το ιδανικό μέσο να πειραματιστεί κανείς με τον εαυτό του, δηλαδή με το Εγώ του. Η απάντηση στο ερώτημα, λειτουργούμε ή όχι εν τέλει υπό την πίεση να προβάσουμε μια συγκεκριμένη εικόνα του εαυτού μας, είναι ότι όποιος ασχολείται πραγματικά με τις ευκαιρίες και τους κινδύνους της ψηφιακής εποχής, είναι σε θέση να υιοθετήσει μια υγιή και λογική στάση, στο πώς θα διαχειριστεί την ταυτότητά του. Όπως αναφέρει ο κοινωνιολόγος S. Humer (2008 : 34-36), στο βιβλίο του *Digitale Identitäten*: «Η άποψη ότι η ψηφιακή εποχή, μάς έχει καταδυναστεύσει και έχει περιορίσει τα περιθώρια ελευθερίας μας είναι συχνά μια φτηνή δικαιολογία». Κατά τον Humer, διαχείριση ταυτότητας σημαίνει προπαντός το να αντεπεξέλθει κανείς στους νέους ρόλους με τους οποίους έρχεται αντιμέτωπος στο Διαδίκτυο. «Η ψηφιακή ταυτότητα έχει γίνει από καιρό μέρος της ταυτότητάς μας. Δεν είναι πλέον κάτι από το οποίο μπορούμε ή οφείλουμε να προστατευτούμε. Πρέπει όμως να μάθουμε να τη χειριζόμαστε, όπως ακριβώς χρειάστηκε να αφομοιώσουμε αναλογικούς τρόπους συμπεριφοράς». Όσο περίπλοκο κι αν φαντάζει αυτό, δεν έχουμε άλλη επιλογή, παρά να το αντιμετωπίσουμε. Άλλωστε, η ψηφιοποίηση της ταυτότητάς μας, είναι από μόνη της μια επανάσταση.

Ένα θέμα που προκύπτει με την ύπαρξη πολλών ψηφιακών ταυτοτήτων και κατ' επέκταση με την συνεχόμενη εναλλαγή τους, είναι το γεγονός ότι μας οδηγεί πολλές φορές στο να αντιλαμβανόμαστε και την εκτός Διαδικτύου ταυτότητά μας ως μία επιπλέον εκδοχή των διαφόρων προφίλ του Εγώ μας. Ουσιαστικά στα προφίλ των ΜΚΔ, λειτουργούμε ακριβώς με αυτόν τον τρόπο εναλλαγής καταστάσεων. Ανεξαρτήτως όμως αν θεωρούμε την ψηφιακή ταυτότητα ως μια ψυχαναγκαστική έκθεσή μας ή απλώς ως μια δημιουργική δυνατότητα εναλλαγής, το ερώτημα παραμένει: Πόσο εφικτό είναι τελικά να διαμορφώσουμε ελεύθερα την ταυτότητα του Εγώ μας στα ΜΚΔ; Η απάντηση δίδεται από την κοινωνιολόγος Mönkeberg, η οποία ισχυρίζεται ότι: *«Ο τρόπος με τον οποίο συστήνουμε και παρουσιάζουμε το Εγώ μας στα ΜΚΔ, μπορεί να εξακολουθεί να είναι αποκλειστικά δική μας υπόθεση.»*

Ωστόσο, όσον αφορά την ταυτότητά μας ως δρώντων ατόμων, όσον αφορά τον τρόπο δηλαδή που αλληλεπιδρούμε ως Εγώ με το περιβάλλον μας, έχουμε ολοένα μικρότερα περιθώρια κινήσεων. Κι αυτό γιατί καταγράφονται όλο και περισσότερες από αυτές μας τις κινήσεις».

Καθημερινά, δισεκατομμύρια χρήστες από όλο τον κόσμο επισκέπτονται κάποια πλατφόρμα ΜΚΔ. Επίσης, χιλιάδες χρήστες εγγράφονται στα ΜΚΔ δημιουργώντας κάποιο ψηφιακό προφίλ, έστω και με μικρή διάρκεια ζωής. Η παγκόσμια επιστημονική κοινότητα, καταβάλλει πολλές προσπάθειες για να κατηγοριοποιήσει τους χρήστες και να τους ταξινομήσει με βάση τη χρήση, τις δραστηριότητες αλλά και του αντιλαμβανόμενου ρόλου τους. Από τα αποτελέσματα της έρευνας, στα πλαίσια αυτής της διατριβής, προέκυψαν δέκα τύποι χρηστών των ΜΚΔ, τα οποία περιγράφονται ως εξής:

1. Ο δημιουργός (creator): σε αυτή την κατηγορία ανήκει ο χρήστης που συμμετέχει ενεργά στα ΜΚΔ. Δημοσιεύει περιεχόμενο, αναρτά βίντεο και εικόνες, συμμετέχει σε συζητήσεις. Γενικά ένα τέτοιο χρήστη τον διακατέχει μια κριτική άποψη και χωρίς να σημαίνει ότι έχει πάντα δίκιο, είναι ένας χρήστης που έχει άποψη και θέλει να την δημοσιοποιεί.
2. Ο κριτής (critic): αυτή η κατηγορία περιλαμβάνει χρήστες που ανταποκρίνονται και αντιδρούν σε περιεχόμενο που έχουν δημιουργήσει άλλοι χρήστες. Σχολιάζει δημοσιεύσεις άλλων, αξιολογεί και σχολιάζει προϊόντα ή υπηρεσίες. Δημοσιεύει αναλυτικά την άποψή του για καθετί που συμβαίνει καθημερινά, ενώ παράλληλα μπαίνει στον πειρασμό να σχολιάσει σε δημοσιεύσεις άλλων.
3. Ο συλλέκτης (collector): οργανώνει το περιεχόμενο για τον εαυτό του ή τους άλλους με τη χρήση RSS feeds,¹ bookmarking. Πρόκειται για έναν από τους νεώτερους τύπους χρηστών, με βασικότερα χαρακτηριστικά αυτό της νεαρής ηλικίας και υψηλού επιπέδου γνώσης των ΤΠΕ.

¹ Το RSS (Real Simple Syndication) Feed, είναι ένα format που χρησιμοποιείται για την μεταφορά δεδομένων στο διαδίκτυο. Προσφέρει την δυνατότητα στους χρήστες να λαμβάνουν νέες πληροφορίες από διάφορες ιστοσελίδες που τον ενδιαφέρουν, τη στιγμή που δημοσιεύονται, χωρίς να χρειάζεται να τις επισκεφτούν

4. Ο συναρμοστής (joiner): είναι ο τύπος του χρήστη που συνδέεται σε πολλά ΜΚΔ. Έχει προσωπικούς λογαριασμούς σε πλήθος ΜΚΔ, τους οποίους και προσπαθεί να του έχει ενεργούς, είτε δημοσιεύοντας πρωτότυπες αναρτήσεις είτε αναδημοσιεύοντας αναρτήσεις άλλων. Θεωρεί ότι κατά αυτό το τρόπο συναρμώνει τα επιμέρους τμήματα των ΜΚΔ σε ένα ενιαίο και αρμονικό σύνολο.
5. Ο θεατής (spectator): αυτός ο τύπος είναι πιθανώς η πιο κοινή κατηγορία χρήστη. Θεατής είναι το άτομο που διαβάζει τις απόψεις των χρηστών, χωρίς όμως να παρεμβαίνει. Δεν κάνει like, δεν κοινοποιεί, δεν σχολιάζει. Οι περισσότεροι θεωρούν ότι απλά είναι ένα άτομο που δεν είναι ενεργό, δηλαδή ότι είναι κάποιος που χρησιμοποιεί το συγκεκριμένο μέσο σπάνια. Είναι πάντα συνδεδεμένος, «αόρατος» και παθητικός παρακολουθώντας απλώς τα όσα συμβαίνουν στο φανταστικό αυτό μικρόκοσμο, χωρίς να λαμβάνει ενεργό μέρος.
6. Ο ανενεργός χρήστης (Inactivate): στην κατηγορία αυτή ανήκουν οι άνθρωποι που δεν χρησιμοποιούν συχνά τα ΜΚΔ και περιορίζονται στο να κάνουν απλή χρήση του διαδικτύου. Φυσικά όπως γίνεται αντιληπτό ο αριθμός των χρηστών αυτών μειώνεται με το πέρασμα του χρόνου καθώς όλο και περισσότερες ιστοσελίδες πλέον ενσωματώνουν χαρακτηριστικά των νέων μέσων κοινωνικής δικτύωσης.
7. Ο νάρκισσος (Narcissus): κλασικό είδος χρήστη και αρκετά συχνό. Αφορά γυναίκες και άνδρες κάθε ηλικίας, οι οποίοι αποφασίζουν να γεμίσουν την αρχική μας σελίδα με φωτογραφίες τους, για κάθε δραστηριότητά τους. Πολλοί από αυτούς έχουν πλέον «μετακομίσει» στο Instagram, όπου υπάρχει μεγαλύτερη ελευθερία για συνεχές ανέβασμα φωτογραφιών, με αποτέλεσμα αυτό το είδος να μειώνεται σταδιακά στο facebook.
8. Ο δημοφιλής (popular): Τα ΜΚΔ αποτελούν μια μικρή εικονική κοινωνία και αναπόφευκτα ανάμεσα στα διαφορετικά είδη χρηστών, περιλαμβάνεται και ο δημοφιλής. Είναι ένα άτομο αρκετά κοινωνικό και στην πραγματική ζωή, ενώ το προφίλ του κατακλύζεται από δηλώσεις αρέσκειας και σχόλια.

9. Ο τύπος των quotes: Μέσα από το προφίλ του, ο συγκεκριμένος χρήστης παρουσιάζεται «ψαγμένος» και βαθυστόχαστος, ανεβάζοντας διάφορα quotes σε ελληνικά και αγγλικά είτε ως εξώφυλλο με μία «κλισέ» φωτογραφία, είτε ως λεζάντα σε φωτογραφία του είτε ως δημοσίευση στον τοίχο του. Ουσιαστικά πρόκειται για μια κατηγορία χρηστών χωρίς ισχυρή προσωπικότητα και συνήθως δεν είναι κοινωνικά καταξιωμένα άτομα.
10. Ο δημιουργός σχέσεων (relation builder): το Facebook με τον ίδιο τρόπο που οι άνθρωποι κάποτε χρησιμοποιούσαν το ταχυδρομείο και τα σταθερά τηλέφωνα - για να συσφίξουν ήδη υπάρχουσες σχέσεις με φίλους και συγγενείς. Τα ΜΚΔ γι' αυτούς τους χρήστες είναι μια προέκταση της offline ζωής τους. Αυτοί που χτίζουν σχέσεις δε θεωρούν τα ΜΚΔ ως μια «δημόσια εικονική κοινωνία, αλλά μάλλον ένα ιδιωτικό ιστότοπο για τις προσωπικές τους αφηγήσεις. Όσοι χρήστες ανήκουν σ' αυτήν την κατηγορία, τείνουν να ανεβάζουν συχνά φωτογραφίες και βίντεο, ενώ συνήθως σχολιάζουν τις αναρτήσεις των άλλων και ξεκινούν συζητήσεις κάτω απ' αυτά.

Στη συνέχεια της έρευνάς μας, ζητήσαμε από τους ερωτώμενους να μας εξηγήσουν γιατί χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ και τί θέλουν να πετύχουν. Μια θεωρία που εξηγεί το γιατί κάποιος χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ, είναι η θεωρία των Χρήσεων και Ηθικών Ικανοποιήσεων (U&G Theory), όπου σύμφωνα με τον McQuail (1994 : 43), υπάρχουν τέσσερις κινητήριες δυνάμεις: η ενημέρωση, η ψυχαγωγία, η κοινωνική αλληλεπίδραση και η προσωπική ταυτότητα. Στα πλαίσια της έρευνάς μας, εξετάσαμε τους λόγους χρήσης των ΜΚΔ υπό το πρίσμα της πιο πάνω θεωρίας. Όπως αποδεικνύεται, ο σημαντικότερος λόγος χρήσης των ΜΚΔ ήταν για να γνωρίσουν νέους ανθρώπους και ο δεύτερος σημαντικότερος λόγος για να επικοινωνούν με φίλους. Ακολούθησαν με φθίνουσα σειρά άλλοι λόγοι όπως για λόγους κοινωνικοποίησης, για την συγκέντρωση πληροφοριών, για συζήτηση και αντιπαράβολή απόψεων με άλλους ανθρώπους. Τα ευρήματα της έρευνας ταίριαξαν στο μοντέλο της θεωρίας U&G και προκύπτει πως ο πρωταρχικός σκοπός της χρήσης των

ΜΚΔ είναι η κοινωνική αλληλεπίδραση, η επικοινωνία δηλαδή μεταξύ των ανθρώπων.

Αξίζει να σημειωθεί σε αυτό το σημείο ότι το συμπέρασμα δεν ήταν αναμενόμενο. Οι πιο πάνω ερευνητές διατείνονται πως τα ΜΚΔ υποστηρίζουν τις ήδη υπάρχουσες offline κοινωνικές σχέσεις των ανθρώπων και υποστήριξαν ότι τα ΜΚΔ χρησιμοποιούνται περισσότερο για να διατηρήσουν ή να παγιώσουν τις υφιστάμενες σχέσεις παρά για να δημιουργήσουν νέες. Ως εκ τούτου η έρευνα μας, μάς οδήγησε στο συμπέρασμα πως τα ΜΚΔ αποτελούν ένα περιβάλλον όπου ευνοείται η δημιουργία ασθενών δεσμών λόγω της ανέξοδης και πολύπλευρης επικοινωνίας. Στην ίδια κατεύθυνση και οι απαντήσεις για τα κίνητρα που ωθούν την νέα γενιά στην χρήση των ΜΚΔ. Τα αποτελέσματα της έρευνας κατέδειξαν πως ο σημαντικότερος λόγος χρήσης τους, ήταν για να «συναντηθούν» και να επικοινωνήσουν με άτομα που ήδη γνώριζαν καθώς και για να αποκαταστήσουν τις σχέσεις τους με άτομα που είχαν ξεχάσει. Ένα άλλο σημαντικό εύρημα ενάντια στην μέχρι τώρα βιβλιογραφία, ήταν πως πολύ μικρό ποσοστό των χρηστών συμφώνησε πως χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για προσωπική έκφραση ή «διαφήμιση» του εαυτού τους.

Αντιλαμβανόμαστε από τα παραπάνω πως ο κυριότερος λόγος χρήσης των ΜΚΔ είναι η ενίσχυση της επικοινωνίας μεταξύ των ανθρώπων παγκοσμίως, η οποία μέχρι πρότινος αποτελούσε προνόμιο των ατόμων που ανήκαν σε μια συγκεκριμένη κοινωνική κάστα καθώς και ότι τελικά η χρήση τους γεφυρώνει το χάσμα μεταξύ των online και offline δικτύων των ανθρώπων. Η διαπίστωση αυτή επιβεβαιώνεται και με την πανελλήνια έρευνα του εργαστηρίου Ηλεκτρονικού Εμπορίου και Επιχειρείν (ELTRUN) του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, «Στάση, αξιοποίηση και εμπιστοσύνη των Ελλήνων στα Social Media» στις αρχές του 2016. Οι χρήστες στη χώρα μας, χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ για να επικοινωνήσουν με φίλους και συγγενείς κατά 37%, να ψυχαγωγηθούν κατά 32% και να μοιραστούν βίντεο και φωτογραφίες κατά 28%.

Στον αντίποδα υπάρχει και μια μερίδα ανθρώπων που δεν είναι θετικά προσκείμενοι στην ιδέα της χρήσης των ΜΚΔ. Οι λόγοι αφορούν κυρίως

ζητήματα ασφαλείας και προστασίας των προσωπικών δεδομένων. Αξίζει να σημειωθεί πως οι λόγοι χρήσης και οι δραστηριότητες που μπορούν να υιοθετήσουν οι χρήστες μέσα στο περιβάλλον των ΜΚΔ είναι πολυάριθμες και δεν εξαντλούνται στα προαναφερθέντα. Παρουσιάστηκαν ενδεικτικά κάποιες σημαντικές έρευνες που αφορούν το πεδίο, ώστε να μην ξεφύγουμε από το θέμα που πραγματεύεται η παρούσα διατριβή.

Στο ένατο κεφάλαιο αυτής της διατριβής, παρουσιάζονται τα αποτελέσματα από την ανάλυση έξι ερωτημάτων (μεταβλητών), με τη χρήση του στατιστικού πακέτου SPSS. Παρουσιάζονται οι πίνακες συχνοτήτων όλων των απαντήσεων του ερωτηματολογίου αναλυτικά και κατόπιν γίνεται συσχετισμός κάθε ερώτησης με κάποια άλλη, προκειμένου να συμπεράνουμε εάν υπάρχουν ή όχι συσχέτιση των δυο μεταβλητών. Προέκυψαν σημαντικά συμπεράσματα για τα ταυτοτικά χαρακτηριστικά των χρηστών των ΜΚΔ, τα οποία είναι:

Οι ερωτηθέντες δήλωσαν ότι οι τρεις κυριότερες αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ ήταν «να ενημερώνονται», «να κρατούν επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό» και «να επικοινωνούν με άλλους», ενώ δήλωσαν ότι οι τρεις λιγότερο σημαντικές αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ ήταν «να παίζουν παιχνίδια», «να προβάλουν τον εαυτό τους» και «διότι τους πίεσαν οι φίλοι τους να γίνουν μέλη».

Υπολογίστηκαν η μέση τιμή (Mean) και η τυπική απόκλιση (Standard Deviation), όπως προέκυψαν από τη βαθμολογία των δηλώσεων από τους ερωτηθέντες για κάθε ανεξάρτητη ηλικιακή ομάδα. Το δείγμα των ερωτηθέντων περιλαμβάνει τρεις ανεξάρτητες ηλικιακές ομάδες (12-30, 31-45, >46):

ΗΛΙΚΙΑ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	12-30	98	25,9	25,9	25,9
	31-45	165	43,7	43,7	69,6
	>46	115	30,4	30,4	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

Στο σύνολο των 378 ερωτηθέντων, 98 (25.9%) είναι ηλικίας 12-30, 165 (43.7%) ηλικίας 31-45, και 115 (30.4%) είναι μεγαλύτεροι από 46 ετών.

Οι 98 ερωτηθέντες ηλικίας 12-30 , δήλωσαν ότι οι τρεις κυριότερες αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ ήταν «να ενημερώνονται», « να επικοινωνούν με άλλους» και «να κρατούν επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό», ενώ δήλωσαν ότι οι τρεις λιγότερο σημαντικές αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ ήταν «από περιέργεια», « για να προβάλουν τον εαυτό τους» και «διότι τους πίεσαν οι φίλοι τους να γίνουν μέλη».

Οι 165 ερωτηθέντες ηλικίας 31-45 , δήλωσαν ότι οι τρεις κυριότερες αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ ήταν «να ενημερώνονται», «να κρατούν επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό» και « να επικοινωνούν με άλλους» , ενώ δήλωσαν ότι οι τρεις λιγότερο σημαντικές αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ ήταν «γιατί είναι στη μόδα», « για να παίζουν παιχνίδια» και «διότι τους πίεσαν οι φίλοι τους να γίνουν μέλη».

Οι 115 ερωτηθέντες ηλικίας >46 , δήλωσαν ότι οι τρεις κυριότερες αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ ήταν «να ενημερώνονται», «να κρατούν επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό» και « να επικοινωνούν με άλλους» , ενώ δήλωσαν ότι οι τρεις λιγότερο σημαντικές αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ ήταν « για να παίζουν παιχνίδια», «για να προβάλουν τον εαυτό τους» και «διότι τους πίεσαν οι φίλοι τους να γίνουν μέλη».

Στη συνέχεια, πραγματοποιήθηκε έλεγχος κανονικότητας (Normality Test) των μεταβλητών που περιγράφουν τις αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ, για κάθε ανεξάρτητη ηλικιακή ομάδα, με εφαρμογή της μεθόδου Kolmogorov-Smirnov. Ο έλεγχος έδειξε ότι καμία μεταβλητή δεν ακολουθεί κανονική κατανομή.

Προκειμένου να διερευνηθεί αν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στις αιτίες χρήσης των ΜΚΔ μεταξύ των ανεξάρτητων ηλικιακών ομάδων, χρησιμοποιήθηκε η μη παραμετρική μέθοδος Kruskal-Wallis, η οποία δεν προϋποθέτει κανονικότητα (normality) στα δεδομένα.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της ανάλυσης, στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των τριών ηλικιακών ομάδων προέκυψαν στις παρακάτω αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ:

1. «να επικοινωνώ με τους άλλους» : $\chi^2(2)=11.806$, $p=0.003$, με μέση βαθμολογία 218.52 για την ηλικιακή ομάδα 12-30, 186.61 για την ομάδα 31-45, και 168.92 για την ομάδα ηλικίας άνω των 46 ετών.
2. «να ενημερώνομαι»: $\chi^2(2)=9.420$, $p=0.009$, με μέση βαθμολογία 215.88 για την ηλικιακή ομάδα 12-30, 185.15 για την ομάδα 31-45, και 173.27 για την ομάδα ηλικίας άνω των 46 ετών.
3. «να μοιράζομαι προσωπικές φωτογραφίες και βίντεο»: $\chi^2(2)=11.787$, $p=0.003$, με μέση βαθμολογία 217.67 για την ηλικιακή ομάδα 12-30, 187.95 για την ομάδα 31-45, και 167.72 για την ομάδα ηλικίας άνω των 46 ετών.
4. «να παίζω παιχνίδια»: $\chi^2(2)=14.508$, $p=0.001$, με μέση βαθμολογία 218.38 για την ηλικιακή ομάδα 12-30, 185.14 για την ομάδα 31-45, και 171.14 για την ομάδα ηλικίας άνω των 46 ετών.
5. «να παρακολουθώ βιντεάκια και να παίζω μουσική»: $\chi^2(2)=18.098$, $p<0.001$, με μέση βαθμολογία 222.48 για την ηλικιακή ομάδα 12-30, 190.24 για την ομάδα 31-45, και 160.33 για την ομάδα ηλικίας άνω των 46 ετών.
6. «να παρακολουθώ τους φίλους μου»: $\chi^2(2)=13.534$, $p=0.001$, με μέση βαθμολογία 221.86 για την ηλικιακή ομάδα 12-30, 178.59 για την ομάδα 31-45, και 177.58 για την ομάδα ηλικίας άνω των 46 ετών.
7. «για αναζήτηση εργασίας»: $\chi^2(2)=37.474$, $p<0.001$, με μέση βαθμολογία 234.11 για την ηλικιακή ομάδα 12-30, 190.63 για την ομάδα 31-45, και 149.86 για την ομάδα ηλικίας άνω των 46 ετών.
8. «για να κάνω νέους φίλους/γνωριμίες»: $\chi^2(2)=6.879$, $p=0.032$, με μέση βαθμολογία 211.98 για την ηλικιακή ομάδα 12-30, 178.11 για την ομάδα 31-45, και 186.69 για την ομάδα ηλικίας άνω των 46 ετών.
9. «για να γεμίσω τον ελεύθερο χρόνο μου»: $\chi^2(2)=12.744$, $p=0.002$, με μέση βαθμολογία 221.19 για την ηλικιακή ομάδα 12-30, 173.21 για την ομάδα 31-45, και 185.87 για την ομάδα ηλικίας άνω των 46 ετών.
10. «γιατί είναι στη μόδα»: $\chi^2(2)=6.375$, $p=0.041$, με μέση βαθμολογία 210.83 για την ηλικιακή ομάδα 12-30, 181.90 για την ομάδα 31-45, και 182.23 για την ομάδα ηλικίας άνω των 46 ετών.

11. «για να προβάλω τον εαυτό μου»: $\chi^2(2)=6.643$, $p=0.036$, με μέση βαθμολογία 196.84 για την ηλικιακή ομάδα 12-30, 198.31 για την ομάδα 31-45, και 170.6 για την ομάδα ηλικίας άνω των 46 ετών.

Στη συνέχεια της στατιστικής ανάλυσης υπολογίστηκαν η μέση τιμή (Mean) και η τυπική απόκλιση (Standard Deviation), όπως προέκυψαν από τη βαθμολογία των δηλώσεων του τμήματος 6 του ερωτηματολογίου, σχετικά με τις αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ για κάθε ανεξάρτητη ομάδα απασχόλησης. Το δείγμα των ερωτηθέντων περιλαμβάνει δύο ανεξάρτητες ομάδες απασχόλησης, τους εργαζόμενους και τους μη εργαζόμενους (σπουδαστές, άνεργοι, συνταξιούχοι).

ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

	Frequency	Percent
working	234	61,9
not working (students, unemployed, retired)	144	38,1
Total	378	100,0

Στο σύνολο των 378 συμμετεχόντων στην έρευνα, 234 (61.9%) ήταν εργαζόμενοι και 144 (38.1%) ήταν μη εργαζόμενοι.

Οι 234 εργαζόμενοι που συμμετείχαν στην έρευνα, δήλωσαν ότι οι τρεις κυριότερες αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ ήταν «να ενημερώνονται», «να κρατούν επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό» και «να επικοινωνούν με άλλους», ενώ δήλωσαν ότι οι τρεις λιγότερο σημαντικές αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ ήταν «για να προβάλουν τον εαυτό τους», «να παίζουν παιχνίδια» και «διότι τους πίεσαν οι φίλοι τους να γίνουν μέλη». Αναλυτικότερα:

Οι 144 μη εργαζόμενοι που συμμετείχαν στην έρευνα, δήλωσαν ότι οι τρεις κυριότερες αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ ήταν «να ενημερώνονται», «να επικοινωνούν με άλλους», και «να κρατούν επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό», ενώ δήλωσαν ότι οι τρεις λιγότερο σημαντικές αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ ήταν «από περιέργεια», «για να προβάλουν τον εαυτό τους», και «διότι τους πίεσαν οι φίλοι τους να γίνουν μέλη».

Στη συνέχεια, πραγματοποιήθηκε έλεγχος κανονικότητας (Normality Test) των μεταβλητών που περιγράφουν τις αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ, για κάθε ανεξάρτητη ομάδα απασχόλησης, με εφαρμογή της μεθόδου Kolmogorov-Smirnov. Ο έλεγχος έδειξε ότι καμία μεταβλητή δεν ακολουθεί κανονική κατανομή.

Προκειμένου να διερευνηθεί αν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στις αιτίες χρήσης των ΜΚΔ μεταξύ των ανεξάρτητων ομάδων απασχόλησης, χρησιμοποιήθηκε η μη παραμετρική μέθοδος Mann-Whitney U, η οποία δεν προϋποθέτει κανονικότητα (normality) στα δεδομένα.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της ανάλυσης, στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των εργαζομένων και μη εργαζομένων προέκυψαν στις παρακάτω αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ:

1. *«Να ενημερώνομαι»*: οι μη εργαζόμενοι δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ για να ενημερώνονται, σε στατιστικά σημαντικά υψηλότερο βαθμό σε σχέση με τους εργαζόμενους ($U=14730.5$, $p=0.031$), με μέση βαθμολογία 204.2 για τους μη εργαζόμενους και 180.45 για τους εργαζόμενους.
2. *«Για να μοιράζομαι προσωπικές φωτογραφίες και βίντεο»*: οι μη εργαζόμενοι δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ για να μοιράζονται προσωπικές φωτογραφίες και βίντεο, σε στατιστικά σημαντικά υψηλότερο βαθμό σε σχέση με τους εργαζόμενους ($U=14805$, $p=0.041$), με μέση βαθμολογία 203.69 για τους μη εργαζόμενους και 180.77 για τους εργαζόμενους.
3. *«να παίζω παιχνίδια»*: οι μη εργαζόμενοι δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ για να παίζουν παιχνίδια, σε στατιστικά σημαντικά υψηλότερο βαθμό σε σχέση με τους εργαζόμενους ($U=11811$, $p<0.001$), με μέση βαθμολογία 224.48 για τους μη εργαζόμενους και 167.97 για τους εργαζόμενους.
4. *«να παρακολουθώ βιντεάκια και να ακούω μουσική»*: οι μη εργαζόμενοι δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ για να παρακολουθούν βιντεάκια και να ακούνε μουσική, σε στατιστικά σημαντικά υψηλότερο βαθμό σε σχέση με τους εργαζόμενους ($U=13924.5$, $p=0.004$), με μέση

βαθμολογία 209.8 για τους μη εργαζόμενους και 177.01 για τους εργαζόμενους.

5. «για αναζήτηση εργασίας»: οι μη εργαζόμενοι δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ για αναζήτηση εργασίας, σε στατιστικά σημαντικά υψηλότερο βαθμό σε σχέση με τους εργαζόμενους ($U=11123.5$, $p<0.001$), με μέση βαθμολογία 229.25 για τους μη εργαζόμενους και 165.04 για τους εργαζόμενους.
6. «για να γεμίσω τον ελεύθερο χρόνο μου»: οι μη εργαζόμενοι δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ για να γεμίσουν τον ελεύθερο χρόνο τους, σε στατιστικά σημαντικά υψηλότερο βαθμό σε σχέση με τους εργαζόμενους ($U=12507.5$, $p<0.001$), με μέση βαθμολογία 219.64 για τους μη εργαζόμενους και 170.95 για τους εργαζόμενους.

Στη συνέχεια, διερευνήθηκαν οι λόγοι για τους οποίους οι ερωτηθέντες χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ σε σχέση με το επίπεδο εκπαίδευσής τους. Υπολογίστηκαν η μέση τιμή (Mean) και η τυπική απόκλιση (Standard Deviation), όπως προέκυψαν από τη βαθμολογία των δηλώσεων από τους ερωτηθέντες για κάθε ανεξάρτητη ομάδα επιπέδου εκπαίδευσης. Το δείγμα των ερωτηθέντων περιλαμβάνει τρεις ανεξάρτητες ομάδες με βάση το επίπεδο εκπαίδευσης (πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση, υψηλότερη εκπαίδευση, μεταπτυχιακό ή διδακτορικό δίπλωμα):

ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid primary & secondary education	123	32,5	32,5	32,5
higher education	173	45,8	45,8	78,3
master or phd	82	21,7	21,7	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Στο σύνολο των 378 συμμετεχόντων στην έρευνα, 123 (32.5%) ήταν πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, 173 (45.8%) ήταν υψηλότερης εκπαίδευσης και 82 (21.7%) ήταν κάτοχοι μεταπτυχιακού ή διδακτορικού διπλώματος.

Οι 123 ερωτηθέντες επιπέδου πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης που συμμετείχαν στην έρευνα , δήλωσαν ότι οι τρεις κυριότερες αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ ήταν «να ενημερώνονται», «να κρατούν επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό» και « να επικοινωνούν με άλλους», ενώ δήλωσαν ότι οι τρεις λιγότερο σημαντικές αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ ήταν «να παρακολουθούν τους φίλους τους», «για να προβάλουν τον εαυτό τους», και «διότι τους πίεσαν οι φίλοι τους να γίνουν μέλη».

Οι 173 ερωτηθέντες επιπέδου υψηλότερης εκπαίδευσης που συμμετείχαν στην έρευνα , δήλωσαν ότι οι τρεις κυριότερες αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ ήταν «να ενημερώνονται», « να επικοινωνούν με άλλους» και «να κρατούν επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό», ενώ δήλωσαν ότι οι τρεις λιγότερο σημαντικές αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ ήταν «για να προβάλουν τον εαυτό τους», «να παίζουν παιχνίδια» και «διότι τους πίεσαν οι φίλοι τους να γίνουν μέλη».

Οι 82 ερωτηθέντες, κάτοχοι μεταπτυχιακού ή διδακτορικού διπλώματος, που συμμετείχαν στην έρευνα , δήλωσαν ότι οι τρεις κυριότερες αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ ήταν « να επικοινωνούν με άλλους», «να ενημερώνονται» και «να κρατούν επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό», ενώ δήλωσαν ότι οι τρεις λιγότερο σημαντικές αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ ήταν «γιατί είναι στη μόδα», «να παίζουν παιχνίδια» και «διότι τους πίεσαν οι φίλοι τους να γίνουν μέλη».

Στη συνέχεια, πραγματοποιήθηκε έλεγχος κανονικότητας (Normality Test) των μεταβλητών που περιγράφουν τις αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ, για κάθε ανεξάρτητη ομάδα επιπέδου εκπαίδευσης, με εφαρμογή της μεθόδου Kolmogorov-Smirnov. Ο έλεγχος έδειξε ότι καμία μεταβλητή δεν ακολουθεί κανονική κατανομή.

Προκειμένου να διερευνηθεί αν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στις αιτίες χρήσης των ΜΚΔ μεταξύ των ανεξάρτητων ομάδων επιπέδου εκπαίδευσης, χρησιμοποιήθηκε η μη παραμετρική μέθοδος Kruskal-Wallis, η οποία δεν προϋποθέτει κανονικότητα (normality) στα δεδομένα.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της ανάλυσης, στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των τριών ομάδων επιπέδου εκπαίδευσης προέκυψαν στις παρακάτω αιτίες χρήσεις των ΜΚΔ:

1. «να επικοινωνώ με τους άλλους» : $\chi^2(2)=7.216$, $p=0.027$, με μέση βαθμολογία 216.17 για την ομάδα επιπέδου μεταπτυχιακού ή διδακτορικού διπλώματος, 186.08 για την ομάδα υψηλότερης εκπαίδευσης, και 176.53 για την ομάδα πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης.
2. «να παίζω παιχνίδια» : $\chi^2(2)=26.869$, $p<0.001$, με μέση βαθμολογία 160.11 για την ομάδα επιπέδου μεταπτυχιακού ή διδακτορικού διπλώματος, 179.4 για την ομάδα υψηλότερης εκπαίδευσης, και 223.3 για την ομάδα πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης.
3. «να παρακολουθώ βιντεάκια και να ακούω μουσική» : $\chi^2(2)=6.838$, $p=0.033$, με μέση βαθμολογία 162.79 για την ομάδα επιπέδου μεταπτυχιακού ή διδακτορικού διπλώματος, 194.4 για την ομάδα υψηλότερης εκπαίδευσης, και 200.41 για την ομάδα πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης.

Στη συνέχεια διερευνήθηκε εάν συσχετίζεται η ένταση της δραστηριότητας των ερωτηθέντων στα ΜΚΔ με παράγοντες όπως η ηλικία, η απασχόληση και το επίπεδο εκπαίδευσης.

Η ένταση της δραστηριότητας στα ΜΚΔ καθορίζεται από τις απαντήσεις που έδωσαν οι ερωτηθέντες στις δηλώσεις που περιλαμβάνονται στο ερώτημα 8 του ερωτηματολογίου. Οι απαντήσεις στις δηλώσεις αυτές κωδικοποιήθηκαν με χρήση πεντάβαθμης κλίμακας Likert (1= Σχεδόν καθόλου, 2= Σε μικρό βαθμό, 3=Ούτε μικρό ούτε μεγάλο βαθμό, 4= Σε μεγάλο βαθμό, 5= Σε πολύ μεγάλο βαθμό). Υψηλότερος βαθμός υποδηλώνει και μεγαλύτερη δραστηριότητα. Ο συνολικός βαθμός δραστηριότητας υπολογίζεται από το άθροισμα των επιμέρους βαθμών που δόθηκαν στις έντεκα επιμέρους δηλώσεις του ερωτήματος 8:

1. Συμμετέχω σε ομάδες κοινών ενδιαφερόντων,
2. Μοιράζομαι τη γνώμη μου για ένα θέμα που μου φαίνεται ενδιαφέρον,

3. Διαβάζω άρθρα στα blogs,
4. Γράφω άρθρα στα blogs,
5. Σχολιάζω το περιεχόμενο που με ενδιαφέρει,
6. Γίνομαι μέλος σε εφαρμογές που μου αρέσουν,
7. Παίζω διαδικτυακά παιχνίδια,
8. Τσεκάρω το προφίλ των φίλων/ακολουθών μου,
9. Μοιράζομαι την άποψή μου για τις κοινωνικές, οικονομικές και πολιτικές εξελίξεις της χώρας μου,
10. Κάνω "like" σε οτιδήποτε μου αρέσει,
11. Κοινοποιώ στο προφίλ μου καταστάσεις συνδέσμων, φωτογραφίες)

Η μεταβλητή που περιγράφει τη συνολική δραστηριότητα στα ΜΚΔ (SM_ACTIVITY) είναι κλίμακας (scale) με ελάχιστη τιμή 11 (και οι 11 επιμέρους δηλώσεις βαθμολογήθηκαν με 1 = Σχεδόν καθόλου) και μέγιστη τιμή 55 (και οι 11 επιμέρους δηλώσεις βαθμολογήθηκαν με 5 = Σε πολύ μεγάλο βαθμό).

Υπολογίστηκαν τα περιγραφικά στατιστικά (Μέση τιμή, Πλήθος, Τυπική απόκλιση, Ελάχιστη τιμή, Μέγιστη τιμή, Εύρος) της μεταβλητής του συνολικού βαθμού δραστηριότητας στα ΜΚΔ, για κάθε ομάδα ηλικίας, απασχόλησης και επιπέδου εκπαίδευσης.

Τα αποτελέσματα συνοψίζονται στους παρακάτω πίνακες:

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΣΤΑ ΜΚΔ * ΗΛΙΚΙΑ

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΣΤΑ ΜΚΔ						
ΗΛΙΚΙΑ	Mean	N	Std. Deviation	Minimum	Maximum	Range
12-30	30,66	98	7,709	14	52	38
31-45	28,92	165	7,015	14	55	41
>46	28,56	115	8,410	13	52	39
Total	29,26	378	7,668	13	55	42

Η δραστηριότητα στα ΜΚΔ είναι υψηλότερη για την ομάδα ηλικίας 12-30 (Mean= 30.66, St. Deviation= 7.706), ακολουθεί η ομάδα ηλικίας 31-45 (Mean= 28.92, St. Deviation= 7.015), ενώ τη χαμηλότερη δραστηριότητα έχει η ομάδα ηλικίας >46 (Mean= 28.56, St. Deviation= 8.410).

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΣΤΑ ΜΚΔ * ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΣΤΑ ΜΚΔ

ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	Mean	N	Std. Deviation	Minimum	Maximum	Range
working	28,52	234	7,447	13	55	42
not working (students, unemployed, retired)	30,47	144	7,891	14	52	38
Total	29,26	378	7,668	13	55	42

Η δραστηριότητα στα ΜΚΔ είναι υψηλότερη στην ομάδα των μη εργαζομένων (Mean= 30.47, St. Deviation= 7.891) σε σχέση με την ομάδα των εργαζομένων (Mean= 28.52, St. Deviation= 7.447).

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΣΤΑ ΜΚΔ * ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΣΤΑ ΜΚΔ

ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ	Mean	N	Std. Deviation	Minimum	Maximum	Range
primary & secondary education	29,51	123	7,949	14	55	41
higher education	28,85	173	7,197	13	52	39
master or phd	29,76	82	8,234	16	52	36
Total	29,26	378	7,668	13	55	42

Η δραστηριότητα στα ΜΚΔ είναι υψηλότερη για την ομάδα των κατόχων μεταπτυχιακού ή διδακτορικού διπλώματος (Mean= 29.76, St. Deviation= 8.234), ακολουθεί η ομάδα πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (Mean= 29.52, St. Deviation= 7.949), ενώ τη χαμηλότερη δραστηριότητα έχει η ομάδα υψηλότερης εκπαίδευσης (Mean= 28.85, St. Deviation= 7.197).

Στη συνέχεια, πραγματοποιήθηκε έλεγχος κανονικότητας (Normality Test) της μεταβλητής που περιγράφει τη συνολική δραστηριότητα στα ΜΚΔ, για κάθε ανεξάρτητη ομάδα ηλικίας, με εφαρμογή της μεθόδου Kolmogorov-Smirnov. Ο έλεγχος έδειξε ότι η μεταβλητή ακολουθεί κανονική κατανομή για την ομάδα ηλικίας 12-30, αλλά δεν ισχύει το ίδιο για τις ομάδες ηλικίας 31-45 και >46.

Προκειμένου να διερευνηθεί αν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στη συνολική δραστηριότητα στα ΜΚΔ μεταξύ των ανεξάρτητων

ομάδων ηλικίας, χρησιμοποιήθηκε η μη παραμετρική μέθοδος Kruskal-Wallis, η οποία δεν προϋποθέτει κανονικότητα (normality) στα δεδομένα.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της ανάλυσης ($\chi^2(2)=4.521$, $p=0.104$), δεν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των τριών ομάδων ηλικίας στο βαθμό δραστηριότητας στα ΜΚΔ.

Επιπλέον, πραγματοποιήθηκε έλεγχος κανονικότητας (Normality Test) της μεταβλητής που περιγράφει τη συνολική δραστηριότητα στα ΜΚΔ, για κάθε ανεξάρτητη ομάδα επιπέδου εκπαίδευσης, με εφαρμογή της μεθόδου Kolmogorov-Smirnov. Ο έλεγχος έδειξε ότι η μεταβλητή ακολουθεί κανονική κατανομή για την ομάδα υψηλότερης εκπαίδευσης, αλλά δεν ισχύει το ίδιο για τις ομάδες πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης καθώς και κατόχων μεταπτυχιακού ή διδακτορικού διπλώματος.

Προκειμένου να διερευνηθεί αν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στη συνολική δραστηριότητα στα ΜΚΔ μεταξύ των ανεξάρτητων επιπέδων εκπαίδευσης, χρησιμοποιήθηκε η μη παραμετρική μέθοδος Kruskal-Wallis, η οποία δεν προϋποθέτει κανονικότητα (normality) στα δεδομένα.

Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα της ανάλυσης ($\chi^2(2)=0.165$, $p=0.921$), δεν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των τριών επιπέδων εκπαίδευσης στο βαθμό δραστηριότητας στα ΜΚΔ.

Τέλος, πραγματοποιήθηκε έλεγχος κανονικότητας (Normality Test) της μεταβλητής που περιγράφει τη συνολική δραστηριότητα στα ΜΚΔ, για κάθε ανεξάρτητη ομάδα απασχόλησης, με εφαρμογή της μεθόδου Kolmogorov-Smirnov. Ο έλεγχος έδειξε ότι η μεταβλητή δεν ακολουθεί κανονική κατανομή σε καμία ομάδα απασχόλησης.

Προκειμένου να διερευνηθεί αν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στη συνολική δραστηριότητα στα ΜΚΔ μεταξύ των ανεξάρτητων ομάδων απασχόλησης, χρησιμοποιήθηκε η μη παραμετρική μέθοδος Mann-Whitney U, η οποία δεν προϋποθέτει κανονικότητα (normality) στα δεδομένα.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της ανάλυσης ($U=14516.5$, $p=0.024$), υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των δύο ομάδων απασχόλησης στο βαθμό δραστηριότητας στα ΜΚΔ, με την ομάδα των μη εργαζομένων να παρουσιάζει στατιστικά σημαντικά υψηλότερη δραστηριότητα στα ΜΚΔ (Mean Rank= 205.69) σε σχέση με την ομάδα των εργαζομένων (Mean Rank=179.54).

Μια άλλη σχέση εξάρτησης που διερευνήθηκε στα πλαίσια της παρούσας διδακτορικής διατριβής, αφορούσε τη συσχέτιση της άρνησης χρήσης των ΜΚΔ με παράγοντες όπως η ηλικία, η απασχόληση και το επίπεδο εκπαίδευσης

Και οι τρεις ομάδες ηλικίας δήλωσαν ότι η βασικότερη αιτία που δε θα χρησιμοποιούσαν τα ΜΚΔ είναι ότι «εκτίθεται η προσωπική ζωή των χρηστών στα ΜΚΔ», ενώ ακολουθούν με φθίνουσα βαθμολόγηση οι αιτίες: «δεν είναι ασφαλή», «δεν είναι αξιόπιστα», «η χρήση τους είναι εξαιρετικά χρονοβόρα», «δεν τους ενδιαφέρουν».

Και οι τρεις ομάδες επιπέδου εκπαίδευσης δήλωσαν ότι η βασικότερη αιτία που δε θα χρησιμοποιούσαν τα ΜΚΔ είναι ότι «εκτίθεται η προσωπική ζωή των χρηστών στα ΜΚΔ», ενώ ακολουθούν με φθίνουσα βαθμολόγηση οι αιτίες: «δεν είναι ασφαλή», «δεν είναι αξιόπιστα», «η χρήση τους είναι εξαιρετικά χρονοβόρα», «δεν τους ενδιαφέρουν».

Και οι δυο ομάδες απασχόλησης δήλωσαν ότι η βασικότερη αιτία που δε θα χρησιμοποιούσαν τα ΜΚΔ είναι ότι «εκτίθεται η προσωπική ζωή των χρηστών στα ΜΚΔ», ενώ ακολουθούν με φθίνουσα βαθμολόγηση οι αιτίες: «δεν είναι ασφαλή», «δεν είναι αξιόπιστα», «η χρήση τους είναι εξαιρετικά χρονοβόρα», «δεν τους ενδιαφέρουν».

Ο *συνολικός βαθμός άρνησης χρήσης των ΜΚΔ* υπολογίζεται από το άθροισμα των επιμέρους βαθμών που δόθηκαν στις έξι δηλώσεις του ερωτήματος 9:

Η μεταβλητή που περιγράφει τη συνολική άρνηση χρήσης των ΜΚΔ (DENIAL_OF_USE) είναι κλίμακας (scale), με ελάχιστη τιμή 6 (και οι 11 επιμέρους δηλώσεις βαθμολογήθηκαν με 1 = Σχεδόν καθόλου) και μέγιστη

τιμή 30 (και οι 6 επιμέρους δηλώσεις βαθμολογήθηκαν με 5 = Σε πολύ μεγάλο βαθμό).

Υπολογίστηκαν τα περιγραφικά στατιστικά (Μέση τιμή, Πλήθος, Τυπική απόκλιση, Ελάχιστη τιμή, Μέγιστη τιμή, Εύρος) της μεταβλητής του συνολικού βαθμού άρνησης χρήσης των ΜΚΔ, για κάθε ομάδα ηλικίας, απασχόλησης και επιπέδου εκπαίδευσης.

Η άρνηση χρήσης των ΜΚΔ είναι υψηλότερη για την ομάδα ηλικίας >46 (Mean= 16.28, St. Deviation= 3.879), ακολουθεί η ομάδα ηλικίας 12-30 (Mean= 16.14, St. Deviation= 4.059), ενώ τη χαμηλότερη άρνηση χρήσης έχει η ομάδα ηλικίας 31-45 (Mean= 15.66, St. Deviation= 3.809).

Η άρνηση χρήσης των ΜΚΔ είναι υψηλότερη για την ομάδα επιπέδου πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (Mean= 16.23, St. Deviation= 3.952), ακολουθεί η ομάδα υψηλότερης εκπαίδευσης (Mean= 15.97, St. Deviation= 3.704), ενώ τη χαμηλότερη άρνηση χρήσης έχει η ομάδα κατόχων μεταπτυχιακού ή διδακτορικού διπλώματος (Mean= 15.61, St. Deviation= 4.213).

Η άρνηση χρήσης των ΜΚΔ είναι υψηλότερη για την ομάδα των μη εργαζομένων (Mean= 16.07, St. Deviation= 3.741) σε σχέση με την ομάδα των εργαζομένων (Mean= 15.91, St. Deviation= 3.995).

Στη συνέχεια της στατιστικής ανάλυσης στο 10ο κεφάλαιο, γίνεται διερεύνηση ως προς το συσχετισμό της επίδρασης των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή και στις διαπροσωπικές σχέσεις των ερωτηθέντων, με τις μεταβλητές της ηλικίας, της απασχόλησης και του εκπαιδευτικού επιπέδου.

Οι απαντήσεις σε κάθε ερώτημα κωδικοποιήθηκαν στο SPSS ως εξής: 1= ΝΑΙ και 0= ΟΧΙ. Προκειμένου να αξιολογηθεί η συνολική επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή και στις διαπροσωπικές σχέσεις των ερωτηθέντων, υπολογίστηκε μια νέα μεταβλητή (SOCIAL_IMPACT) που προέκυψε από το άθροισμα των απαντήσεων στα επιμέρους ερωτήματα (19-23 και 25). Δεδομένου ότι οι πιθανές απαντήσεις σε κάθε ερώτημα είναι 1 (καταφατική απάντηση) ή 0 (αρνητική απάντηση) και το πλήθος των ερωτημάτων είναι 6, η νέα μεταβλητή SOCIAL_IMPACT είναι ταξινομική με τιμές 0,1,2,3,4,5,6 που

υποδηλώνουν το πλήθος των καταφατικών απαντήσεων στα επιμέρους ερωτήματα. Όσο υψηλότερη είναι η τιμή της μεταβλητής SOCIAL_IMPACT τόσο θετικότερη θεωρούν οι ερωτηθέντες την επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική τους ζωή και τις διαπροσωπικές τους σχέσεις.

Σύμφωνα με το πίνακα των Περιγραφικών Στατιστικών μέτρων για την μεταβλητή SOCIAL_IMPACT προκύπτει ότι η μέση τιμή της μεταβλητής SOCIAL_IMPACT που προέκυψε από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων (N=378) είναι 1.84 (SD=1.63), δηλαδή το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων αξιολογούν τη θετικότητα της επίδρασης των ΜΚΔ στην κοινωνική τους ζωή και τις διαπροσωπικές τους σχέσεις από 0.21 έως 3.47. Στρογγυλοποιώντας τις προηγούμενες τιμές, προκύπτει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων έδωσαν το πολύ τρεις καταφατικές απαντήσεις στα επιμέρους ερωτήματα (19-23 και 25).

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας προκύπτει ότι η μέση τιμή της μεταβλητής SOCIAL_IMPACT που προέκυψε από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων της ομάδας ηλικίας 12-30 (N=98) είναι 1.91 (SD=1.57), δηλαδή το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων της ομάδας ηλικίας 12-30 αξιολογούν τη θετικότητα της επίδρασης των ΜΚΔ στην κοινωνική τους ζωή και τις διαπροσωπικές τους σχέσεις από 0.34 έως 3.48. Στρογγυλοποιώντας τις προηγούμενες τιμές, προκύπτει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων της ομάδας ηλικίας 12-30 έδωσαν το πολύ τρεις καταφατικές απαντήσεις στα επιμέρους ερωτήματα (19-23 και 25).

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας προκύπτει ότι η μέση τιμή της μεταβλητής SOCIAL_IMPACT που προέκυψε από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων της ομάδας ηλικίας 31-45 (N=165) είναι 1.79 (SD=1.54), δηλαδή το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων της ομάδας ηλικίας 31-45 αξιολογούν τη θετικότητα της επίδρασης των ΜΚΔ στην κοινωνική τους ζωή και τις διαπροσωπικές τους σχέσεις από 0.25 έως 3.33. Στρογγυλοποιώντας τις προηγούμενες τιμές, προκύπτει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων της ομάδας ηλικίας 31-45 έδωσαν το πολύ τρεις καταφατικές απαντήσεις στα επιμέρους ερωτήματα (19-23 και 25).

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας προκύπτει ότι η μέση τιμή της μεταβλητής SOCIAL_IMPACT που προέκυψε από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων της ομάδας ηλικίας >46 (N=115) είναι 1.83 (SD=1.81), δηλαδή το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων της ομάδας ηλικίας >46 αξιολογούν τη θετικότητα της επίδρασης των ΜΚΔ στην κοινωνική τους ζωή και τις διαπροσωπικές τους σχέσεις από 0.02 έως 3.64. Στρογγυλοποιώντας τις προηγούμενες τιμές, προκύπτει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων της ομάδας ηλικίας >46 έδωσαν το πολύ τέσσερις καταφατικές απαντήσεις στα επιμέρους ερωτήματα (19-23 και 25).

Σύμφωνα με ανάλυσή μας, το 50% των ερωτηθέντων της ομάδας ηλικίας 12-30, έδωσαν από καμία έως και δύο καταφατικές απαντήσεις στα ερωτήματα που σχετίζονται με την επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική τους ζωή και τις διαπροσωπικές τους σχέσεις, το 75% των ερωτηθέντων της ίδιας ομάδας έδωσαν από καμία έως και τρεις καταφατικές απαντήσεις, ενώ μόνο το 25% έδωσε πάνω από τρεις καταφατικές απαντήσεις.

Η ίδια κατανομή παρατηρείται και στην ομάδα ηλικίας 31-45.

Στην ομάδα ηλικίας >46, το 50% έδωσαν από καμία έως και μία καταφατική απάντηση, το 75% των ερωτηθέντων της ίδιας ομάδας έδωσαν από καμία έως και τρεις καταφατικές απαντήσεις, ενώ μόνο το 25% έδωσε πάνω από τρεις καταφατικές απαντήσεις.

Παρατηρείται ότι οι ερωτηθέντες της ομάδας ηλικίας 12-30 αξιολογούν θετικότερη την επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική τους ζωή και τις διαπροσωπικές τους σχέσεις (Mean=1.91), ακολουθεί η ομάδα ηλικίας >46 (Mean=1.83) και τελευταία η ομάδα ηλικίας 31-45 (Mean=1.79).

Τέλος, προκειμένου να διερευνηθεί αν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στην επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή και στις διαπροσωπικές σχέσεις, μεταξύ των ανεξάρτητων ομάδων ηλικίας, χρησιμοποιήθηκε η μη παραμετρική μέθοδος Kruskal-Wallis, η οποία δεν προϋποθέτει κανονικότητα (normality) στα δεδομένα.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας ($\chi^2(2)=0.709$, $p=0.701$), δεν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των τριών ομάδων ηλικίας

στην επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική τους ζωή και στις διαπροσωπικές τους σχέσεις.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας προκύπτει ότι η μέση τιμή της μεταβλητής SOCIAL_IMPACT που προέκυψε από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων της ομάδας πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (N=123) είναι 1.56 (SD=1.55), δηλαδή το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων της ομάδας πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης αξιολογούν τη θετικότητα της επίδρασης των ΜΚΔ στην κοινωνική τους ζωή και τις διαπροσωπικές τους σχέσεις από 0.01 έως 3.11. Στρογγυλοποιώντας τις προηγούμενες τιμές, προκύπτει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων της ομάδας πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης έδωσαν το πολύ τρεις καταφατικές απαντήσεις στα επιμέρους ερωτήματα (19-23 και 25).

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας προκύπτει ότι η μέση τιμή της μεταβλητής SOCIAL_IMPACT που προέκυψε από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων της ομάδας πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (N=173) είναι 1.79 (SD=1.53), δηλαδή το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων της ομάδας ανώτερης εκπαίδευσης αξιολογούν τη θετικότητα της επίδρασης των ΜΚΔ στην κοινωνική τους ζωή και τις διαπροσωπικές τους σχέσεις από 0.26 έως 3.32. Στρογγυλοποιώντας τις προηγούμενες τιμές, προκύπτει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων της ομάδας ανώτερης εκπαίδευσης έδωσαν το πολύ τρεις καταφατικές απαντήσεις στα επιμέρους ερωτήματα (19-23 και 25).

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας προκύπτει ότι η μέση τιμή της μεταβλητής SOCIAL_IMPACT που προέκυψε από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων της ομάδας κατόχων master ή phd (N=82) είναι 2.34 (SD=1.83), δηλαδή το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων που κατέχουν master ή phd αξιολογούν τη θετικότητα της επίδρασης των ΜΚΔ στην κοινωνική τους ζωή και τις διαπροσωπικές τους σχέσεις από 0.51 έως 4.17. Στρογγυλοποιώντας τις προηγούμενες τιμές, προκύπτει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων της ομάδας ανώτερης εκπαίδευσης έδωσαν από

μία έως το πολύ τέσσερις καταφατικές απαντήσεις στα επιμέρους ερωτήματα (19-23 και 25).

Σύμφωνα με την ανάλυσή μας, το 50% των ερωτηθέντων της ομάδας των ερωτηθέντων επιπέδου πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, έδωσαν από καμία έως και μία καταφατική απάντηση στα ερωτήματα που σχετίζονται με την επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική τους ζωή και τις διαπροσωπικές τους σχέσεις, το 75% των ερωτηθέντων της ίδιας ομάδας έδωσαν από καμία έως και δύο καταφατικές απαντήσεις, ενώ μόνο το 25% έδωσε πάνω από δύο καταφατικές απαντήσεις.

Στην ομάδα των ερωτηθέντων ανώτερης εκπαίδευσης, το 50% έδωσαν από καμία έως και δύο καταφατικές απαντήσεις, το 75% των ερωτηθέντων της ίδιας ομάδας έδωσαν από καμία έως και τρεις καταφατικές απαντήσεις, ενώ μόνο το 25% έδωσε πάνω από τρεις καταφατικές απαντήσεις.

Στην ομάδα των ερωτηθέντων που είναι κάτοχοι master ή phd, το 50% έδωσαν από καμία έως και δύο καταφατικές απαντήσεις, το 75% των ερωτηθέντων της ίδιας ομάδας έδωσαν από καμία έως και τέσσερις καταφατικές απαντήσεις, ενώ μόνο το 25% έδωσε πάνω από τέσσερις καταφατικές απαντήσεις.

Παρατηρείται ότι όσο υψηλότερο είναι το επίπεδο εκπαίδευσης, τόσο θετικότερη αξιολογείται η επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή και τις διαπροσωπικές σχέσεις.

Τέλος, προκειμένου να διερευνηθεί αν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στην επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή και στις διαπροσωπικές σχέσεις, μεταξύ των ανεξάρτητων ομάδων επιπέδου εκπαίδευσης, χρησιμοποιήθηκε η μη παραμετρική μέθοδος Kruskal-Wallis, η οποία δεν προϋποθέτει κανονικότητα (normality) στα δεδομένα.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας ($\chi^2(2)=9.933$, $p=0.007$), υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των τριών ομάδων επιπέδου εκπαίδευσης αναφορικά με τις αντιλήψεις τους για την επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική τους ζωή και στις διαπροσωπικές τους σχέσεις, με τους κατόχους master ή phd να αξιολογούν στατιστικά σημαντικά θετικότερη

την κοινωνική επίδραση των ΜΚΔ σε σχέση με τους ερωτηθέντες πρωτοβάθμιας, δευτεροβάθμιας και ανώτερης εκπαίδευσης.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας προκύπτει ότι η μέση τιμή της μεταβλητής SOCIAL_IMPACT που προέκυψε από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων που είναι εργαζόμενοι (N=234) είναι 1.90 (SD=1.64), δηλαδή το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων της ομάδας των εργαζομένων αξιολογούν τη θετικότητα της επίδρασης των ΜΚΔ στην κοινωνική τους ζωή και τις διαπροσωπικές τους σχέσεις από 0.26 έως 3.54. Στρογγυλοποιώντας τις προηγούμενες τιμές, προκύπτει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων της ομάδας των εργαζομένων έδωσαν το πολύ τέσσερις καταφατικές απαντήσεις στα επιμέρους ερωτήματα (19-23 και 25).

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας προκύπτει ότι η μέση τιμή της μεταβλητής SOCIAL_IMPACT που προέκυψε από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων που είναι εργαζόμενοι (N=144) είναι 1.74 (SD=1.60), δηλαδή το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων της ομάδας των μη εργαζομένων αξιολογούν τη θετικότητα της επίδρασης των ΜΚΔ στην κοινωνική τους ζωή και τις διαπροσωπικές τους σχέσεις από 0.14 έως 3.34. Στρογγυλοποιώντας τις προηγούμενες τιμές, προκύπτει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων της ομάδας των εργαζομένων έδωσαν το πολύ τρεις καταφατικές απαντήσεις στα επιμέρους ερωτήματα (19-23 και 25).

Σύμφωνα με την ανάλυσή μας, το 50% των ερωτηθέντων της ομάδας των εργαζομένων, έδωσαν από καμία έως και δύο καταφατικές απαντήσεις στα ερωτήματα που σχετίζονται με την επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική τους ζωή και τις διαπροσωπικές τους σχέσεις, το 75% των ερωτηθέντων της ίδιας ομάδας έδωσαν από καμία έως και τρεις καταφατικές απαντήσεις, ενώ μόνο το 25% έδωσε πάνω από τρεις καταφατικές απαντήσεις.

Στην ομάδα των μη εργαζομένων, το 50% έδωσαν από καμία έως και μία καταφατική απάντηση, το 75% των ερωτηθέντων της ίδιας ομάδας έδωσαν από καμία έως και τρεις καταφατικές απαντήσεις, ενώ μόνο το 25% έδωσε πάνω από τρεις καταφατικές απαντήσεις.

Παρατηρείται ότι η ομάδα των εργαζομένων αξιολογεί θετικότερη την επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική τους ζωή και στις διαπροσωπικές τους σχέσεις (Mean=1.90) σε σχέση με την ομάδα των μη εργαζομένων (Mean=1.74).

Τέλος, προκειμένου να διερευνηθεί αν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στην επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική ζωή και στις διαπροσωπικές σχέσεις, μεταξύ των ανεξάρτητων ομάδων απασχόλησης, χρησιμοποιήθηκε η μη παραμετρική μέθοδος Kruskal-Wallis, η οποία δεν προϋποθέτει κανονικότητα (normality) στα δεδομένα.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας ($\chi^2(2)=0.895$, $p=0.344$), δεν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των ομάδων απασχόλησης στην επίδραση των ΜΚΔ στην κοινωνική τους ζωή και στις διαπροσωπικές τους σχέσεις.

Κλείνοντας αυτό το κεφάλαιο με τα τελικά συμπεράσματα, είναι σκόπιμο να διατυπωθούν κάποιες ακόμη διαπιστώσεις που προέκυψαν από την εκπόνηση ετούτης της διατριβής.

Τα ΜΚΔ αφορούν σε κοινωνικές ή πληθυσμιακές ομάδες διάφορων ηλικιών, ανεξαρτήτως φύλου, εκπαίδευσης, εθνότητας ή θρησκεύματος. Στην εικονική πραγματικότητα των ΜΚΔ, οι άνθρωποι δε μιλούν, δεν αγγίζονται, δε συναντώνται στην πραγματική τους ζωή, αλλά μόνον μέσω μιας ψηφιακής οθόνης. Η συνεύρεση στο Διαδίκτυο με άλλους ανθρώπους, γνωστούς ή αγνώστους, όλων των κοινωνικών τάξεων, δίνει στους ειδικούς τη δυνατότητα μελέτης της ανθρώπινης συμπεριφοράς.

Η διαστρωμάτωση του πληθυσμού από τα αστικά κέντρα και την ύπαιθρο διαφοροποιείται. Διαφοροποιούνται και οι προτιμήσεις των χρηστών των ΜΚΔ που αφορούν στην μουσική που ακούν, στα βιβλία και τα κόμικς που διαβάζουν, στην πολυεθνική διατροφή που επιλέγουν, στις υπερσυνδέσεις (links), που αναλογούν στην επαγγελματική τους δραστηριότητα, στις πολιτικές συζητήσεις και στα ενδιαφέροντά τους.

Το προφίλ του Έλληνα χρήστη και το προφίλ του μη χρήστη, δίδονται πιο κάτω:

<u>Προφίλ χρήστη</u>	<u>Προφίλ μη χρήστη</u>
γυναίκα	άνδρας
14-30 ετών	>45 ετών
Εργαζόμενη	Μη εργαζόμενος
Συνήθως ανώτατης εκπαίδευσης	Δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης
Προτιμά Facebook (όμως το Instagram αναπτύσσεται ραγδαία)	
Είναι χρήστης σε κάποιο ΜΚΔ > 5 έτη	
Αφιερώνει κατά μ.ό. 180 λεπτά/ημέρα	
Για να ενημερώνεται Για να κρατά επαφή με παλιούς φίλους ή με όσους είναι μακριά Για να επικοινωνεί με άλλους	
Έχει συναντηθεί με κάποιον που γνώρισε από ΜΚΔ	
Θεωρεί ότι τα ΜΚΔ σημαίνουν αποκλειστικά ψυχαγωγία και επικοινωνία με φίλους	Άρνηση χρήσης διότι θεωρεί ότι εκτίθεται η προσωπική ζωή των χρηστών στα ΜΚΔ
Έχει υψηλό δείκτη νευρωτισμού	
Είναι εξωστρεφής και έχει μεγάλο αριθμό φίλων/ακολούθων	
Εμφανίζει δεκτικότητα σε εμπειρίες	Ευσυνειδησία = φειδωλή χρήση
3,5 βαθμοί	

Βιβλιογραφικές αναφορές

- Churchill W. 1951. Β΄ Παγκόσμιος πόλεμος Εκδόσεις Γκοβόστη, Αθήνα, σελ. 108
- Papacharissi Z. 2009. The virtual sphere 2.0: The internet, the public sphere and beyond. In A. Chadwick & Ph. N. Howard (Eds.), Routledge handbook of Internet politics Oxon, USA: Routledge, σελ. 230-245.
- Reicher S. D. 1984. The determination of collective behaviour. copac.jisc.ac.uk (PhD thesis). University of Aberdeen
- Donnachie K. A. 2015. Selfies, #me: Glimpses of Authenticity, Book Chapter in Ego Update, Published by Koenig Books, edited by Alain Bieber
- Humer S. 2008. Digitale Identitäten, Taschenbuch, σελ. 34-36
- McQuail D. 1994. Mass communication theory: An introduction. Sage, London, 6th Edition, σελ.43

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική βιβλιογραφία

- Γιώτα Κ. 2015. Διδακτορική διατριβή: «Ο ρόλος της επικοινωνίας μέσω Διαδικτύου με τη χρήση υπολογιστή στη διαδικασία κοινωνικής αλληλεπίδρασης και ανάπτυξης διαπροσωπικών σχέσεων», Παν. Θεσσαλίας, σελ. 12
- Γιώτα Κ. 2015. Διδακτορική διατριβή: «Ο ρόλος της επικοινωνίας μέσω Διαδικτύου με τη χρήση υπολογιστή στη διαδικασία κοινωνικής αλληλεπίδρασης και ανάπτυξης διαπροσωπικών σχέσεων», Παν. Θεσσαλίας, σελ.53-55
- Γιώτα Κ. 2015. Διδακτορική διατριβή: «Ο ρόλος της επικοινωνίας μέσω Διαδικτύου με τη χρήση υπολογιστή στη διαδικασία κοινωνικής αλληλεπίδρασης και ανάπτυξης διαπροσωπικών σχέσεων», Παν. Θεσσαλίας, σελ.58-59
- Γκατζιαλίδης Χ. 2009. Ο Νέος Παγκόσμιος Ιστός κι οι υπηρεσίες Κοινωνικής Δικτύωσης . Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης.
- Γκατζιάς, Γ., 2008. «Κεφάλαιο 4: Η διαχείριση των πολιτιστικών αγαθών: οι τεχνολογικές και οικονομικές διαστάσεις των πολιτιστικών αγαθών στην κοινωνία των πληροφοριών και της γνώσης». στο Γκατζιάς Γ., Εναλλακτικό Διδακτικό Υλικό. Πάτρα: Ε.Α.Π. σελ. 22
- Δημητρακοπούλου Δ. 2011. Η μετεξέλιξη των ειδήσεων στα νέα μέσα και η αναδιαμόρφωση της ημερήσιας θεματολογίας. σελ. 165-189
- Δραγώνας Π. 2011. Μετά (την) ιδιωτικότητα: Βασικές έννοιες για τη σύγχρονη αστική κατοίκηση. Διαθέσιμη στην ιστοσελίδα: https://www.moma.org/documents/moma_catalogue_192_300105961.pdf. Τελευταία προσπέλαση 13/05/2018, σελ. 2-3
- ΕΚΚΕ 2011. Η διαδικτυακή εφαρμογή ΠΑΝΟΡΑΜΑ ΑΠΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ 1991-2011 στοχεύει στη δυναμική αξιοποίηση του τεράστιου πλούτου πληροφορίας που περιλαμβάνουν τα δεδομένα των τριών τελευταίων Απογραφών Πληθυσμού-Κατοικιών (1991-2001-2011). Πηγή: <https://panorama.statistics.gr>
- Ελπέκογλου Δ. 2011. Social Media Σύγχρονες μορφές επικοινωνίας με χρήση Η/Υ, Διπλωματική εργασία – Παν. Μακεδονίας, σελ. 51
- Έρευνα της εταιρείας «aboutpeople», 2017. Διαθέσιμη στην ιστοσελίδα: http://media.enikos.gr/data/files/525988_b6eb66b118-9f41410c8d39cd4e.pdf. Τελευταία προσπέλαση 5/02/2018
- Καζάζη Μ. 2008. Ανθρώπινες σχέσεις και επικοινωνία . Δεύτερη Έκδοση. Εκδόσεις Έλλην: Αθήνα
- Καζαντζάκης Ν. 1976. Υπό εχεμύθειαν. Εκδόσεις «Σύγχρονη εποχή».

- Κέντρου Ε. 2010. Η χρήση των Podcasts ως εργαλεία μη τυπικής μάθησης σε φορείς πολιτισμού. Πρακτικά Εργασιών 7ου Πανελληνίου Συνεδρίου με Διεθνή Συμμετοχή «Οι ΤΠΕ στην Εκπαίδευση», τόμος ΙΙ, Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου, Κόρινθος, σελ. 763-768
- Κιτριδής Δ., 2014. Social Media Facebook Marketing. Αθήνα: Ευρασία
- Κονιόρδος, Σ.Μ. 2008, «Κοινωνικό κεφάλαιο: μεταξύ θεωρητικής σαφήνειας και σύγχυσης», Σ.Μ. Κονιόρδος (επιμ.), Ανθολόγιο. Θεωρητικά Διλήμματα και Κοινωνική Πραγματικότητα, ΕΑΠ, σελ. 279-304
- Κονιόρδος, Σ.Μ. 2010, «Κοινωνικό Κεφάλαιο και Εμπιστοσύνη (και Κοινωνία Πολιτών) - Ταύτιση ή Απόκλιση;» Σ.Μ. Κονιόρδος (επιμ.), Κοινωνικό Κεφάλαιο, Εμπιστοσύνη και Κοινωνία των Πολιτών, Αθήνα: Παπαζήσης, σελ. 99-129.
- Κουλάκογλου Κ. 2002. Ψυχομετρία και Ψυχολογική Αξιολόγηση (2η Έκδ.). Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση
- Κουτσογιαννοπούλου Ν. 2013, «Τα νέα μέσα ηλεκτρονικής κοινωνικής δικτύωσης και η σχέση τους με την καταναλωτική συμπεριφορά», σελ. 25.
- Μάντης Κ. 2016. Μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media). Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <https://latistor.blogspot.com/2015/08/social-media.html>. Τελευταία προσπέλαση 13/02/2018
- ΜΚΔ (Social Media). 2015. Ορισμός Wikipedia. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9C%CE%AD%CF%83%CE%B1_%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CF%82_%CE%B4%CE%B9%CE%BA%CF%84%CF%8D%CF%89%CF%83%CE%B7%CF%82 Τελευταία προσπέλαση 27/04/2018.
- Μπαρμποπούλου Μ. 2012. *Νέα Μέσα και Κοινωνικά Δίκτυα. Οι Ιστοσελίδες Κοινωνικής Δικτύωσης ως Κοινωνικά Μέσα: Οι αντιλήψεις των χρηστών των ιστοτόπων κοινωνικής δικτύωσης για το κοινωνικό τους κεφάλαιο*. Διδακτορική διατριβή, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, σελ. 125-147
- Μπίλιουρη Χ. 2008. Ιστοτόποι κοινωνικής δικτύωσης και η διαμόρφωση της ταυτότητας του χρήστη. Διπλωματική εργασία – Παν. Αιγαίου σελ. 63
- Μπουντουρίδης Μ. 2004. Η Επιστήμη των Δικτύων. Πανεπιστήμιο Πατρών.
- Μπουντουρίδης Μ. 2009. Κοινωνικά θέματα των επικοινωνιών μέσω υπολογιστή, σελ. 2

- Νασιοπούλου Ι. 2006. Ψηφιακή πόλη. Ρεαλισμοί και φαντασιώσεις του σύγχρονου αστικού κόσμου. Διπλωματική, Παν. Θεσσαλίας, σελ. 3, 37-39
- Παναγιωτοπούλου Φ. 2015. “Η ψηφιακή τεχνολογία, το διαδίκτυο και η κοινωνική δικτύωση: Η διάδραση μεταξύ των ιστοτόπων, των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των κοινωνικών κινημάτων”, ΕΜΠ-ΣΕΜΦΕ, σελ.45 & 62
- Παπαθανασόπουλος, Στ. 2010 Τα μέσα επικοινωνίας στον 21ο αιώνα, Αθήνα, Καστανιώτης, σελ. 413
- Παπαχαρίση Ζ. 2014. Πολιτικοί, social media και επικοινωνία.. Οικονόμου, Συνέντευξη) kathimerini.gr. Τελευταία προσπέλαση 20/12/2017, Διαθέσιμο στο: <http://www.kathimerini.gr/769549/article/proswpa/synentey3eis/politiko-social-media-kai-epikoinwnia>
- Στυλιάρης Γ. & Δήμου Β. 2015. Διδακτική της Πληροφορικής. Εκδόσεις Κάλλιπος σελ. 214-215
- Τζαβάρης Π. 2002. e-Government: Concept-Practice-Analysis. Master Thesis. Danube University of Krems (Austria), σελ 22,48
- Τσακαρέστου και Τσενέ (2011), «Media and Democracy: Social Media Transparency as new paradigm of Responsibility (in Greek)»

Ξενόγλωσση βιβλιογραφία

- Amichai-Hamburger Y. & Vinitzky G. 2010. Social network use and personality. *Computers in Human Behavior*, 26, σελ.1289-1295
- Amichai-Hamburger, Y., & Hayat, Z. 2011. The impact of the internet on the social lives of users: A representative sample from 13 countries. *Computers in Human Behavior*, 27 , σελ. 585-589
- Antheunis M. L., Schouten, A. P., Valkenburg, P. M., & Peter, J. 2012. Interactive uncertainty reduction strategies and verbal affection in computer-mediated communication. *Communication Research*, 39(6), σελ. 757-780
- Barabasi A. L. 2010. Introduction and Keynote to A Networked Self. Στο Z.Papacharissi (επιμ.) *A Networked Self. Identity, Community, and Culture on Social Network Sites* 1-14. New York and London: Routledge, σελ. 12-14
- Barabasi A.-L. 2002 *Linked: The New Science of Networks*. Cambridge: Perseus, σελ. 4.
- Bard, M. 2010, "15 Categories of Social Media". Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: www.mirnabard.com/2010/02/15-categories-of-social-media. Τελευταία προσπέλαση 20/06/2017.
- Becker, G. S. 1964 *Human capital*, New York: Columbia University Press.
- Bernice a. Pescosolido 2006. *the sociology of social networks*, σελ. 208.
- Boase J., Wellman B. 2006. *Personal Relationships: On and Off the Internet*. Στο A.L. Vangelisti & D. Perlman (επιμ.) *The Cambridge Handbook of Personal Relationships*. Oxford: Blackwell, σελ. 709 – 726
- Bourdieu, P. (2001), "Forms of Capital", σελ. 96-111 στο *The Sociology of Economic Life*, second edition, edited by M. Granovetter and R. Swedberg, Boulder: Westview.
- Bourdieu, P. 1986, *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*, London: Routledge and Kegan Paul.
- Boyd D. M, Ellison, N. B. 2007. Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 11
- Boyd, d., Ellison, N. 2007. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. *Journal of Computer Mediated Communication* σελ. 11-30

- Boyd. D. 2006. Friends, Friendsters, and Top 8: Writing community into being on social network sites. *First Monday*, σελ.11-12
- Boyd.D . 2010. Social Network Sites as Networked Publics. Affordances, Dynamics, and Implications. Στο Z. Papacharissi (επιμ.) *A Networked Self. Identity,Community, and Culture on Social Network Sites*, σελ. 39-58
- Brandtzæg & Heim 2009, "Why People Use Social Networking Sites", A. Ozok and P. Zaphiris (Eds.): *Online Communities*, LNCS 5621, σελ. 143–152
- Brass, Butterfield & Skaggs 1998, "Relationships and Unethical Behavior: A Social Network Perspective", *the Academy of Management Review*, Vol 23, No 1. σελ. 44.
- British Department for Business, Innovation and Skills 2013: "Global Innovators: International Case Studies on Smart Cities". BIS Research Paper NO. 135. Λονδίνο
- Bunyan K. 2016, "Facebook says there are only 3.57 degrees of separation". Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <https://research.fb.com/three-and-a-half-degrees-of-separation/> Τελευταία προσπέλαση 17/08/2017.
- Cachia, Compano & Da Costa 2007. Grasping the potential of online social networks for foresight, *Technological Forecasting and Social Change*, 74 (8), σελ.1179-1203.
- Castells M. 1996. *The rise of the network society*, Oxford, UK: Blackwell
- Castells M. 2004. Informationalism, Networks, and the network society: a theoretical blueprint. Στο Castells, M. (επιμ.), *The network society: a cross cultural perspective*. Northampton MA: Edward Elgar, σελ. 3-45
- Castells M. 2005. Ο γαλαξίας του Διαδικτύου. Στοχασμοί για το Διαδίκτυο, τις επιχειρήσεις και την κοινωνία (μετάφραση Ε. Αστερίου). Αθήνα: Καστανιώτης [The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business and Society. Oxford: Oxford University Press, 2001], σελ.150-151
- Castells M. 2005. Ο γαλαξίας του Διαδικτύου. Στοχασμοί για το Διαδίκτυο, τις επιχειρήσεις και την κοινωνία (μετάφραση Ε. Αστερίου). Αθήνα: Καστανιώτης [The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business and Society. Oxford: Oxford University Press, 2001], σελ.148-151
- Castells, M. 1996/2010. *The information age. Economy, Society and Culture*. (τ.1 The rise of the network society) (2η έκδ.). Oxford: Wiley-Blackwell, σελ. 73, σελ.441-502

- Castells, M. 2005. Ο γαλαξίας του Διαδικτύου. Στοχασμοί για το Διαδίκτυο, τις επιχειρήσεις και την κοινωνία (μετάφραση Ε. Αστερίου). Αθήνα: Καστανιώτης [The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business and Society. Oxford: Oxford University Press, 2001], σελ. 214-238 και σελ. 274-306
- Cavanagh A., 2007. Sociology in the Age of Internet. New York: Series Editors: Alan Warde & Nick Crossley
- Cavazza F. 2014, "Social Media Landscape 2014". Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: www.fredcavazza.net/2014/05/22/social-media-landscape-2014. Τελευταία προσπέλαση 20/06/2017.
- Christakis N. & Fowler J. 2010, «Συνδεδεμένοι», εκδόσεις Κάτοπτρο, σελ.296
- Christakis N. & Fowler J. 2010, «Συνδεδεμένοι», εκδόσεις Κάτοπτρο, σελ.50-52
- Christakis N. and Fowler J. 2009. Connected: The Surprising Power of our Social Networks and How they Shape our Lives. Εκδόσεις Κάτοπτρο, σελ. 337
- Churchill W. 1951. Β΄ Παγκόσμιος πόλεμος Εκδόσεις Γκοβόστη, Αθήνα, σελ. 108
- Cohen, H.2008, 30 Social Media Definitions. <http://heidicohen.com/social-media-definition/>.
- Cole, M. 2009. Using Wiki technology to support student engagement: Lessons from the trenches. Computers & Education 52, σ.141–146
- Coleman, J. S. & Thomas Hoffer, 1987 Public and private high schools: the impact of communities, New York: Basic Books
- Coleman, J.S. 1988, "Social Capital in the creation of Human Capital" American Journal of Sociology, vol. 94, suppl. σελ. 95-120
- Coleman, J.S. 1990, Foundations of Social Theory, Cambridge, Mass: Harvard University Press
- Daniel W. 1990. "Kolmogorov–Smirnov one-sample test". Applied Nonparametric Statistics (2nd ed.). Boston: PWS-Kent. σελ. 319–330
- Daniel W. 1990. "Kruskal–Wallis one-way analysis of variance by ranks". Applied Nonparametric Statistics (2nd ed.). Boston: PWS-Kent. σελ. 226–234
- Dear, M. J. and Wolch, J. R., 1989. The Power of Geography: How Territory Shapes Social Life. Unwin Hyman, σελ. 1-18

- December, J. 1997. Notes on Defining of Computer-Mediated Communication. Computer-Mediated Communication Magazine, (3):1 . Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <http://www.december.com/cmc/mag/1987/jan/december.html>. Τελευταία προσπέλαση 27/06/2018
- DeLambo, D. A., Homa, D., Peters, R. H., DeLambo, A. M., & Chandras, K. V. 2011. Facebook and social media: Implications for Counseling College Students. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: http://counselingoutfitters.com/vistas/vistas11/Article_68.pdf
- DiNucci, Darcy 1999, "FragmentedFuture".Print53 (4):32, Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: http://darcy.d.com/fragmented_future.pdf. Τελευταία προσπέλαση 17/07/2017.
- Dogruer & al 2011 "What is the motivation for using Facebook?" Procedia Social and Behavioral Sciences, Vol. 15, σελ. 2642–2646
- Donath J., Boyd, D. 2004. Public displays of connection. BT Technology Journal, σελ. 71-82
- Donnachie K. A. 2015. Selfies, #me: Glimpses of Authenticity, Book Chapter in Ego Update, Published by Koenig Books, edited by Alain Bieber
- Drohse K. M., Fey P., Hoffken St., Landaou St., Zeile P. 2010 Mobile Applications in Urban Planning, MediaCity Conference 2010, Bauhaus-Universität Weimar, σελ. 499.
- Dunbar Robin I. M. 2010. How many friends does one person need?: Dunbar's number and other evolutionary quirks. London: Faber and Faber. σελ. 469–493
- Eco U. 1952. Costruire il nemico e altri scritti occasionali, μετ. Έφη Καλλιφατίδη «Κατασκευάζοντας τον ΞΕΘΡΟ», Εκδόσεις Ψυχογιός, Αθήνα.
- Ed Soja, 1980, 'The socio-spatial dialectic', Annals of the Association of American Geographers,: 70, σελ. 207-225
- Einstein A. 1952. Πώς βλέπω τον κόσμο, μετ. Μίνας Ζωγράφου-Μεραναίου, Εκδόσεις Μαρή, Αθήνα, σελ. 88
- Ellison N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. 2011. Connection strategies: social capital implications of Facebook-enabled communication practices. New Media & Society
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. 2007. The benefits of Facebook friends” Social capital and college students’ use of online social

network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), σελ.1143-1168.

Ellison, N., Lampe, C., Steinfield, C., Vitak, J. 2010. With a Little Help From My Friends. How Social Network Sites Affect Social Capital Processes. Στο Z. Papacharissi (επιμ.) *A Networked Self. Identity, Community, and Culture on Social Network Sites* σελ.124-145. New York and London: Routledge

Ellison, N., Steinfield, C., Lampe, C. 2007. The benefits of Facebook "Friends". *Social Capital and College students' use of Online Social Network Sites. Journal of Computer-Mediated Communication*, σελ. 1143-1168

Engelbreit M. 1998. *If You Can Dream It. Guideposts*, σελ. 6

Firmino J.R. 2003. Not just portals: Virtual Cities as Complex Sociotechnical Phenomena, *Journal of Urban Technology*, Vol.10, No 3, Carfax Publishing, σελ. 41

Forrester Reserch 2010. Κοινωνική ζωή και μέσα μαζικής ενημέρωσης. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <https://www.forrester.com/Social-Media/the-6-different-types-of-social-media-users-whichone-are-you/> Τελευταία προσπέλαση 17/08/2017

Friedland J., Rogerson K., 2009. How Political and Social Movements Form on the Internet and How they Change Over Time. Literature Review, Institute for Homeland Security Solutions, Applied research, Focused results, σελ. 1-11

Gates B. 1999. The Internet is becoming the town square for the global village of tomorrow. *Business @ the Speed of Thought*, σελ. 11

Giddens A. 2009. *Κοινωνιολογία*. Αθήνα: Gutenberg, σελ. 202

Gunawardena C., Hermans M., Sanchez D., Richmond C., 2009. "A Theoretical Framework for Building Online Communities of Practice with Social Networking Tools", σελ.8

Habermas 1962. *The Structural Transformation of the Public Sphere (1962)* ISBN 0-262-58108-6

Haythornthwaite, C. 2005. Social networks and Internet connectivity effects. *Information, Communication & Society*, σελ. 125-147

Hjarvard S. 2008. The Mediatization of Society. *Nordicom Review* 29:2, σελ. 105-134

Humer S. 2008. *Digitale Identitäten*, Taschenbuch, σελ. 34-36

- Internet world stats 2017. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα:
<https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>.
Τελευταία προσπέλαση 17/08/2017.
- Internet world stats 2018, Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα:
<https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>.
Τελευταία προσπέλαση 27/06/2018.
- Jackman, R.W. & Miller, R.A. 1998, "Social Capital and Politics", Annual Review of Political Science, 1: 47-73
- Jankowski N. 2002. Creating Community with Media: History, Theories and Scientific Investigations. Στο L. Lievrouw & S. Livingstone (επιμ.) The Handbook of New Media. London: Thousand Oaks [Calif.]: Sage, σελ. 55-74
- Jelenchick, L. A., Eickhoff, J. C., & Moreno, M. A. (2013). "Facebook depression? social networking site use and depression in older adolescents. Journal of Adolescent Health, 52, σελ. 128–130
- Jones, S. G. 1995. Understanding community in the information age. In S. G. Jones (Ed.), Cybersociety: Computer-mediated communication and community, Thousand Oaks, CA: Sage,. σελ. 16.
- Kaplan A. M. & Haenlein M. 2010, "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business Horizons", Vol. 53, σελ. 59-68.
- Kaplan, Haenlein, 2010, "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Medi" , Business Horizons, 53, σελ. 59-68.
- Kietzmann J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. 2011. Socialmedia? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. Business Horizons, 54, σελ. 241-251
- Kietzmann J., Hermkens K., McCarthy I. & Silvestre B. 2011. Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. Business Horizons, 54 (3), σελ. 241-251
- Kirschner, P. A., & Karpinski, A. C. 2010. Facebook and academic performance. Computers in Human Behavior, 26, σελ. 1237–1245
- Kitchin, R. 1998 Cyberspace: The World in the Wires, John Wiley and Sons, Chichester, σελ. 6

- Knoke, D. & Yang, S. 2008. *Social Network Analysis* (2η έκδ.). Los Angeles, London, New Delhi, Singapore: Sage, σ. 5
- Ku, Y. C., Chu, T. H., Tseng, C.H. 2013 Gratifications for using CMC technologies: a comparison among SNS, IM, and e-mail. *Computers in Human Behavior*, 29, σελ. 226–234
- Kuss D.J. & Griffiths M. D. 2011. Online Social-Networking and Addiction – A Review of the Psychological Literature, *International Journal of Environmental Research and Public Health*. Nottingham Trent University:UK σελ.226-234
- Landers R. N., & Lounsbury J. W. 2006. An investigation of Big Five and narrow personality traits in relation to Internet usage. *Computers in Human Behavior*, 22, σελ.283-293
- Lievrouw L. 2009, *New Media, Mediation, and Communication Study*. *Information, Communication & Society* 12: 3, σελ. 303-325
- Livingston J., 2008. *Founders at Work Stories of Startups' Early Days*. New York: Lead Editor Jeffrey Pepper.
- Livingstone S. 2009. On the Mediation of Everything. *Journal of Communication* 59:1, σελ. 1-18
- Manago, A. M., Taylor, T., & Greenfield, P. M. 2012. Me and My 400 Friends: The Anatomy of College Students' Facebook Networks, Their Communication Patterns, and Well-Being. *Developmental Psychology*, 48(2), σελ. 369-380.
- Mann H. & Whitney D. 1947. "On a Test of Whether one of Two Random Variables is Stochastically Larger than the Other". *Annals of Mathematical Statistics*. 18 (1): σελ. 50–60
- Manovich L. 2005. *Understanding Meta-Media*. 1000 Days of theory. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: www.ctheory.net/articles.aspx?id=493. Τελευταία προσπέλαση 5/10/2017
- McCrae R. R. & Costa P. T. 1987. Validation of the five-factor model of personality across instruments and observers, *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(1), σελ. 81-90
- McLuhan M. 1969. The playboy interview: Marshall McLuhan. *Playboy*, March 1969, σελ. 53-74.
- McLuhan M. 1964. *Understanding Media*. Εκδόσεις Πολιτεία, σελ. 18
- McLuhan M. 1964/2001. *Understanding Media*. London and New York: Routledge, Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα:

http://robynbacken.com/text/nw_research.pdf. Τελευταία προσπέλαση 5/10/2017

McLuhan, M. 1990 Media. Οι προεκτάσεις του ανθρώπου. (μτφρ.Σ. Μάνδρος). Αθήνα: Κάλβος, σελ. 75

McQuail D. 1994. Mass communication theory: An introduction. Sage, London, 6th Edition, σελ.43

McQuail, D. 1994: Mass communication theory: An introduction. Sage, London, 6th Edition, σελ. 43

Meng Hsiang Hsu, Teresa L. Ju, Chia-Hui Yen, Chun Ming Chang, 2006, "Knowledge sharing behavior in virtual communities: The relationship between trust, self-efficacy, and outcome expectations", International Journal of Human - Computer Studies, Volume 65, Issue 2, February 2007, σελ. 153-169

Meyrowitz J. (2004). The Rise of Glocality. New Senses of Place and Identity in the Global Village. The Global and the Local in Mobil Communication. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: http://www.hunfi.hu/mobil/Passagen_engl4_Meyrowitz.pdf. Τελευταία προσπέλαση 5/10/2017

Milardo, R 1988, "Families and social networks: An overview of theory and methodology. In R Milardo (Ed), Families and social networks, Newbury Park, CA: Sage σελ. 16.

Milgram S.1967 "An Experimental Study in the Small World Problem", Sociometry 35, vol. 4, σελ. 425-443.

Miller P.(2005), "Web 2.0: building the new library". Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <http://www.ariadne.ac.uk/issue45/miller/>. Τελευταία προσπέλαση 27/06/2017.

Mitchell C. 2012: "Should Your City Build Its Own Broadband Network?". Planetizen. Διαθέσιμη στην ιστοσελίδα: <http://www.planetizen.com/node/56484> Τελευταία προσπέλαση 11/02/2018

Mönkeberg S. 2014: Feststellungen der Identität? Über Nutzen und Laster digitaler Sichtbarkeit. In: Der Bürger im Staat 4/2014: Politik und Internet, σελ. 268-275

Muise, A., Christofides, E., & Desmarais, S. 2009. More information than you ever wanted: does facebook bring out the green-eyed monster of jealousy? CyberPsychology & Behavior, 12(4), σελ. 441-444

- Nabi, R. L., Prestin, A., & So, J. 2013. Facebook friends with (health) benefits? Exploring social network site use and perceptions of social support, stress, and well-being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 10, 721-727. <http://dx.doi.org/10.1089/cyber.2012.0521>.
- Nilsson S., Brynielson J., Granåsen M., Hellgren C., Lindquist S., Lundin M., Trnka J. 2012. Making use of New Media for pan-European Crisis Communication. Proceedings of the 9th International ISCRAM Conference – Vancouver, Canada.
- Obrist, M., Geerts, D., Brandtzæg, P.B., Tscheligi, M. (2008), “Design for creating, uploading and sharing user generated content”, *Human Factors in Computing Systems*, σελ. 2391–2394.
- O'Reilly Tim Network 2005, “What Is Web 2.0 Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software”. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <http://oreilly.com/lpt/a/6228>. Τελευταία προσπέλαση 11/07/2017.
- Owyang J, 2009, “Social Media Playtime Is Over”, σελ.3.
- Papacharissi Z. 2009. The virtual sphere 2.0: The internet, the public sphere and beyond. In A. Chadwick & Ph. N. Howard (Eds.), *Routledge handbook of Internet politics* Oxon, USA: Routledge, σελ. 230-245.
- Papacharissi Z. 2010. Conclusion. A Networked Self. Στο Z. Papacharissi (επιμ.) *A Networked Self. Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, σελ. 304-318
- Papathanasopoulos S. 2011. *European Media: Structures, Policies and Identity*, Εκδόσεις: Polity, σελ. 24
- Pescosolido BA 2012 *The Sociology of Social Networks*. In: Bryant CD and Peck DL (eds) *The Handbook of 21st Century Sociology*. Thousand Oaks, CA: Sage, σελ. 208-217.
- Portes, A. 1998, “Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology”, *Annual Review of Sociology* 24: 1-24
- Portes, A. 1998, “Social Capital: Its origins and applications in modern sociology”, *Annual Review of Sociology*, 24: 1-24
- Portes, A. and Sensenbrenner, J. 1993 “Embeddedness and immigration: Notes on the social determinants of economic action”. *American Journal of Sociology*, 98 (6), 1320-50
- Putnam, R.D. 1993, “The Prosperous Community: Social capital and public life”, *The American Prospect*, 4 (13), March 21.
- Putnam, R.D. 1995, “Bowling Alone: America’s declining social capital – An Interview with Robert Putnam”, *Journal of Democracy*, 6 (1): 65-78

- Putnam, R.D. 2000, *Bowling Alone: The collapse and revival of American community*, New York: Touchstone
- Qualman E., 2013. *Socialmonics, How Social Media Transforms The Way we Live and Do Business*. Second Edition, Hoboken New Jersey, Published by John Wiley and Sons, Inc.
- Quan-Hasse, A., Wellman, B. (2004). How does the Internet Affect Social Capital. Στο M. Huysman & V. Wulf (επιμ.) *Social Capital and Information Technology*, MIT, σελ.113-132
- Reicher S. D. 1984. The determination of collective behaviour. copac.jisc.ac.uk (PhD thesis). University of Aberdeen
- Reicher Stephen David 1984. The determination of collective behaviour. copac.jisc.ac.uk (PhD thesis). University of Aberdeen
- Riley T. 1999. *The Un-Private House*, Νέα Υόρκη: MOMA. Διαθέσιμη στην ιστοσελίδα:
https://www.moma.org/documents/moma_catalogue_192_300105961.pdf
f. Τελευταία προσπέλαση 13/02/2018, σελ. 9-38
- Robbins A.1986. *Unlimited Power*. Εκδόσεις Διόπτρα, σελ. 68
- Rohr Lopes, A. 2014. "The Impact of Social Media on Social Movements: The New Opportunity and Mobilizing Structure. *Journal of Political Science Research*", Creighton University. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα:
<http://public.wartburg.edu/mpsurc/images/Lopes.pdf> Τελευταία προσπέλαση 5/02/2018
- Rondos & Papanis 2008. social networks and employment in the north Aegean sea region, *The Journal of International Social Research* Volume 1/5 σελ. 659.
- Safko L. & Brake D. 2009. *The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success*. John Wiley & Sons. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα:
<http://msport04.free.fr/Books/The%20Social%20Media%20Bible.pdf> .
Τελευταία προσπέλαση 17/07/2017, σελ. 25-32.
- Safran C. 2010. *Social Media in Education*. Institute for Information Systems and Computer Media, Graz University of Technology
- Sagan C. 1996. *Σκεπτικιστής* Vol. 4, no. 4, σελ. 10-17.
- Schultz, Th. 1975 "The value of the ability to deal with disequilibria", *Journal of Economic Literature*, 13 (3), 827-846.

- Seidman G. 2013. Self-presentation and belonging on Facebook: How personality influences social media use and motivations. *Personality and Individual Differences*, 54, σελ. 402-407
- Selwyn, N, S. Gorard, and J. Furlong 2005. Whose Internet is it Anyway? Exploring Adults' (Non) Use of the Internet in Everyday Life. *European Journal of Communication*, (20)1, σελ. 5-26.
- Sevilla, C. 2012. Social Network Addiction and Your Next Case. *Attorney Journal*. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <http://attorneyjournal.us/blog/2012/08/02/social-networkaddiction-and-your-next-case/>
- Shaw G. B. 1944. Η πεμπουσία του ιφενισμού. Εκδόσεις Δωδώνη, σελ. 138
- Siapera E. 2012. *Understanding New Media*. London: Sage Publications Ltd, σελ. 191-208
- Silverstone R. 2002. Complicity and Collusion in the Mediation of Everyday Life. *New Literary History* 33:4, σελ. 761-780
- Sim Wee Sing J., Hew K. 2010. "The use of weblogs in higher education settings: A review of empirical research", *Educational Research Review* 5, σελ. 151-163
- Spivack N. 2007. http://novaspivack.typepad.com/nova_spivacks_weblog Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: https://en.wikipedia.org/wiki/Nova_Spivack. Τελευταία προσπέλαση 7/06/2017.
- Steinfeld & al 2008. "Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis", *Journal of Applied Developmental Psychology* Vol. 29, σελ. 434-445
- Thackeray, Neiger, Hanson, McKenzie, (2008), "Enhancing Promotional Strategies within Social Marketing Programs: Use of Web 2.0 Social Media", *Social Marketing and Health Communication, Health Promotion Practice*, October 2008 Vol. 9, No. 4, σελ. 338-345.
- Theocharis Y. & Van Deth J. 2018. *Political Participation in a Changing World*, Routledge, σελ. 11-28
- Tidwell, L.C. & Walther, J.B. 2002. Computermediated communication effects on disclosure, impressions, and interpersonal evaluations: Getting to know one another a bit at a time. *Human Communication Research*, 28, σελ. 317-348
- Tom Robinson, Clark Callahan, Kristoffer Boyle, Erica Rivera, Janice K Cho. *International Journal of Virtual Communities and Social Networking*, 2017; 9 (2): 46 DOI: 10.4018/IJVCSN.2017040103

- Tonkin, S. 2010. Getting hyper-personal. *Global Media Journal: Australian Edition*, 4(1), σελ. 1-9.
- Tonnies F. (2002). *Community and society*. New York: Dover Publications, Inc. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: http://www.langtoninfo.com/web_content/9780521561198_frontmatter.pdf. Τελευταία προσπέλαση 5/10/2017
- Tricia M. Farwell & Richard D. Waters 2010. Exploring the Use of Social Bookmarking Technology in Education: An Analysis of Students' Experiences using a Course-specific Delicious.com Account. *MERLOT Journal of Online Learning and Teaching*, Vol. 6, No. 2, June 2010.
- Tsekeris, Charalambos; Katerelos, Ioannis 2014. *The Social Dynamics of Web 2.0*. Routledge, σελ.14.
- Turkle S., 1995. *Life on the screen: Identity in the age of Internet*. Νέα Υόρκη: Simon & Schuster , σελ.267
- Valenzuela, S., Park, N., Kee, K. 2009. Is There Social Capital in a Social Network Site?: Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation. *Journal of Computer-Mediated Communication* σελ. 875-901
- Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten, A. P. 2006. Friend networking sites and their relationship to adolescents' well-being and social self-esteem. *CyberPsychology and Behavior*, 9, σελ. 584–590.
- van Dijk J. 2006. *The Network Society* (2η έκδ.). London: Sag, σελ. 9
- van Dijk J. 2006. *The Network Society* (2η έκδ.). London: Sag, σελ. 30
- Walther J.B. 1992. Interpersonal effects in computermediated communication: A relational perspective, *Communication Research*, 19,σελ. 52-90
- Walther J.B. 1996. Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interactions. *Communication Research*, 23, σελ. 1-43
- Wellman B. 1997. An electronic group is virtually a social network. *Culture of the Internet*. (4), σελ. 179-205
- Wellman B. 2001. Physical Place and Cyberplace: The Rise of Personalized Networking. *International Journal of Urban and Regional Research* 25:2, σ. 227-252
- Wellman B., Quan-Haase A., Witte J., Hampton K. 2001. Does the Internet, Decrease, or Supplement Social Capital?: *Social Networks*,

- Participation, and Community Commitment. *American Behavioral Scientist* 45: σελ. 436-455
- Wellman, B. 1983. Network Analysis: Some Basic Principles. *Sociological Theory* 1, σελ. 155-200
- Wellman, B. 2001. Physical Place and Cyberplace: The Rise of Personalized Networking. *International Journal of Urban and Regional Research* σελ. 227-252
- Wikipedia (web 2.0) Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: https://el.wikipedia.org/wiki/Web_2.0. Τελευταία προσπέλαση 10/06/2017.
- Williams D. 2006. On and Off the Net: Scales for Social Capital in an Online Era. *Journal of Computer Mediated Communication* 11: σελ. 593-628
- Williams, D. 2006. On and Off the Net: Scales for Social Capital in an Online Era. *Journal of Computer Mediated Communication*, σελ.593-628
- Wilson K., Fornasier S., & White K. M. 2010. Psychological Predictors of Young Adults' Use of Social Networking Sites. *Cyberpsychology, Behavior & Social Networking*, 13(2), σελ. 173-177
- Wunsch Vincent, Vickery 2007, "Working Party on the Information Economy, PARTICIPATIVE WEB: USER-CREATED CONTENT". Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <http://www.oecd.org/internet/ieconomy/38393115.pdf>. Τελευταία προσπέλαση 27/06/2017.
- Zhang J. 2010, "Social Media and Distance Education", Instructional Support Specialist Center for Support of Instruction,. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <http://deoracle.org/online-pedagogy/emerging-technologies/social-media-and-distance-education.html>. Τελευταία προσπέλαση 22/06/2017
- Zhang, J. 2010. Social media and distance education. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <http://deoracle.org/online-pedagogy/emerging-technologies/social-media-anddistance-education.html?PHPSESSID=adb9b0c9f094d0d923de6f3b3f65ef7a>. Τελευταία προσπέλαση 20/06/2017.
- Zhao S. 2006. The internet and the Transformation of the Reality of Everyday Life: Toward a New Analytic Stance in Sociology. *Sociological Inquiry* 76:4, σελ. 458-474
- Zywica J., & Danowski J. 2008. The faces of Facebookers: Investigating social enhancement and social compensation hypotheses; Predicting Facebook™ and offline popularity from sociability and self-esteem, and

mapping the meanings of popularity with semantic networks. Journal of Computer-Mediated Communication, 14(1), σελ. 1-34

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ:

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι:

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ - ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ (FACEBOOK, TWITTER, κλπ)

ΜΕΡΟΣ Α'

1. Φύλο

- ΑΝΔΡΑΣ ΓΥΝΑΙΚΑ

2. Σε ποια ηλικιακή ομάδα ανήκετε;

- 12-18
 19-30
 31-45
 46-65
 66 και άνω

3. Ανήκετε σε κάποιο κοινωνικό δίκτυο;

- ΝΑΙ ΟΧΙ

4. Ποια από τα παρακάτω μέσα κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιείτε;

- Facebook
 Google+
 Twitter
 Instagram
 LinkedIn
 ΑΛΛΟ:

5. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τις σελίδες ηλεκτρονικής δικτύωσης:

	Μέχρι 2 ώρες την ημέρα	Πάνω από 2 ώρες την ημέρα	Κάποιες ώρες την εβδομάδα	Κάποιες ώρες το μήνα	Σχεδόν καθόλου
Facebook	5	4	3	2	1
Google+	5	4	3	2	1
Twitter	5	4	3	2	1
Instagram	5	4	3	2	1
LinkedIn	5	4	3	2	1

Άλλο...	5	4	3	2	1
---------	---	---	---	---	---

6. Πόσο συμφωνείς με τις παρακάτω δηλώσεις χρήσης των ΜΚΔ:

	Σε πολύ μεγάλο βαθμό	Σε μεγάλο βαθμό	Ούτε μικρό, ούτε μεγάλο βαθμό	Σε μικρό βαθμό	Σχεδόν καθόλου
Να επικοινωνώ με άλλους	5	4	3	2	1
Να κρατώ επαφή με παλιούς φίλους ή με φίλους στο εξωτερικό	5	4	3	2	1
Να ενημερώνομαι	5	4	3	2	1
Για να μοιράζομαι προσωπικές φωτογραφίες και βίντεο	5	4	3	2	1
Να παίζω παιχνίδια	5	4	3	2	1
Να παρακολουθώ βιντεάκια και να ακούω μουσική	5	4	3	2	1
Από περιέργεια	5	4	3	2	1
Να «παρακολουθώ» τους φίλους μου	5	4	3	2	1
Διότι με πίεσαν οι φίλοι μου να γίνω μέλος	5	4	3	2	1
Για αναζήτηση εργασίας	5	4	3	2	1
Για να κάνω νέους/ες φίλους/γνωριμίες	5	4	3	2	1
Για να γεμίσω τον ελεύθερο χρόνο μου	5	4	3	2	1
Γιατί είναι στη μόδα	5	4	3	2	1
Για να προβάλω τον εαυτό μου	5	4	3	2	1

7. Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε ή διαφωνείτε με κάθε μια από τις παρακάτω προτάσεις:

	Συμφωνώ απόλυτα	συμφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Διαφωνώ	Διαφωνώ πλήρως
Τα ΜΚΔ μου επιτρέπουν να εκφραστώ ελεύθερα	5	4	3	2	1
Τα ΜΚΔ συμβάλλουν στην αστραπιαία μετάδοση των παγκόσμιων γεγονότων	5	4	3	2	1
Τα ΜΚΔ τείνουν να αντικαταστήσουν την άμεση ανθρώπινη επαφή	5	4	3	2	1
Τα σχόλια/απόψεις των άλλων χρηστών επηρεάζουν τις απόψεις μου	5	4	3	2	1
Οι πολιτικές πεποιθήσεις μου έχουν επηρεαστεί από άλλους δικτυακούς φίλους μου/followers	5	4	3	2	1
Ως μέλος ενός ΜΚΔ έχω μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση και δύναμη	5	4	3	2	1
Έχω αντιμετωπίσει πολλές φορές τα προβλήματά μου ανταλλάσσοντας απόψεις με άλλους δικτυακούς φίλους/ followers	5	4	3	2	1
Διότι τα ΜΚΔ είναι και ένας τρόπος ανέξοδης ψυχαγωγίας	5	4	3	2	1

Τα ΜΚΔ προάγουν την ελευθερία του λόγου	5	4	3	2	1
---	---	---	---	---	---

8. Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε με τις παρακάτω δηλώσεις χρήσης των ΜΚΔ;

	<i>Πολύ μεγάλο βαθμό</i>	<i>μεγάλο βαθμό</i>	<i>Ούτε μικρό, ούτε μεγάλο βαθμό</i>	<i>Μικρό βαθμό</i>	<i>καθόλου</i>
Συμμετέχω σε ομάδες κοινών ενδιαφερόντων (blogs, forum)	5	4	3	2	1
Μοιράζομαι τη γνώμη μου για ένα θέμα που μου φαίνεται ενδιαφέρον	5	4	3	2	1
Διαβάζω άρθρα στα blogs	5	4	3	2	1
Γράφω άρθρα στα blogs	5	4	3	2	1
Σχολιάζω το περιεχόμενο που με ενδιαφέρει (comments)	5	4	3	2	1
Γίνομαι μέλος σε εφαρμογές που μου αρέσουν	5	4	3	2	1
Παίζω διαδικτυακά παιχνίδια	5	4	3	2	1
Τσεκάρω το προφίλ των φίλων/ακολουθών μου	5	4	3	2	1
Μοιράζομαι την άποψή μου για τις κοινωνικές, οικονομικές και πολιτικές εξελίξεις της χώρας μου	5	4	3	2	1
Κάνω "like" σε οτιδήποτε μου αρέσει	5	4	3	2	1
Κοινοποιώ στο προφίλ μου καταστάσεις συνδέσμων, φωτογραφίες	5	4	3	2	1

9. Για ποιο λόγο ΔΕΝ θα επιλέγατε να χρησιμοποιήσετε σελίδες ΜΚΔ;

	<i>Συμφωνώ απόλυτα</i>	<i>συμφωνώ</i>	<i>Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ</i>	<i>Διαφωνώ</i>	<i>Διαφωνώ απόλυτα</i>
Τα ΜΚΔ δεν με ενδιαφέρουν	5	4	3	2	1
Η χρήση τους είναι εξαιρετικά χρονοβόρα	5	4	3	2	1
Δεν είναι αξιόπιστες	5	4	3	2	1
Δεν είναι ασφαλείς	5	4	3	2	1
Εκτίθεται η προσωπική ζωή των χρηστών στα ΜΚΔ	5	4	3	2	1

10. Πόσο καιρό είστε χρήστης σε κάποιο ΜΚΔ;

- Λιγότερο από ένα χρόνο
- Περίπου ένα χρόνο
- 2 -3 χρόνια
- 4 - 6 χρόνια
- Πάνω από 6 χρόνια

**11. Τι είδους στοιχεία προτιμάτε να δημοσιεύετε στο κοινωνικό δίκτυο;
(επιλέξτε όσα ταιριάζουν)**

- Ονοματεπώνυμο
- Προσωπικές Φωτογραφίες
- Προσωπικά video
- Πληροφορίες για εσάς
- Πληροφορίες για τους φίλους σας
- Τη διεύθυνσή σας
- Τα «στέκια» σας
- Ηλικία
- Τηλέφωνο
- Σχολεία / εκπαιδευτικά ιδρύματα
- Ενδιαφέροντα
- ΑΛΛΟ:

12. Πόσους φίλους έχετε στο Facebook;

- Κάτω από 100
- 101-200
- 201-500
- 501-1000
- Πάνω από 1001

13. Ποιες ηλικίες έχουν κυρίως οι επαφές σας;

- έως 14
- 15-34
- 35-64
- 65+

14. Τι ποσοστό από τις επαφές σου στο κοινωνικό δίκτυο γνωρίζεις προσωπικά;

- 0-10%
- 11-30%
- 31-50%
- 51-75%
- πάνω από 75%

15. Όταν κάποιος σας στέλνει αίτημα φιλίας:

- Αποδέχεστε αμέσως το αίτημα
- Δεν το αποδέχεστε
- Λαμβάνετε υπόψη σας κάποια κριτήρια

16. Ποια κριτήρια παίρνετε υπ' όψιν σας για να προσθέσετε ένα φίλο ή μια σύνδεση;

- Αν είναι γνωστό το όνομα του χρήστη
- Το φύλο του
- Η φωτογραφία του/της
- Οι φίλοι του/της
- Οι ομάδες στις οποίες ανήκει
- Η ηλικία του/της
- Τα κοινά ενδιαφέροντα
- Συστάσεις/υποδείξεις από άλλους φίλους
- Η δυνατότητα προσφοράς πιστωτικών μονάδων ή δώρων σε διαδικτυακά παιχνίδια (πχ farmville)
- Η χώρα από την οποία κατάγεται
- ΑΛΛΟ:

17. Τι προτιμάτε να κάνετε στο κοινωνικό δίκτυο;

- Αναζητώ νέους φίλους
- Παίζω παιχνίδια
- Κάνω chat
- Μοιράζομαι τη σκέψη/άποψη μου με τους φίλους μου
- Συμμετέχω σε ομάδες και σελίδες που ταυτίζονται με τις απόψεις και τα ενδιαφέροντα μου
- Ενημερώνομαι για εκδηλώσεις που διοργανώνονται στην περιοχή που διαμένω
- Αναζητώ παλιές γνωριμίες
- «φλερτ»
- Ενδιαφέρομαι για τα προσωπικά στοιχεία γνωστών
- Μαθαίνω νέα των φίλων ή συγγενών μου από το εξωτερικό
- Ανεβάζω τραγούδια
- Δημοσιοποιώ βίντεο
- Ανεβάζω φωτογραφίες
- Κάνω σχόλια στις φωτογραφίες των φίλων μου και απαντώ σε δικά τους σχόλια
- ΑΛΛΟ:

18. Με ποιον μιλάτε στο chat;

- Δεν μιλάω σε κανένα
- Μιλάω μόνο σε άτομα που ξέρω
- Δε μιλάω σε άτομα που δεν ξέρω
- Μιλάω σε όλους τους συνομήλικούς μου ανεξαρτήτως αν τους γνωρίζω ή όχι
- Μιλάω σε όλους ανεξαρτήτως φύλου και ηλικίας
- Μιλάω μόνο στην περίπτωση που μου μιλήσει ο άλλος
- ΑΛΛΟ:

19. Κάνετε σχέσεις μέσω κοινωνικών δικτύων;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

20. Έχετε συναντηθεί ποτέ με κάποιον που έχετε γνωρίσει από κοινωνικό δίκτυο;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

21. Πιστεύετε ότι το κοινωνικό δίκτυο αποτελεί μέσω κοινωνικοποίησης των νέων;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

22. Νομίζετε ότι τα κοινωνικά δίκτυα συμβάλλουν στη βελτίωση των ανθρωπίνων σχέσεων;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

23. Νομίζετε πως το να συμμετέχετε σε ένα κοινωνικό δίκτυο, συμβάλλει στη κοινωνική αποδοχή σας; (πχ σε νέες γνωριμίες, παρέες)

ΝΑΙ

ΟΧΙ

24. Πιστεύετε ότι τα κοινωνικά δίκτυα μπορεί να είναι επικίνδυνα για τους μαθητές ή γενικότερα για τους ανήλικους;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

25. Νιώθετε περισσότερο «ανοιχτός»/εξωστρεφής να φτιάχνετε καινούργιες σχέσεις (φιλίας ή άλλες);

ΝΑΙ

ΟΧΙ

ΜΕΡΟΣ Β΄

1. Σε ποια περιοχή της Καλαμάτας κατοικείτε;

- εμπορικό κέντρο
- περιοχή Αγίας Τριάδας
- ιστορικό κέντρο – Άγιοι Απόστολοι
- Ράχη
- Καλύβια
- Πέταλο
- Αγία Άννα
- οδός Ναυαρίνου (παραλιακή ζώνη)
- Καλλιθέα
- Βέργα
- Δυτ. Παραλία – Γουλιμίδες - Μπουρνιάς
- περιοχή οδού Αθηνών
- Γιαννιτσάνικα

2. Υπηκοότητα

- Ελληνική
- Ανεπτυγμένων οικονομικά χωρών
- Λοιπών χωρών

3. Επίπεδο εκπαίδευσης

- Πρωτοβάθμια
- Δευτεροβάθμια
- Τριτοβάθμια

4. Απασχόληση

- Εργαζόμενος
- Άνεργος
- Μαθητής/Φοιτητής
- Συνταξιούχος

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ:

κωδικοποίηση του ερωτηματολογίου για το SPSS

NAME= [EMAIL ADDRESS]

Q01.SEX: ΑΝΔΡΑΣ=1, ΓΥΝΑΙΚΑ=2

Q02.AGE: 12-18=1, 19-30=2, 31-45=3, 46-65=4, 66 και άνω=5

Q03.SOCIALNETWORK: ΝΑΙ=1, ΟΧΙ=2

Q04.IDNETWORK: Facebook=1, Google+=2, Twitter=3, Instagram=4, LinkedIn=5, Jobsite.co=6, foursquare=7, YouTube=8, skype=9, Viber=10, mail=11, Nothing=12, Diaspora=13, Pinterest=14, Snapchat=15

Q05A.FACEBOOK_USE: Μέχρι 2 ώρες την ημέρα=1, Πάνω από 2 ώρες την ημέρα=2, Κάποιες ώρες την εβδομάδα=3, Κάποιες ώρες το μήνα=4, Σχεδόν καθόλου=5

Q05B.GOOGLE+_USE: Μέχρι 2 ώρες την ημέρα=1, Πάνω από 2 ώρες την ημέρα=2, Κάποιες ώρες την εβδομάδα=3, Κάποιες ώρες το μήνα=4, Σχεδόν καθόλου=5

Q05C.TWITTER_USE: Μέχρι 2 ώρες την ημέρα=1, Πάνω από 2 ώρες την ημέρα=2, Κάποιες ώρες την εβδομάδα=3, Κάποιες ώρες το μήνα=4, Σχεδόν καθόλου=5

Q05D.INSTAGRAM_USE: Μέχρι 2 ώρες την ημέρα=1, Πάνω από 2 ώρες την ημέρα=2, Κάποιες ώρες την εβδομάδα=3, Κάποιες ώρες το μήνα=4, Σχεδόν καθόλου=5

Q05E.LINKEDIN_USE: Μέχρι 2 ώρες την ημέρα=1, Πάνω από 2 ώρες την ημέρα=2, Κάποιες ώρες την εβδομάδα=3, Κάποιες ώρες το μήνα=4, Σχεδόν καθόλου=5

Q05F.OTHER_USE: Μέχρι 2 ώρες την ημέρα=1, Πάνω από 2 ώρες την ημέρα=2, Κάποιες ώρες την εβδομάδα=3, Κάποιες ώρες το μήνα=4, Σχεδόν καθόλου=5

Q06A.OTHERS: Σχεδόν καθόλου=1, Σε μικρό βαθμό=2, Ούτε μικρό, ούτε μεγάλο βαθμό=3, Σε μεγάλο βαθμό=4, Σε πολύ μεγάλο βαθμό=5

Q06B.CONTACT_FRIENDS: Σχεδόν καθόλου=1, Σε μικρό βαθμό=2, Ούτε μικρό, ούτε μεγάλο βαθμό=3, Σε μεγάλο βαθμό=4, Σε πολύ μεγάλο βαθμό=5

Q06C.INFORM: Σχεδόν καθόλου=1, Σε μικρό βαθμό=2, Ούτε μικρό, ούτε μεγάλο βαθμό=3, Σε μεγάλο βαθμό=4, Σε πολύ μεγάλο βαθμό=5

Q06D.SHARE: Σχεδόν καθόλου=1, Σε μικρό βαθμό=2, Ούτε μικρό, ούτε μεγάλο βαθμό=3, Σε μεγάλο βαθμό=4, Σε πολύ μεγάλο βαθμό=5

Q06E.GAMES: Σχεδόν καθόλου=1, Σε μικρό βαθμό=2, Ούτε μικρό, ούτε μεγάλο βαθμό=3, Σε μεγάλο βαθμό=4, Σε πολύ μεγάλο βαθμό=5

Q06F.VIDEO_MUSIC: Σχεδόν καθόλου=1, Σε μικρό βαθμό=2, Ούτε μικρό, ούτε μεγάλο βαθμό=3, Σε μεγάλο βαθμό=4, Σε πολύ μεγάλο βαθμό=5

Q06G.CURIOSITY: Σχεδόν καθόλου=1, Σε μικρό βαθμό=2, Ούτε μικρό, ούτε μεγάλο βαθμό=3, Σε μεγάλο βαθμό=4, Σε πολύ μεγάλο βαθμό=5

Q06H.OBSERVE: Σχεδόν καθόλου=1, Σε μικρό βαθμό=2, Ούτε μικρό, ούτε μεγάλο βαθμό=3, Σε μεγάλο βαθμό=4, Σε πολύ μεγάλο βαθμό=5

Q06I.FRIENDS_PRESSURE: Σχεδόν καθόλου=1, Σε μικρό βαθμό=2, Ούτε μικρό, ούτε μεγάλο βαθμό=3, Σε μεγάλο βαθμό=4, Σε πολύ μεγάλο βαθμό=5

Q06J.JOB_SEARCH: Σχεδόν καθόλου=1, Σε μικρό βαθμό=2, Ούτε μικρό, ούτε μεγάλο βαθμό=3, Σε μεγάλο βαθμό=4, Σε πολύ μεγάλο βαθμό=5

Q06K.CONTACTS: Σχεδόν καθόλου=1, Σε μικρό βαθμό=2, Ούτε μικρό, ούτε μεγάλο βαθμό=3, Σε μεγάλο βαθμό=4, Σε πολύ μεγάλο βαθμό=5

Q06L.FIND_FRIENDS: Σχεδόν καθόλου=1, Σε μικρό βαθμό=2, Ούτε μικρό, ούτε μεγάλο βαθμό=3, Σε μεγάλο βαθμό=4, Σε πολύ μεγάλο βαθμό=5

Q06M.FREE_TIME: Σχεδόν καθόλου=1, Σε μικρό βαθμό=2, Ούτε μικρό, ούτε μεγάλο βαθμό=3, Σε μεγάλο βαθμό=4, Σε πολύ μεγάλο βαθμό=5

Q06N.TRENDY: Σχεδόν καθόλου=1, Σε μικρό βαθμό=2, Ούτε μικρό, ούτε μεγάλο βαθμό=3, Σε μεγάλο βαθμό=4, Σε πολύ μεγάλο βαθμό=5

Q06O.SELF_PROMOTION: Σχεδόν καθόλου=1, Σε μικρό βαθμό=2, Ούτε μικρό, ούτε μεγάλο βαθμό=3, Σε μεγάλο βαθμό=4, Σε πολύ μεγάλο βαθμό=5

Q07A.FREE_EXPRESSION: Συμφωνώ απόλυτα=5, Συμφωνώ=4, Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ=3, Διαφωνώ=2, Διαφωνώ πλήρως=1

Q07B.FAST_TRANSMISSION: Συμφωνώ απόλυτα=5, Συμφωνώ=4, Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ=3, Διαφωνώ=2, Διαφωνώ πλήρως=1

Q07C.REPLACE_HUMAN_CONTACT: Συμφωνώ απόλυτα=5, Συμφωνώ=4, Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ=3, Διαφωνώ=2, Διαφωνώ πλήρως=1

Q07D.OTHER_COMMENTS: Συμφωνώ απόλυτα=5, Συμφωνώ=4, Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ=3, Διαφωνώ=2, Διαφωνώ πλήρως=1

Q07E.POLITICAL_BELIEFS: Συμφωνώ απόλυτα=5, Συμφωνώ=4, Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ=3, Διαφωνώ=2, Διαφωνώ πλήρως=1

Q07F.CONFIDENCE: Συμφωνώ απόλυτα=5, Συμφωνώ=4, Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ=3, Διαφωνώ=2, Διαφωνώ πλήρως=1

Q07G.SHARE_PROBLEMS: Συμφωνώ απόλυτα=5, Συμφωνώ=4, Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ=3, Διαφωνώ=2, Διαφωνώ πλήρως=1

Q07H.FREE_ENTERTAINMENT: Συμφωνώ απόλυτα=5, Συμφωνώ=4, Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ=3, Διαφωνώ=2, Διαφωνώ πλήρως=1

Q07I.FREEDOM_OF_SPEECH: Συμφωνώ απόλυτα=5, Συμφωνώ=4, Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ=3, Διαφωνώ=2, Διαφωνώ πλήρως=1

Q08A.BLOGS_FORUM: Σε πολύ μεγάλο βαθμό=5, Σε μεγάλο βαθμό=4, Ούτε μικρό, ούτε μεγάλο βαθμό=3, Σε μικρό βαθμό=2, Καθόλου=1

Q08B.SHARE_MY_OPINION: Σε πολύ μεγάλο βαθμό=5, Σε μεγάλο βαθμό=4, Ούτε μικρό, ούτε μεγάλο βαθμό=3, Σε μικρό βαθμό=2, Καθόλου=1

Q08C.READ_BLOGS: Σε πολύ μεγάλο βαθμό=5, Σε μεγάλο βαθμό=4, Ούτε μικρό, ούτε μεγάλο βαθμό=3, Σε μικρό βαθμό=2, Καθόλου=1

Q08D.WRITE_BLOGS: Σε πολύ μεγάλο βαθμό=5, Σε μεγάλο βαθμό=4, Ούτε μικρό, ούτε μεγάλο βαθμό=3, Σε μικρό βαθμό=2, Καθόλου=1

Q08E.COMMENTS: Σε πολύ μεγάλο βαθμό=5, Σε μεγάλο βαθμό=4, Ούτε μικρό, ούτε μεγάλο βαθμό=3, Σε μικρό βαθμό=2, Καθόλου=1

Q08F.APPLICATIONS: Σε πολύ μεγάλο βαθμό=5, Σε μεγάλο βαθμό=4, Ούτε μικρό, ούτε μεγάλο βαθμό=3, Σε μικρό βαθμό=2, Καθόλου=1

Q08G.GAMES: Σε πολύ μεγάλο βαθμό=5, Σε μεγάλο βαθμό=4, Ούτε μικρό, ούτε μεγάλο βαθμό=3, Σε μικρό βαθμό=2, Καθόλου=1

Q08I.ECONOMY_POLITICAL: Σε πολύ μεγάλο βαθμό=5, Σε μεγάλο βαθμό=4, Ούτε μικρό, ούτε μεγάλο βαθμό=3, Σε μικρό βαθμό=2, Καθόλου=1

Q08J.LIKE: Σε πολύ μεγάλο βαθμό=5, Σε μεγάλο βαθμό=4, Ούτε μικρό, ούτε μεγάλο βαθμό=3, Σε μικρό βαθμό=2, Καθόλου=1

Q08K.SHARE: Σε πολύ μεγάλο βαθμό=5, Σε μεγάλο βαθμό=4, Ούτε μικρό, ούτε μεγάλο βαθμό=3, Σε μικρό βαθμό=2, Καθόλου=1

Q09A.NOT_INTERESTING: Συμφωνώ απόλυτα=5, Συμφωνώ=4, Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ=3, Διαφωνώ=2, Διαφωνώ απόλυτα=1

Q09B.LENGTHY: Συμφωνώ απόλυτα=5, Συμφωνώ=4, Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ=3, Διαφωνώ=2, Διαφωνώ απόλυτα=1

Q09C.RELIABILITY: Συμφωνώ απόλυτα=5, Συμφωνώ=4, Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ=3, Διαφωνώ=2, Διαφωνώ απόλυτα=1

Q09D.SAFETY: Συμφωνώ απόλυτα=5, Συμφωνώ=4, Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ=3, Διαφωνώ=2, Διαφωνώ απόλυτα=1

Q09E.PRIVACY: Συμφωνώ απόλυτα=5, Συμφωνώ=4, Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ=3, Διαφωνώ=2, Διαφωνώ απόλυτα=1

Q10.USE: Λιγότερο από ένα χρόνο=1, Περίπου ένα χρόνο=2, 2-3 χρόνια=3, 4-6 χρόνια=4, Πάνω από έξι χρόνια=5

Q11.PUBLISH_DATA: Ονοματεπώνυμο=1, Προσωπικές Φωτογραφίες=2, Προσωπικά video=3, Πληροφορίες για εσάς=4, Πληροφορίες για τους φίλους σας=5, Τη διεύθυνσή σας=6, Τα «στέκια» σας=7, Ηλικία=8, Τηλέφωνο=9, Σχολεία / εκπαιδευτικά ιδρύματα=10, Ενδιαφέροντα=11, καταστάσεις=12, Άρθρα=13, Τίποτα=14, Εκδηλώσεις=15, Ειδήσεις=16

Q12.NUMBER_FRIENDS: Κάτω από 100=1, 101-200=2, 201-500=3, 501-1000=4, Πάνω από 1001=5

Q13.FRIENDS_AGE: έως 14=1, 15-34=2, 35-64=3, 65+=4,

Q14.PERCENT_KNOW_CONTACT: 0-10%=1, 11-30%=2, 31-50%=3, 51-75%=4, πάνω από 75%=5

Q15.WHEN_SB_REQUEST: Αποδέχεστε αμέσως το αίτημα=1, Δεν το αποδέχεστε=2, Λαμβάνετε υπόψη σας κάποια κριτήρια=3

Q16.CRITERIA_ADD: Αν είναι γνωστό το όνομα του χρήστη=1, Το φύλο του/της=2, Τη φωτογραφία του/της=3, Τους φίλους του/της=4, Τις ομάδες στις οποίες ανήκει=5, Την ηλικία του/της=6, Τα κοινά ενδιαφέροντα=7, Τις συστάσεις/υποδείξεις από άλλους φίλους=8, Τη δυνατότητα προσφοράς πιστωτικών μονάδων ή δώρων σε διαδικτυακά παιχνίδια (πχ farmville)=9, Τη χώρα από την οποία κατάγεται=10, Αν είναι επαρκές πρόσωπο ή ψεύτικος λογαριασμός=11, Το τόπο διαμονής=12

Q17.LIKE_TO_DO: Αναζητώ νέους φίλους=1, Παίζω παιχνίδια=2, Κάνω chat=3, Μοιράζομαι τη σκέψη/άποψη μου με τους φίλους μου=4, Συμμετέχω σε ομάδες και σελίδες που ταυτίζονται με τις απόψεις και τα ενδιαφέροντα μου=5, Ενημερώνομαι για εκδηλώσεις που διοργανώνονται στην περιοχή που διαμένω=6, Αναζητώ παλιές γνωριμίες=7, «φλερτ»=8, Ενδιαφέρομαι για τα προσωπικά στοιχεία γνωστών=9, Μαθαίνω νέα των φίλων ή συγγενών μου από το εξωτερικό=10, Ανεβάζω τραγούδια=11, Δημοσιοποιώ βίντεο=12, Ανεβάζω φωτογραφίες=13, Κάνω σχόλια στις φωτογραφίες των φίλων μου και απαντώ σε δικά τους σχόλια=14, εργαλείο δουλειάς=15, για εκπαιδευτικούς λόγους=16, ευχές=17, ειδήσεις=18

Q18.CHAT: Δεν μιλάω σε κανέναν=1, Μιλάω μόνο σε άτομα που ξέρω=2, Δε μιλάω σε άτομα που δεν ξέρω=3, Μιλάω σε όλους τους συνομήλικούς μου ανεξαρτήτως αν τους γνωρίζω ή όχι=4, Μιλάω σε όλους ανεξαρτήτως φύλου και ηλικίας=5, Μιλάω μόνο στην περίπτωση που μου μιλήσει ο άλλος=6, Μιλάω σε όλους=7

Q19.RELATIONSHIP: ΝΑΙ=1, ΟΧΙ=2

Q20.MET_SOMEONE: ΝΑΙ=1, ΟΧΙ=2

Q21.SOCIALIZATION: ΝΑΙ=1, ΟΧΙ=2

Q22.IMPROVE_SOCIAL_RELATIONS: ΝΑΙ=1, ΟΧΙ=2

Q23.SOCIAL_ACCEPTANCE: ΝΑΙ=1, ΟΧΙ=2

Q24.DANGEROUS_FOR_CHILDS: ΝΑΙ=1, ΟΧΙ=2

Q25.EXTROVERSION: ΝΑΙ=1, ΟΧΙ=2

Q26.REGION: εμπορικό κέντρο=1, περιοχή Αγίας Τριάδας=2, ιστορικό κέντρο - Άγιοι Απόστολοι=3, Ράχη=4, Καλύβια=5, Πέταλο=6, Αγία Άννα=7, οδός Ναυαρίνου (παραλιακή ζώνη)=8, Καλλιθέα=9, Βέργα=10, Δυτ. Παραλία - Γουλιμίδες - Μπουρνιάς=11, περιοχή οδού Αθηνών=12, Γιαννιτσάνικα=13, Λαίικα=14, Αλλού=15

Q27.CITIZENSHIP: ΕΛΛΗΝΙΚΗ=1, Ε.Ε.=2, ΛΟΙΠΩΝ ΧΩΡΩΝ=3

Q28.LEVEL_EDUCATION: Πρωτοβάθμια=1, Δευτεροβάθμια=2, Τριτοβάθμια (ΤΕΙ ή ΑΕΙ)=3, Τριτοβάθμια (Μεταπτυχιακό ή Διδακτορικό)=4

Q29.EMPLOYMENT: Εργαζόμενος=1, Άνεργος=2, Μαθητής/Φοιτητής=3, Συνταξιούχος=4

Έλεγχος αξιοπιστίας των απαντήσεων

SPSS

Panagiotis E. Tzavaras

Reliability Test (Cronbach's Alpha)

- Στον πίνακα 'Reliability Statistics' εμφανίζεται η τιμή του δείκτη αξιοπιστίας α του Cronbach για τις προτάσεις της υπό-κλίμακας (Set 05, 06 κτλ.). Αν η τιμή είναι υψηλότερη από 0,8 αυτό δείχνει υψηλή αξιοπιστία, με την έννοια της εσωτερικής συνέπειας της εκάστοτε υπό-κλίμακας.

- Ο πίνακας 'Item Statistics' περιλαμβάνει το μέσο όρο (*mean*) και την τυπική απόκλιση (*std. deviation*) για καθεμιά από τις προτάσεις της κάθε υπό-κλίμακας. Με βάση αυτό μπορεί να σχολιαστούν οι προτάσεις με τις οποίες οι ερωτώμενοι συμφωνούν περισσότερο και η διασπορά των απαντήσεων.

- Ο Πίνακας 'Item-Total Statistics' (στήλη 'Corrected Item-Total Correlation') περιλαμβάνει τη συσχέτιση κάθε απάντησης με το συνολικό άθροισμα των υπολοίπων απαντήσεων. Καλό είναι οι τιμές εδώ να είναι μεγαλύτερες από +0,3, ένα όριο που έχει καθοριστεί με εμπειρικό τρόπο, για να μπορούμε να μιλάμε για μία υψηλή εσωτερική συνοχή της συγκεκριμένης κλίμακας. Η τελευταία στήλη 'Cronbach's Alpha if Item deleted' δείχνει, για κάθε πρόταση, την τιμή του δείκτη α του Cronbach εάν αφαιρεθεί η συγκεκριμένη πρόταση. Εάν η αφαίρεση αυτής της πρότασης αναμένεται να οδηγήσει σε σημαντική αύξηση (βελτίωση) της τιμής του δείκτη αξιοπιστίας α του Cronbach, τότε η πρόταση αυτή θα μπορούσε να αφαιρεθεί, εκτός αν συντρέχουν άλλοι λόγοι για τη διατήρησή της.

Όταν ο α του Cronbach είναι $>0,8$ ο βαθμός αξιοπιστίας είναι 'αξιοσέβαστος', αν είναι $>0,9$ είναι 'πανεμόρφος'!

Scale: SET_05

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	378	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	378	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,650	6

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Q05A.FACEBOOK_USE	2,13	1,076	378
Q05B.GOOGLEPLUS_USE	3,57	1,499	378
Q05C.TWITTER_USE	4,44	1,044	378
Q05D.INSTAGRAM_USE	3,96	1,364	378
Q05E.LINKEDIN_USE	4,54	,947	378
Q05F.OTHER_USE	4,58	1,001	378

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q05A.FACEBOOK_USE	21,08	15,298	,185	,670
Q05B.GOOGLEPLUS_USE	19,65	13,012	,254	,673
Q05C.TWITTER_USE	18,78	13,265	,480	,575
Q05D.INSTAGRAM_USE	19,26	11,706	,476	,567
Q05E.LINKEDIN_USE	18,68	13,655	,494	,577
Q05F.OTHER_USE	18,63	13,346	,500	,571

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
23,22	18,007	4,244	6

Scale: SET_06

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	378	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	378	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,811	14

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Q06A.OTHERS	3,49	1,166	378
Q06B.CONTACT_FRIENDS	3,52	1,117	378
Q06C.INFORM	3,87	1,065	378
Q06D.SHARE	2,54	1,214	378
Q06E.GAMES	1,71	1,155	378
Q06F.VIDEO_MUSIC	2,77	1,209	378
Q06G.CURIOSITY	1,81	,959	378
Q06H.OBSERVE	1,86	1,028	378
Q06I.FRIENDS_PRESSURE	1,35	,779	378
Q06J.JOB_SEARCH	2,07	1,355	378
Q06K.FIND_FRIENDS	1,93	1,088	378
Q06L.FREE_TIME	2,53	1,223	378
Q06M.TRENDY	1,87	1,234	378
Q06N.SELF_PROMOTION	1,67	1,019	378

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q06A.OTHERS	29,50	61,572	,467	,796
Q06B.CONTACT_FRIENDS	29,48	62,818	,419	,800
Q06C.INFORM	29,12	64,089	,367	,804
Q06D.SHARE	30,45	60,413	,508	,793
Q06E.GAMES	31,28	64,000	,332	,807
Q06F.VIDEO_MUSIC	30,22	60,805	,489	,795
Q06G.CURIOSITY	31,19	64,241	,411	,801
Q06H.OBSERVE	31,13	63,014	,454	,798
Q06I.FRIENDS_PRESSURE	31,64	67,553	,259	,810
Q06J.JOB_SEARCH	30,92	61,656	,375	,805
Q06K.FIND_FRIENDS	31,06	61,208	,534	,791
Q06L.FREE_TIME	30,47	60,117	,520	,792
Q06M.TRENDY	31,13	61,586	,432	,799
Q06N.SELF_PROMOTION	31,32	62,331	,504	,794

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
32,99	71,477	8,454	14

Scale: SET_07

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	378	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	378	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,767	9

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Q07A.FREE_EXPRESSION	3,18	1,005	378
Q07B.FAST_TRANSMISSION	4,25	,785	378
Q07C.REPLACE_HUMAN_CON TANCT	3,80	1,010	378
Q07D.OTHER_COMMENTS	2,20	,974	378
Q07E.POLITICAL_BELIEFS	1,63	,877	378
Q07F.CONFIDENCE	1,91	,965	378
Q07G.SHARE_PROBLEMS	1,94	1,021	378
Q07H.FREE_ENTERTAINMENT	3,10	1,173	378
Q07I.FREEDOM_OF_SPEECH	3,00	1,079	378

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q07A.FREE_EXPRESSION	21,84	22,509	,459	,743
Q07B.FAST_TRANSMISSION	20,77	25,306	,249	,770
Q07C.REPLACE_HUMAN_CON TANCT	21,22	25,901	,094	,796
Q07D.OTHER_COMMENTS	22,81	22,003	,541	,731
Q07E.POLITICAL_BELIEFS	23,39	23,071	,481	,741
Q07F.CONFIDENCE	23,11	21,641	,593	,723
Q07G.SHARE_PROBLEMS	23,08	21,689	,543	,730
Q07H.FREE_ENTERTAINMENT	21,92	20,895	,524	,733
Q07I.FREEDOM_OF_SPEECH	22,02	21,098	,568	,725

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
25,02	27,891	5,281	9

Scale: SET_08

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	378	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	378	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,839	11

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Q08A.BLOGS_FORUM	2,63	1,266	378
Q08B.SHARE_MY_OPINION	2,71	1,230	378
Q08C.READ_BLOGS	3,35	1,115	378
Q08D.WRITE_BLOGS	3,13	,429	378
Q08E.COMMENTS	2,52	1,193	378
Q08F.APPLICATIONS	2,70	1,199	378
Q08G.GAMES	1,70	1,121	378
Q08H.CHECK_MY_FRIENDS	2,16	1,073	378
Q08I.ECONOMY_POLITICAL	2,10	1,153	378
Q08J.LIKE	3,43	1,129	378
Q08K.SHARE	2,84	1,234	378

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q08A.BLOGS_FORUM	26,63	47,517	,554	,823
Q08B.SHARE_MY_OPINION	26,55	45,993	,677	,811
Q08C.READ_BLOGS	25,91	49,851	,489	,828
Q08D.WRITE_BLOGS	26,13	55,774	,443	,837
Q08E.COMMENTS	26,74	46,223	,687	,810
Q08F.APPLICATIONS	26,57	47,981	,564	,822
Q08G.GAMES	27,57	53,774	,229	,849
Q08H.CHECK_MY_FRIENDS	27,11	51,623	,391	,836
Q08I.ECONOMY_POLITICAL	27,16	47,575	,622	,817
Q08J.LIKE	25,83	48,977	,540	,824
Q08K.SHARE	26,42	47,788	,556	,822

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
29,26	58,793	7,668	11

Scale: SET_09

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	378	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	378	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,810	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Q09A.NOT_INTERESTING	2,58	1,012	378
Q09B.LENGTHY	2,79	1,074	378
Q09C.RELIABILITY	3,23	1,035	378
Q09D.SAFETY	3,47	1,022	378
Q09E.PRIVACY	3,90	1,026	378

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q09A.NOT_INTERESTING	13,39	10,780	,508	,799
Q09B.LENGTHY	13,19	10,363	,529	,794
Q09C.RELIABILITY	12,74	9,429	,736	,729
Q09D.SAFETY	12,51	9,641	,707	,739
Q09E.PRIVACY	12,07	10,664	,517	,797

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15,97	15,177	3,896	5

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ IV:

Πίνακες συχνοτήτων και όλα τα γραφήματα

SPSS EXPORTS

Panagiotis E. Tzavaras

Part I : Frequencies

Part II : Frequencies Pie Charts

Q01.SEX

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MAN	166	43,9	43,9	43,9
	WOMAN	212	56,1	56,1	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

Q02.AGE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	12-18	11	2,9	2,9	2,9
	19-30	87	23,0	23,0	25,9
	31-45	165	43,7	43,7	69,6
	46-65	112	29,6	29,6	99,2
	66+	3	,8	,8	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

Q03.SOCIALNETWORK

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	YES	315	83,3	83,3	83,3
	NO	63	16,7	16,7	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

Q04.IDNETWORK

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Facebook	121	32,0	32,0	32,0
1;10	1	,3	,3	32,3
1;14	1	,3	,3	32,5
1;2	51	13,5	13,5	46,0
1;2;14	1	,3	,3	46,3
1;2;3	4	1,1	1,1	47,4
1;2;3;4	36	9,5	9,5	56,9
1;2;3;5	4	1,1	1,1	57,9
1;2;4	25	6,6	6,6	64,6
1;2;4;5	8	2,1	2,1	66,7
1;2;5	11	2,9	2,9	69,6
1;2;5;6	1	,3	,3	69,8
1;2;8	1	,3	,3	70,1
1;3	7	1,9	1,9	72,0
1;3;4	20	5,3	5,3	77,2
1;3;4;5	7	1,9	1,9	79,1
1;3;5	4	1,1	1,1	80,2
1;4	34	9,0	9,0	89,2
1;4;10	3	,8	,8	89,9
1;4;5	9	2,4	2,4	92,3
1;5	11	2,9	2,9	95,2
1;5;9	1	,3	,3	95,5
mail	1	,3	,3	95,8
Nothing	2	,5	,5	96,3
Google+	8	2,1	2,1	98,4
2;3	1	,3	,3	98,7
2;3;4	1	,3	,3	98,9
Twitter	1	,3	,3	99,2
3;4	1	,3	,3	99,5
Instagram	1	,3	,3	99,7
skype	1	,3	,3	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Valid

Q05A.FACEBOOK_USE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 hours daily	128	33,9	33,9
	more than 2 hours daily	124	32,8	66,7
	hours weekly	88	23,3	89,9
	hours monthly	23	6,1	96,0
	almost never	15	4,0	100,0
	Total	378	100,0	100,0

Q05B.GOOGLEPLUS_USE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 hours daily	56	14,8	14,8
	more than 2 hours daily	45	11,9	26,7
	hours weekly	70	18,5	45,2
	hours monthly	43	11,4	56,6
	almost never	164	43,4	100,0
	Total	378	100,0	100,0

Q05C.TWITTER_USE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 hours daily	15	4,0	4,0
	more than 2 hours daily	5	1,3	5,3
	hours weekly	54	14,3	19,6
	hours monthly	29	7,7	27,2
	almost never	275	72,8	100,0
	Total	378	100,0	100,0

Q05D.INSTAGRAM_USE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 hours daily	37	9,8	9,8
	more than 2 hours daily	22	5,8	15,6
	hours weekly	71	18,8	34,4
	hours monthly	38	10,1	44,4
	almost never	210	55,6	100,0
	Total	378	100,0	100,0

Q05E.LINKEDIN_USE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 hours daily	10	2,6	2,6
	more than 2 hours daily	6	1,6	4,2
	hours weekly	44	11,6	11,6
	hours monthly	29	7,7	23,5
	almost never	289	76,5	76,5
	Total	378	100,0	100,0

Q05F.OTHER_USE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 hours daily	14	3,7	3,7
	more than 2 hours daily	9	2,4	6,1
	hours weekly	32	8,5	14,6
	hours monthly	10	2,6	17,2
	almost never	313	82,8	82,8
	Total	378	100,0	100,0

Q06A.OTHERS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Almost never	19	5,0	5,0
	In a small scale	63	16,7	21,7
	Neither small nor large scale	97	25,7	47,4
	Largely	110	29,1	76,5
	In a big scale	89	23,5	100,0
	Total	378	100,0	100,0

Q06B.CONTACT_FRIENDS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
0	1	,3	,3	,3
Almost never	13	3,4	3,4	3,7
In a small scale	66	17,5	17,5	21,2
Valid Neither small nor large scale	85	22,5	22,5	43,7
Largely	136	36,0	36,0	79,6
In a big scale	77	20,4	20,4	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q06C.INFORM

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Almost never	14	3,7	3,7	3,7
In a small scale	30	7,9	7,9	11,6
Valid Neither small nor large scale	67	17,7	17,7	29,4
Largely	146	38,6	38,6	68,0
In a big scale	121	32,0	32,0	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q06D.SHARE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Almost never	95	25,1	25,1	25,1
In a small scale	94	24,9	24,9	50,0
Valid Neither small nor large scale	105	27,8	27,8	77,8
Largely	58	15,3	15,3	93,1
In a big scale	26	6,9	6,9	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q06E.GAMES

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Almost never	248	65,6	65,6	65,6
In a small scale	47	12,4	12,4	78,0
Valid Neither small nor large scale	42	11,1	11,1	89,2
Largely	25	6,6	6,6	95,8
In a big scale	16	4,2	4,2	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q06F.VIDEO_MUSIC

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Almost never	64	16,9	16,9	16,9
In a small scale	106	28,0	28,0	45,0
Neither small nor large scale	92	24,3	24,3	69,3
Largely	85	22,5	22,5	91,8
In a big scale	31	8,2	8,2	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q06G.CURIOSITY

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Almost never	185	48,9	48,9	48,9
In a small scale	110	29,1	29,1	78,0
Neither small nor large scale	57	15,1	15,1	93,1
Largely	23	6,1	6,1	99,2
In a big scale	3	,8	,8	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q06H.OBSERVE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Almost never	187	49,5	49,5	49,5
In a small scale	96	25,4	25,4	74,9
Neither small nor large scale	62	16,4	16,4	91,3
Largely	28	7,4	7,4	98,7
In a big scale	5	1,3	1,3	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q06I.FRIENDS_PRESSURE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Almost never	301	79,6	79,6	79,6
Almost never	33	8,7	8,7	88,4
Neither small nor large scale	32	8,5	8,5	96,8
Largely	11	2,9	2,9	99,7
In a big scale	1	,3	,3	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q06J.JOB_SEARCH

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Almost never	202	53,4	53,4	53,4
In a small scale	48	12,7	12,7	66,1
Neither small nor large scale	55	14,6	14,6	80,7
Largely	44	11,6	11,6	92,3
In a big scale	29	7,7	7,7	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q06K.FIND_FRIENDS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Almost never	176	46,6	46,6	46,6
In a small scale	102	27,0	27,0	73,5
Neither small nor large scale	61	16,1	16,1	89,7
Largely	28	7,4	7,4	97,1
In a big scale	11	2,9	2,9	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q06L.FREE_TIME

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Almost never	97	25,7	25,7	25,7
In a small scale	102	27,0	27,0	52,6
Neither small nor large scale	83	22,0	22,0	74,6
Largely	75	19,8	19,8	94,4
In a big scale	21	5,6	5,6	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q06M.TRENDY

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Almost never	222	58,7	58,7	58,7
In a small scale	56	14,8	14,8	73,5
Neither small nor large scale	52	13,8	13,8	87,3
Largely	25	6,6	6,6	93,9
In a big scale	23	6,1	6,1	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q06N.SELF_PROMOTION

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Almost never	237	62,7	62,7
	In a small scale	63	16,7	79,4
	Neither small nor large scale	52	13,8	93,1
	Largely	18	4,8	97,9
	In a big scale	8	2,1	100,0
	Total	378	100,0	100,0

Q07A.FREE_EXPRESSION

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Fully disagree	24	6,3	6,3
	Disagree	54	14,3	20,6
	Neither agree nor disagree	165	43,7	64,3
	Agree	99	26,2	90,5
	Agree Strongly	36	9,5	100,0
	Total	378	100,0	100,0

Q07B.FAST_TRANSMISSION

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Fully disagree	4	1,1	1,1
	Disagree	7	1,9	2,9
	Neither agree nor disagree	36	9,5	12,4
	Agree	176	46,6	59,0
	Agree Strongly	155	41,0	100,0
	Total	378	100,0	100,0

Q07C.REPLACE_HUMAN_CONTACT

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Fully disagree	7	1,9	1,9
	Disagree	42	11,1	13,0
	Neither agree nor disagree	70	18,5	31,5
	Agree	160	42,3	73,8
	Agree Strongly	99	26,2	100,0
	Total	378	100,0	100,0

Q07D.OTHER COMMENTS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Fully disagree	96	25,4	25,4	25,4
Disagree	153	40,5	40,5	65,9
Neither agree nor disagree	93	24,6	24,6	90,5
Agree	28	7,4	7,4	97,9
Agree Strongly	8	2,1	2,1	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q07E.POLITICAL BELIEFS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Fully disagree	213	56,3	56,3	56,3
Disagree	114	30,2	30,2	86,5
Neither agree nor disagree	35	9,3	9,3	95,8
Agree	10	2,6	2,6	98,4
Agree Strongly	6	1,6	1,6	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q07F.CONFIDENCE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Fully disagree	156	41,3	41,3	41,3
Disagree	133	35,2	35,2	76,5
Neither agree nor disagree	61	16,1	16,1	92,6
Agree	23	6,1	6,1	98,7
Agree Strongly	5	1,3	1,3	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q07G.SHARE PROBLEMS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Fully disagree	165	43,7	43,7	43,7
Disagree	111	29,4	29,4	73,0
Neither agree nor disagree	63	16,7	16,7	89,7
Agree	37	9,8	9,8	99,5
Agree Strongly	2	,5	,5	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q07H.FREE ENTERTAINMENT

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Fully disagree	47	12,4	12,4
	Disagree	66	17,5	29,9
	Neither agree nor disagree	101	26,7	56,6
	Agree	129	34,1	90,7
	Agree Strongly	35	9,3	100,0
	Total	378	100,0	100,0

Q07I.FREEDOM OF SPEECH

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Fully disagree	44	11,6	11,6
	Disagree	64	16,9	28,6
	Neither agree nor disagree	140	37,0	65,6
	Agree	107	28,3	93,9
	Agree Strongly	23	6,1	100,0
	Total	378	100,0	100,0

Q08A.BLOGS FORUM

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Never	93	24,6	24,6
	In a small scale	86	22,8	47,4
	Neither small nor large scale	100	26,5	73,8
	Largely	66	17,5	91,3
	In a big scale	33	8,7	100,0
	Total	378	100,0	100,0

Q08B.SHARE MY OPINION

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Never	75	19,8	19,8
	In a small scale	95	25,1	45,0
	Neither small nor large scale	109	28,8	73,8
	Largely	63	16,7	90,5
	In a big scale	36	9,5	100,0
	Total	378	100,0	100,0

Q08C.READ_BLOGS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Never	25	6,6	6,6
	In a small scale	60	15,9	22,5
	Neither small nor large scale	105	27,8	50,3
	Largely	132	34,9	85,2
	In a big scale	56	14,8	100,0
	Total	378	100,0	100,0

Q08D.WRITE_BLOGS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Neither small nor large scale	341	90,2	90,2
	Largely	24	6,3	96,6
	In a big scale	13	3,4	100,0
	Total	378	100,0	100,0

Q08E.COMMENTS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Never	90	23,8	23,8
	In a small scale	109	28,8	52,6
	Neither small nor large scale	96	25,4	78,0
	Largely	59	15,6	93,7
	In a big scale	24	6,3	100,0
	Total	378	100,0	100,0

Q08F.APPLICATIONS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Never	68	18,0	18,0
	In a small scale	112	29,6	47,6
	Neither small nor large scale	95	25,1	72,8
	Largely	73	19,3	92,1
	In a big scale	30	7,9	100,0
	Total	378	100,0	100,0

Q08G.GAMES

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Never	249	65,9	65,9
	In a small scale	47	12,4	78,3
	Neither small nor large scale	41	10,8	89,2
	Largely	30	7,9	97,1
	In a big scale	11	2,9	100,0
	Total	378	100,0	100,0

Q08H.CHECK_MY_FRIENDS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Never	117	31,0	31,0
	In a small scale	148	39,2	70,1
	Neither small nor large scale	62	16,4	86,5
	Largely	39	10,3	96,8
	In a big scale	12	3,2	100,0
	Total	378	100,0	100,0

Q08I.ECONOMY POLITICAL

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Never	153	40,5	40,5
	In a small scale	103	27,2	67,7
	Neither small nor large scale	67	17,7	85,4
	Largely	42	11,1	96,6
	In a big scale	13	3,4	100,0
	Total	378	100,0	100,0

Q08J.LIKE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Never	26	6,9	6,9
	In a small scale	51	13,5	20,4
	Neither small nor large scale	101	26,7	47,1
	Largely	135	35,7	82,8
	In a big scale	65	17,2	100,0
	Total	378	100,0	100,0

Q08K.SHARE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Never	66	17,5	17,5	17,5
In a small scale	90	23,8	23,8	41,3
Neither small nor large scale	92	24,3	24,3	65,6
Largely	97	25,7	25,7	91,3
In a big scale	33	8,7	8,7	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q09A.NOT_INTERESTING

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Fully disagree	52	13,8	13,8	13,8
Disagree	129	34,1	34,1	47,9
Neither agree nor disagree	142	37,6	37,6	85,4
Agree	35	9,3	9,3	94,7
Agree Strongly	20	5,3	5,3	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q09B.LENGTHY

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Fully disagree	41	10,8	10,8	10,8
Disagree	121	32,0	32,0	42,9
Neither agree nor disagree	115	30,4	30,4	73,3
Agree	79	20,9	20,9	94,2
Agree Strongly	22	5,8	5,8	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q09C.RELIABILITY

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Fully disagree	19	5,0	5,0	5,0
Disagree	65	17,2	17,2	22,2
Neither agree nor disagree	149	39,4	39,4	61,6
Agree	99	26,2	26,2	87,8
Agree Strongly	46	12,2	12,2	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q09D.SAFETY

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Fully disagree	13	3,4	3,4	3,4
Disagree	48	12,7	12,7	16,1
Neither agree nor disagree	130	34,4	34,4	50,5
Agree	124	32,8	32,8	83,3
Agree Strongly	63	16,7	16,7	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q09E.PRIVACY

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Fully disagree	11	2,9	2,9	2,9
Disagree	30	7,9	7,9	10,8
Neither agree nor disagree	62	16,4	16,4	27,2
Agree	156	41,3	41,3	68,5
Agree Strongly	119	31,5	31,5	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q10.USE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid less than 1 year	14	3,7	3,7	3,7
About 1 year	13	3,4	3,4	7,1
2 or 3 years	40	10,6	10,6	17,7
4 to 6 years	137	36,2	36,2	54,0
Over 5 years	174	46,0	46,0	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q11.PUBLISH DATA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
full name	24	6,3	6,3	6,3
1;10	3	,8	,8	7,1
1;10;11	7	1,9	1,9	9,0
1;11	17	4,5	4,5	13,5
1;11;13	1	,3	,3	13,8
1;2	18	4,8	4,8	18,5
1;2;10	7	1,9	1,9	20,4
1;2;10;	6	1,6	1,6	22,0
1;2;11	15	4,0	4,0	25,9
1;2;3	2	,5	,5	26,5
1;2;3;1	3	,8	,8	27,2
1;2;3;4	28	7,4	7,4	34,7
1;2;3;7	2	,5	,5	35,2
1;2;3;8	5	1,3	1,3	36,5
1;2;4	6	1,6	1,6	38,1
1;2;4;1	10	2,6	2,6	40,7
1;2;4;5	7	1,9	1,9	42,6
Valid 1;2;4;6	5	1,3	1,3	43,9
1;2;4;7	7	1,9	1,9	45,8
1;2;4;8	13	3,4	3,4	49,2
1;2;5	1	,3	,3	49,5
1;2;5;7	1	,3	,3	49,7
1;2;6;7	1	,3	,3	50,0
1;2;6;8	2	,5	,5	50,5
1;2;7	1	,3	,3	50,8
1;2;7;1	6	1,6	1,6	52,4
1;2;7;8	4	1,1	1,1	53,4
1;2;8	4	1,1	1,1	54,5
1;2;8;1	14	3,7	3,7	58,2
1;2;8;9	2	,5	,5	58,7
1;3;4;1	1	,3	,3	59,0
1;4	1	,3	,3	59,3
1;4;10	1	,3	,3	59,5
1;4;10;	6	1,6	1,6	61,1
1;4;11	2	,5	,5	61,6

1;4;6;7	1	,3	,3	61,9
1;4;6;8	1	,3	,3	62,2
1;4;7;8	1	,3	,3	62,4
1;4;8;1	7	1,9	1,9	64,3
1;4;8;9	1	,3	,3	64,6
1;5;10;	1	,3	,3	64,8
1;5;8;1	1	,3	,3	65,1
1;6;8;9	1	,3	,3	65,3
1;7;11	2	,5	,5	65,9
1;7;8;1	1	,3	,3	66,1
1;8	4	1,1	1,1	67,2
1;8;10	8	2,1	2,1	69,3
1;8;10;	3	,8	,8	70,1
1;8;11	1	,3	,3	70,4
1;8;9;1	1	,3	,3	70,6
1;9	1	,3	,3	70,9
1;9;10;	1	,3	,3	71,2
schools/universities	4	1,1	1,1	72,2
10;11	6	1,6	1,6	73,8
interesting	30	7,9	7,9	81,7
11;13,	1	,3	,3	82,0
11;16	1	,3	,3	82,3
nothing	6	1,6	1,6	83,9
events	1	,3	,3	84,1
news	1	,3	,3	84,4
16; 2	1	,3	,3	84,7
personal photos	8	2,1	2,1	86,8
2;10	1	,3	,3	87,0
2;10;11	1	,3	,3	87,3
2;11	9	2,4	2,4	89,7
2;3	1	,3	,3	89,9
2;3;10;	1	,3	,3	90,2
2;3;11	1	,3	,3	90,5
2;3;4;7	1	,3	,3	90,7
2;3;4;8	1	,3	,3	91,0
2;3;7	1	,3	,3	91,3
2;3;8;1	1	,3	,3	91,5
2;4	2	,5	,5	92,1

2;4;10	1	,3	,3	92,3
2;4;7	1	,3	,3	92,6
2;4;7;1	1	,3	,3	92,9
2;4;8;1	1	,3	,3	93,1
2;7	1	,3	,3	93,4
2;7;10	1	,3	,3	93,7
2;7;10;	1	,3	,3	93,9
2;7;11	2	,5	,5	94,4
2;7;8;1	1	,3	,3	94,7
2;8;10	1	,3	,3	95,0
3;4;9;1	1	,3	,3	95,2
personal information	1	,3	,3	95,5
4;11	1	,3	,3	95,8
4;7;10	1	,3	,3	96,0
friends information	1	,3	,3	96,3
5;11	1	,3	,3	96,6
5;7;8;1	1	,3	,3	96,8
haunt	3	,8	,8	97,6
7;10;11	6	1,6	1,6	99,2
my age	1	,3	,3	99,5
8;11	1	,3	,3	99,7
τίποτα	1	,3	,3	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q12.NUMBER_FRIENDS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
less than 100	60	15,9	15,9	15,9
101-200	61	16,1	16,1	32,0
201-500	120	31,7	31,7	63,8
501-1000	66	17,5	17,5	81,2
Over 1001	71	18,8	18,8	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q13.FRIENDS_AGE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
under 14	2	,5	,5	,5
15-34	128	33,9	33,9	34,4
35-64	248	65,6	65,6	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q14.PERCENT_KNOW_CONTACT

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
0-10%	14	3,7	3,7	3,7
11-30%	23	6,1	6,1	9,8
31-50%	50	13,2	13,2	23,0
51-75%	86	22,8	22,8	45,8
over 75%	205	54,2	54,2	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q15.WHEN_SB_REQUEST

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
directly confirm	5	1,3	1,3	1,3
delete request	14	3,7	3,7	5,0
examine	359	95,0	95,0	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q16.CRITERIA_ADD

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
name known	104	27,5	27,5	27,5
1;	8	2,1	2,1	29,6
1;11	1	,3	,3	29,9
1;2	2	,5	,5	30,4
1;2;10	1	,3	,3	30,7
1;2;3	2	,5	,5	31,2
1;2;3;4	2	,5	,5	31,7
1;2;3;4;	23	6,1	6,1	37,8
1;2;3;5;	1	,3	,3	38,1
1;2;3;6;	4	1,1	1,1	39,2
1;2;4;5	1	,3	,3	39,4
1;2;4;5;	2	,5	,5	39,9
1;2;4;7;	1	,3	,3	40,2
1;2;5;7	1	,3	,3	40,5
1;2;5;7;	2	,5	,5	41,0
1;2;6	2	,5	,5	41,5
1;2;7	1	,3	,3	41,8
Valid 1;2;7;8	2	,5	,5	42,3
1;3	4	1,1	1,1	43,4
1;3;	1	,3	,3	43,7
1;3;4	3	,8	,8	44,4
1;3;4;	1	,3	,3	44,7
1;3;4;10	1	,3	,3	45,0
1;3;4;5;	9	2,4	2,4	47,4
1;3;4;6	1	,3	,3	47,6
1;3;4;6;	3	,8	,8	48,4
1;3;4;7	2	,5	,5	48,9
1;3;4;7;	1	,3	,3	49,2
1;3;4;8	2	,5	,5	49,7
1;3;5;7	1	,3	,3	50,0
1;3;5;7;	1	,3	,3	50,3
1;3;6	1	,3	,3	50,5
1;3;6;7	1	,3	,3	50,8
1;3;7;10	1	,3	,3	51,1
1;3;7;8	2	,5	,5	51,6

1;3;8	1	,3	,3	51,9
1;3;9	1	,3	,3	52,1
1;4	15	4,0	4,0	56,1
1;4;	1	,3	,3	56,3
1;4;5	3	,8	,8	57,1
1;4;5;6	1	,3	,3	57,4
1;4;5;6;	7	1,9	1,9	59,3
1;4;5;7	7	1,9	1,9	61,1
1;4;5;7;	7	1,9	1,9	63,0
1;4;5;8	2	,5	,5	63,5
1;4;6	1	,3	,3	63,8
1;4;6;7	2	,5	,5	64,3
1;4;6;7;	1	,3	,3	64,6
1;4;6;8	3	,8	,8	65,3
1;4;6;8;	1	,3	,3	65,6
1;4;7	6	1,6	1,6	67,2
1;4;7;8	4	1,1	1,1	68,3
1;4;7;8;	1	,3	,3	68,5
1;4;8	10	2,6	2,6	71,2
1;4;8;10	1	,3	,3	71,4
1;5	3	,8	,8	72,2
1;5;6;7	2	,5	,5	72,8
1;5;6;7;	1	,3	,3	73,0
1;5;6;8	2	,5	,5	73,5
1;5;7	3	,8	,8	74,3
1;5;7;8	5	1,3	1,3	75,7
1;5;7;8;	1	,3	,3	75,9
1;5;8	1	,3	,3	76,2
1;6	3	,8	,8	77,0
1;6;7	4	1,1	1,1	78,0
1;6;8	1	,3	,3	78,3
1;7	14	3,7	3,7	82,0
1;7;10	1	,3	,3	82,3
1;7;8	7	1,9	1,9	84,1
1;8	21	5,6	5,6	89,7
1;8;10	3	,8	,8	90,5
1;9;Av τ	1	,3	,3	90,7
1;Να του	1	,3	,3	91,0

country	1	,3	,3	91,3
2;4;5;6;	1	,3	,3	91,5
photo	1	,3	,3	91,8
3;4;5;6;	1	,3	,3	92,1
3;4;7;10	1	,3	,3	92,3
his/her friends	1	,3	,3	92,6
4;5;7	1	,3	,3	92,9
4;5;7;8;	2	,5	,5	93,4
4;7	1	,3	,3	93,7
5;6;7	1	,3	,3	93,9
5;7	1	,3	,3	94,2
5;7;8	2	,5	,5	94,7
5;8	2	,5	,5	95,2
age	1	,3	,3	95,5
common interests	4	1,1	1,1	96,6
7;	1	,3	,3	96,8
7;8	3	,8	,8	97,6
suggestion from friends	5	1,3	1,3	98,9
8;	1	,3	,3	99,2
Αν τον γ	1	,3	,3	99,5
ΕΑΝ ΤΟΝ	1	,3	,3	99,7
ΤΙΠΟΤΑ	1	,3	,3	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q17.LIKE_TO_DO

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1;2;3;4;	6	1,6	1,6	1,6
1;3;4;5;	1	,3	,3	1,9
1;3;5;6;	1	,3	,3	2,1
1;3;6;10	1	,3	,3	2,4
1;3;6;7;	1	,3	,3	2,6
1;3;6;8	1	,3	,3	2,9
1;3;8;11	1	,3	,3	3,2
1;4;14	1	,3	,3	3,4
1;4;5;6;	7	1,9	1,9	5,3
1;4;6;7;	2	,5	,5	5,8
1;4;7;10	2	,5	,5	6,3
1;4;7;8	1	,3	,3	6,6
1;5;6;7;	1	,3	,3	6,9
1;5;7;11	1	,3	,3	7,1
1;6	1	,3	,3	7,4
1;6;10;1	1	,3	,3	7,7
1;6;7	1	,3	,3	7,9
1;6;7;8;	1	,3	,3	8,2
Valid news from friends of abroad	8	2,1	2,1	10,3
10;11;12	1	,3	,3	10,6
10;11;14	3	,8	,8	11,4
10;12	1	,3	,3	11,6
10;14	3	,8	,8	12,4
10;18	1	,3	,3	12,7
upload songs	2	,5	,5	13,2
11;14	3	,8	,8	14,0
comment and reply	1	,3	,3	14,3
14;10	1	,3	,3	14,6
14;13	1	,3	,3	14,8
wish	1	,3	,3	15,1
news	2	,5	,5	15,6
18;	1	,3	,3	15,9
play games	2	,5	,5	16,4
2;10	3	,8	,8	17,2
2;10;11	1	,3	,3	17,5
2;11	2	,5	,5	18,0
2;11;14	1	,3	,3	18,3

2;14	1	,3	,3	18,5
2;3;4;10	1	,3	,3	18,8
2;3;4;5;	3	,8	,8	19,6
2;3;4;6	1	,3	,3	19,8
2;3;4;6;	1	,3	,3	20,1
2;3;5;6;	1	,3	,3	20,4
2;3;5;7;	1	,3	,3	20,6
2;3;6;10	2	,5	,5	21,2
2;3;7;10	1	,3	,3	21,4
2;4;10;1	2	,5	,5	22,0
2;4;5	2	,5	,5	22,5
2;4;5;10	1	,3	,3	22,8
2;4;5;11	1	,3	,3	23,0
2;4;5;6;	2	,5	,5	23,5
2;4;5;7;	1	,3	,3	23,8
2;4;7;10	2	,5	,5	24,3
2;5	2	,5	,5	24,9
2;5;10	2	,5	,5	25,4
2;5;11	1	,3	,3	25,7
2;5;14	1	,3	,3	25,9
2;5;6	2	,5	,5	26,5
2;5;6;10	1	,3	,3	26,7
2;5;6;11	1	,3	,3	27,0
2;5;6;7	1	,3	,3	27,2
2;5;6;7;	2	,5	,5	27,8
2;6	3	,8	,8	28,6
2;6;10	1	,3	,3	28,8
2;6;10;1	2	,5	,5	29,4
2;6;11	1	,3	,3	29,6
2;6;14	1	,3	,3	29,9
2;6;18	1	,3	,3	30,2
2;6;7;9;	1	,3	,3	30,4
2;7;10	2	,5	,5	31,0
2;7;10;1	2	,5	,5	31,5
chat	3	,8	,8	32,3
3;10	2	,5	,5	32,8
3;11;12;	2	,5	,5	33,3
3;11;14	1	,3	,3	33,6

3;14	2	,5	,5	34,1
3;4;10;1	1	,3	,3	34,4
3;4;11	1	,3	,3	34,7
3;4;5;6	7	1,9	1,9	36,5
3;4;5;6;	10	2,6	2,6	39,2
3;4;6	1	,3	,3	39,4
3;4;6;14	1	,3	,3	39,7
3;4;6;7;	2	,5	,5	40,2
3;4;6;9;	1	,3	,3	40,5
3;4;7;8;	1	,3	,3	40,7
3;4;8;10	1	,3	,3	41,0
3;5;10	1	,3	,3	41,3
3;5;6;7;	4	1,1	1,1	42,3
3;5;6;8;	2	,5	,5	42,9
3;5;7;10	2	,5	,5	43,4
3;6;10	3	,8	,8	44,2
3;6;10;1	3	,8	,8	45,0
3;6;11;1	1	,3	,3	45,2
3;6;14	1	,3	,3	45,5
3;6;7;10	1	,3	,3	45,8
3;6;7;8;	1	,3	,3	46,0
3;7;10;1	1	,3	,3	46,3
3;7;11	1	,3	,3	46,6
3;8;10;1	1	,3	,3	46,8
post	9	2,4	2,4	49,2
4;10;12;	1	,3	,3	49,5
4;10;14	2	,5	,5	50,0
4;12	1	,3	,3	50,3
4;14	1	,3	,3	50,5
4;15	1	,3	,3	50,8
4;5	1	,3	,3	51,1
4;5;10	2	,5	,5	51,6
4;5;11	1	,3	,3	51,9
4;5;11;1	1	,3	,3	52,1
4;5;12;1	1	,3	,3	52,4
4;5;14	1	,3	,3	52,6
4;5;6	3	,8	,8	53,4
4;5;6;10	13	3,4	3,4	56,9

4;5;6;11	1	,3	,3	57,1
4;5;6;14	3	,8	,8	57,9
4;5;6;7;	13	3,4	3,4	61,4
4;5;7	1	,3	,3	61,6
4;5;7;10	1	,3	,3	61,9
4;5;7;9;	1	,3	,3	62,2
4;6	4	1,1	1,1	63,2
4;6;10;1	4	1,1	1,1	64,3
4;6;14	1	,3	,3	64,6
4;6;7;10	2	,5	,5	65,1
4;6;7;14	1	,3	,3	65,3
4;6;7;8;	1	,3	,3	65,6
4;7	1	,3	,3	65,9
4;7;10	1	,3	,3	66,1
4;7;10;1	2	,5	,5	66,7
4;9	1	,3	,3	66,9
groups	5	1,3	1,3	68,3
5;10	4	1,1	1,1	69,3
5;10;11;	1	,3	,3	69,6
5;10;14	5	1,3	1,3	70,9
5;6	10	2,6	2,6	73,5
5;6;10	12	3,2	3,2	76,7
5;6;10;1	3	,8	,8	77,5
5;6;11;1	3	,8	,8	78,3
5;6;14	3	,8	,8	79,1
5;6;7	1	,3	,3	79,4
5;6;7;10	13	3,4	3,4	82,8
5;6;7;14	1	,3	,3	83,1
5;7	1	,3	,3	83,3
inform for events	14	3,7	3,7	87,0
6;	1	,3	,3	87,3
6;10	9	2,4	2,4	89,7
6;10;11	3	,8	,8	90,5
6;10;11;	5	1,3	1,3	91,8
6;10;14	8	2,1	2,1	93,9
6;11	1	,3	,3	94,2
6;11;14	1	,3	,3	94,4
6;11;16	1	,3	,3	94,7

6;18	1	,3	,3	95,0
6;7	2	,5	,5	95,5
6;7;10	3	,8	,8	96,3
6;7;10;1	6	1,6	1,6	97,9
6;7;11	1	,3	,3	98,1
6;7;14	1	,3	,3	98,4
6;7;9	1	,3	,3	98,7
6;7;9;10	2	,5	,5	99,2
search old friends	1	,3	,3	99,5
7;10	1	,3	,3	99,7
7;10;14	1	,3	,3	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q18.CHAT

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
I'm not talking to anyone	62	16,4	16,4	16,4
I'm only talking to people I know	278	73,5	73,5	89,9
I'm not talking to people I do not know	13	3,4	3,4	93,4
Valid Μιλάω σε όλους τους συνομηλικούς μου ανεξαρτήτως αν τους γνωρίζω ή όχι	5	1,3	1,3	94,7
Μιλάω σε όλους ανεξαρτήτως φύλου και ηλικίας	10	2,6	2,6	97,4
Μιλάω μόνο στην περίπτωση που μου μιλήσει ο άλλος	9	2,4	2,4	99,7
7	1	,3	,3	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q19.RELATIONSHIP

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid yes	29	7,7	7,7	7,7
no	349	92,3	92,3	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q20.MET_SOMEONE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid yes	97	25,7	25,7	25,7

	no	281	74,3	74,3	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

Q21.SOCIALIZATION

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	yes	215	56,9	56,9	56,9
Valid	no	163	43,1	43,1	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

Q22.IMPROVE SOCIAL RELATIONS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	yes	145	38,4	38,4	38,4
Valid	no	233	61,6	61,6	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

Q23.SOCIAL ACCEPTANCE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	yes	115	30,4	30,4	30,4
Valid	no	263	69,6	69,6	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

Q24.DANGEROUS FOR CHILDS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	yes	357	94,4	94,4	94,4
Valid	no	21	5,6	5,6	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

Q25.EXTROVERSION

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	yes	93	24,6	24,6	24,6
Valid	no	285	75,4	75,4	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

Q26.REGION

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kentro	94	24,9	24,9	24,9

Agia Triada	13	3,4	3,4	28,3
istoriko kentro	28	7,4	7,4	35,7
rahi	16	4,2	4,2	39,9
kalyvia	3	,8	,8	40,7
petalo	1	,3	,3	41,0
agia anna	2	,5	,5	41,5
paraliaki zoni	63	16,7	16,7	58,2
kallithea	5	1,3	1,3	59,5
verga	3	,8	,8	60,3
dytiki paralia	36	9,5	9,5	69,8
odos athinwn	19	5,0	5,0	74,9
giannitsanika	34	9,0	9,0	83,9
leika	10	2,6	2,6	86,5
ektos kalamatas	51	13,5	13,5	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q27.CITIZENSHIP

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Greek	374	98,9	98,9	98,9
economim developing country	3	,8	,8	99,7
other country	1	,3	,3	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q28.LEVEL EDUCATION

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid primary education	10	2,6	2,6	2,6
secondary education	113	29,9	29,9	32,5
higher education	173	45,8	45,8	78,3
master or phd	82	21,7	21,7	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Q29.EMPLOYMENT

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

	working	234	61,9	61,9	61,9
	Unemployed	100	26,5	26,5	88,4
Valid	Student	22	5,8	5,8	94,2
	Retired	22	5,8	5,8	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

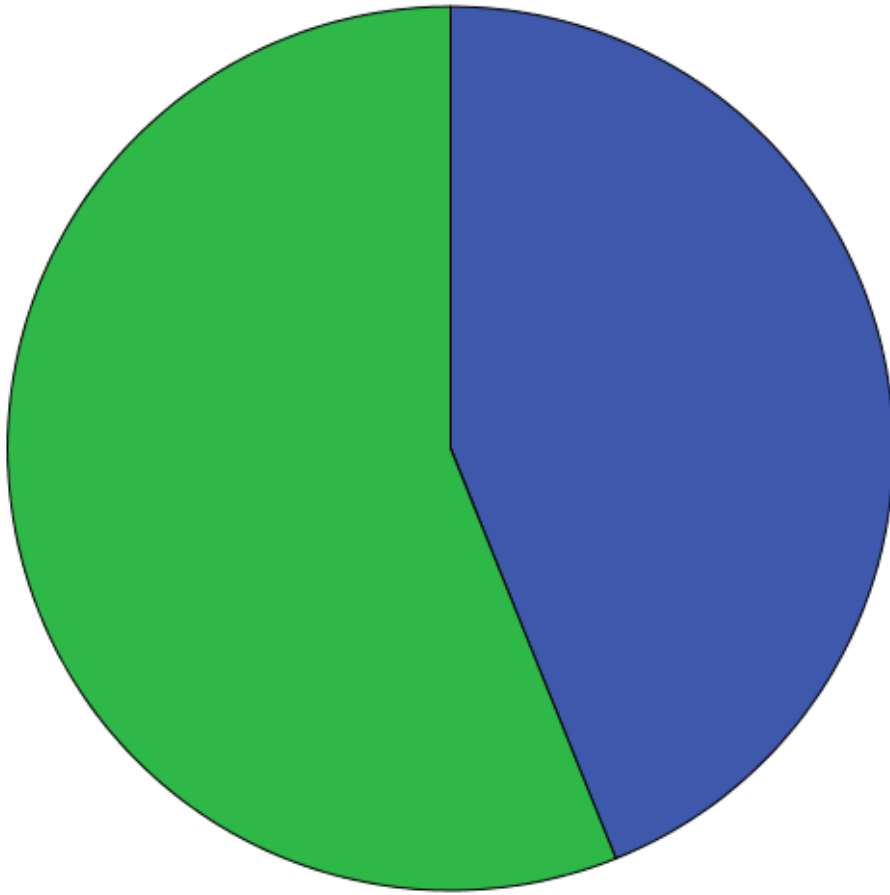
Pie Charts

Σημείωση:

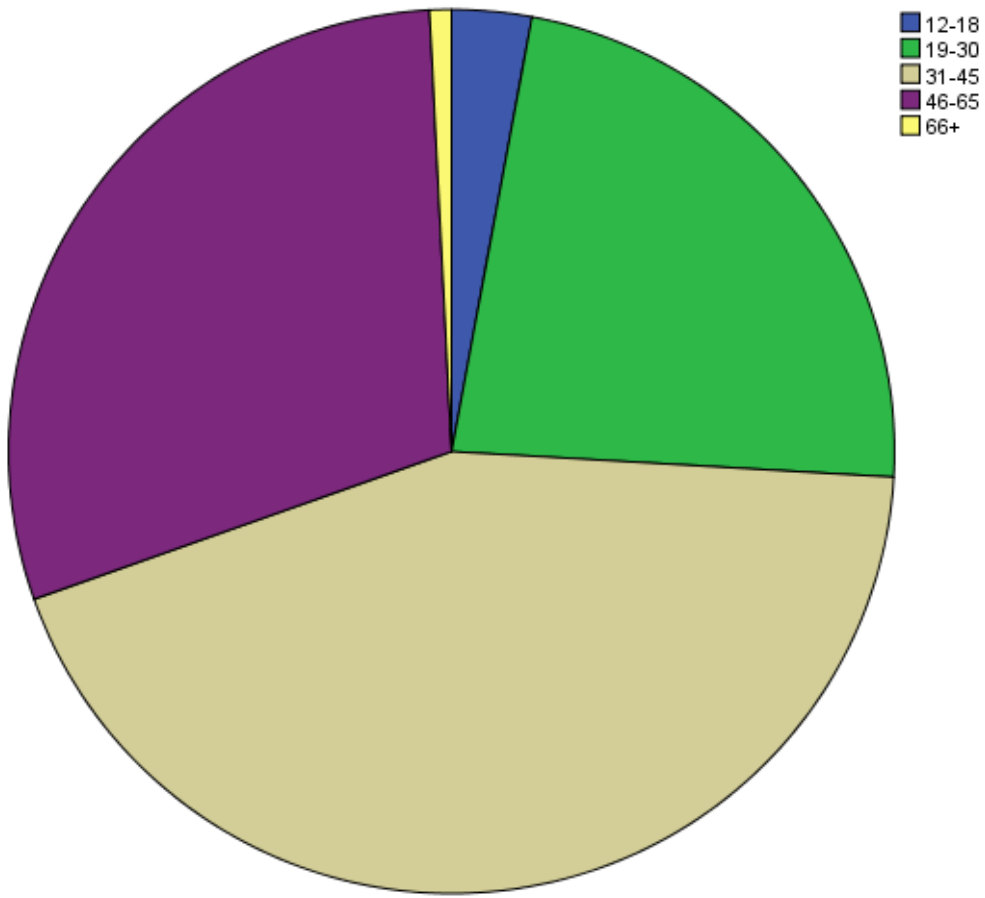
Μπορεί να επεξεργαστούν οι 'πίτες' στο *Output_Frequencies* αρχείο με διπλό κλικ πάνω τους.

Q01.SEX

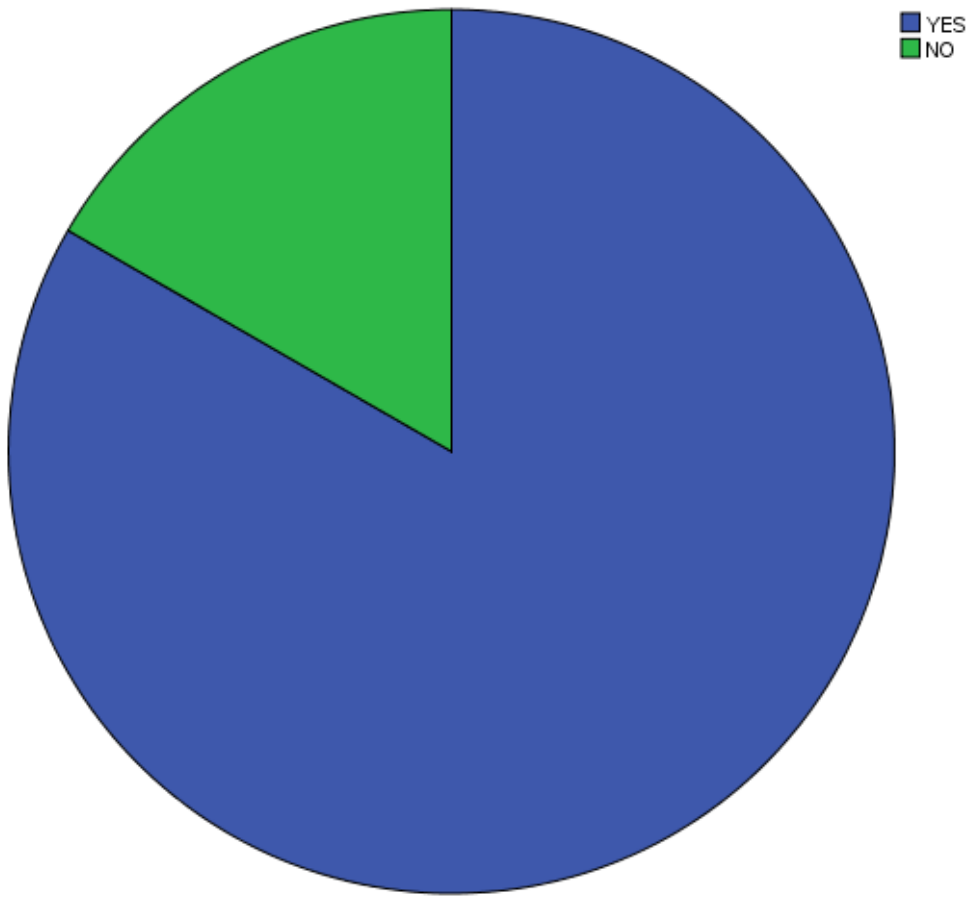
MAN
WOMAN



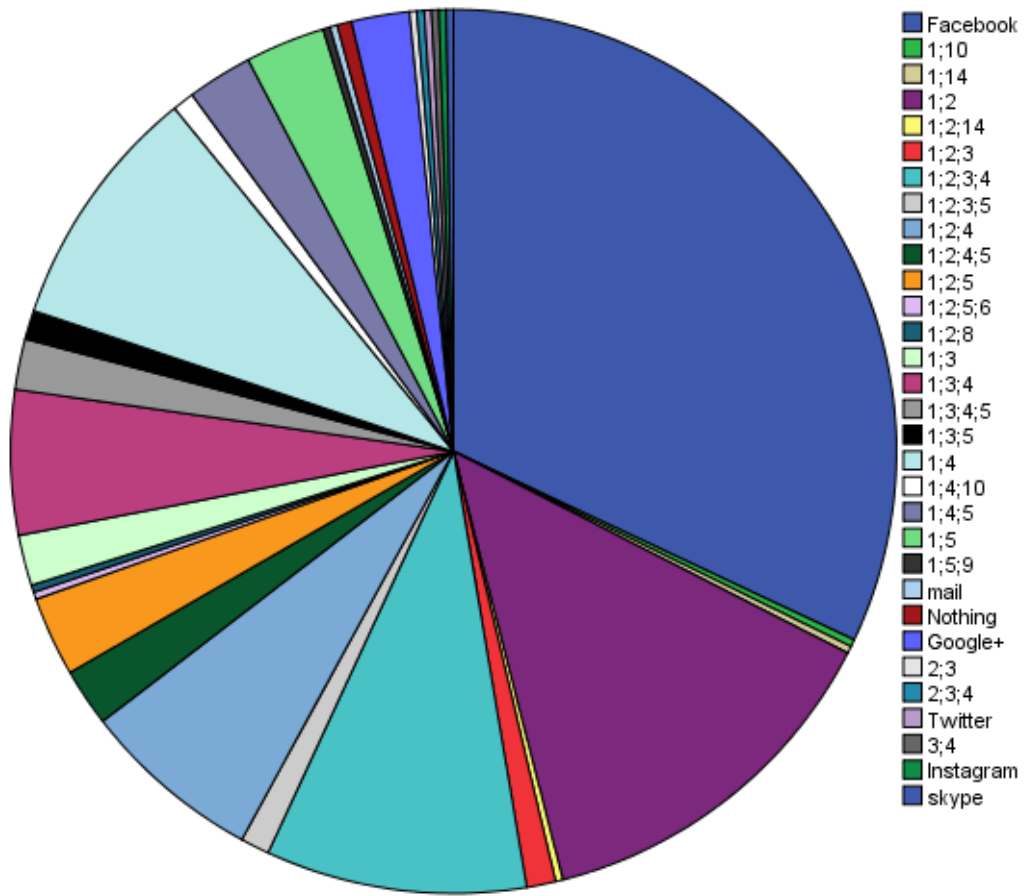
Q02.AGE



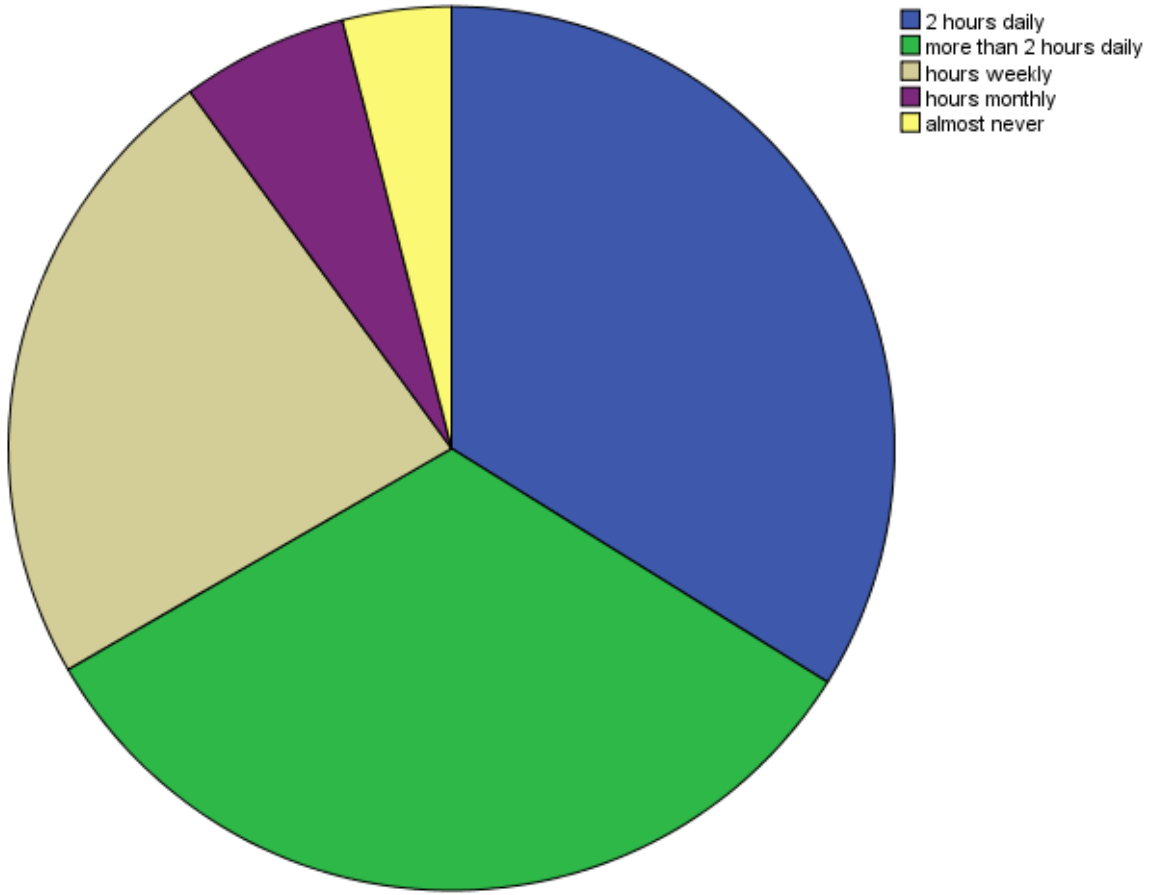
Q03.SOCIALNETWORK



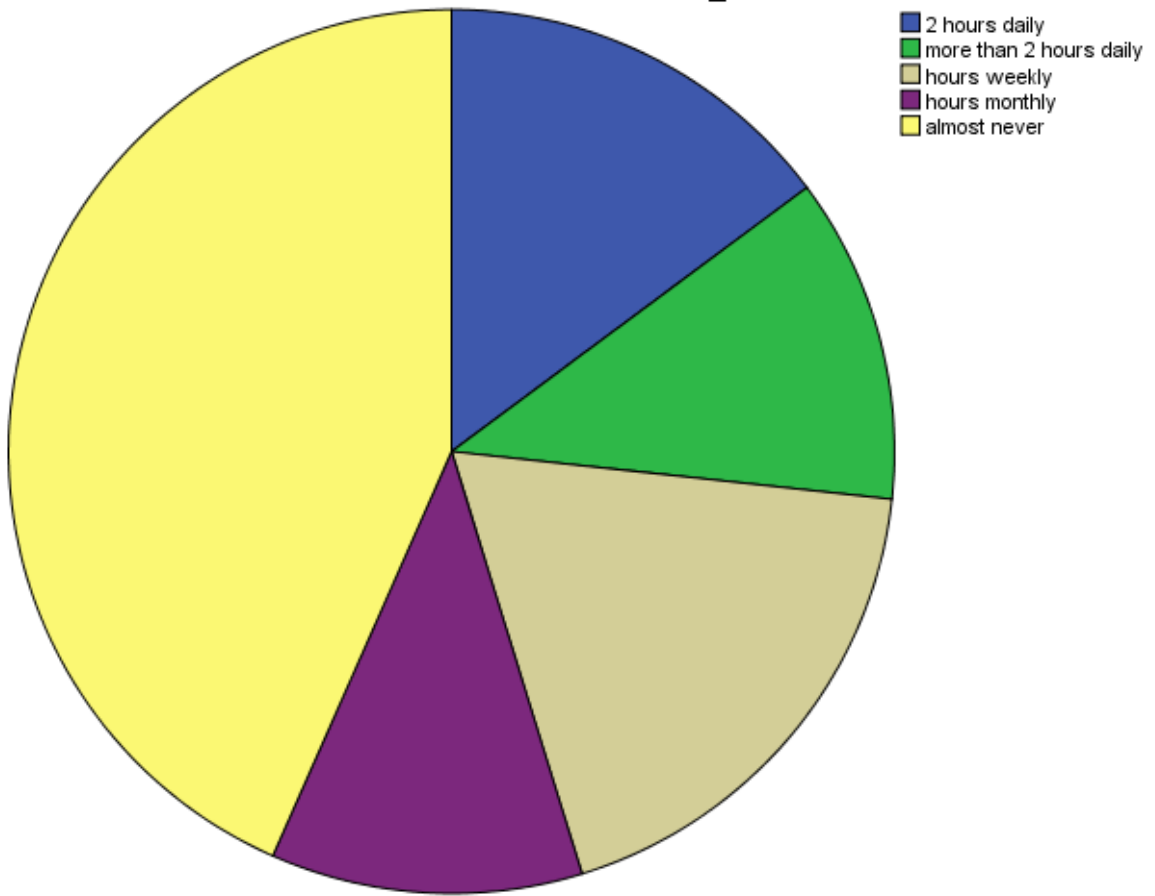
Q04.IDNETWORK



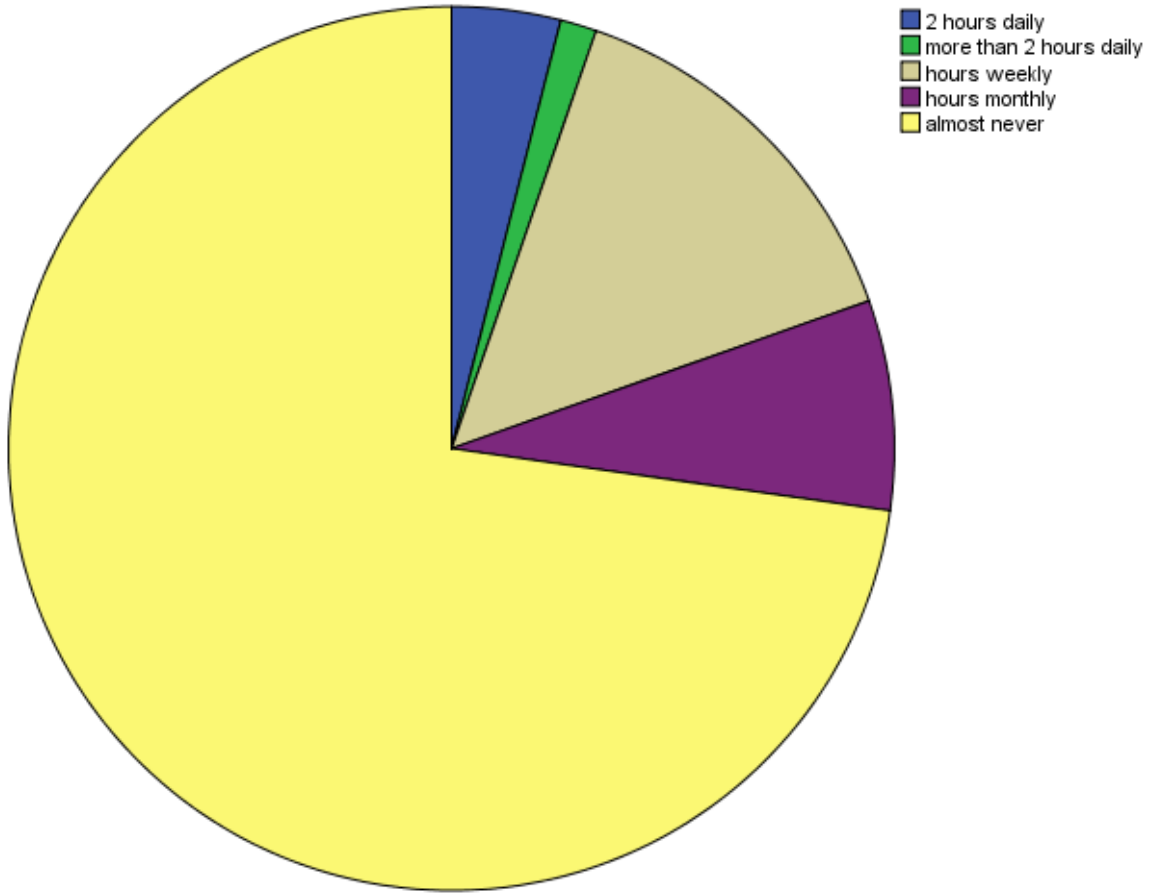
Q05A.FACEBOOK_USE



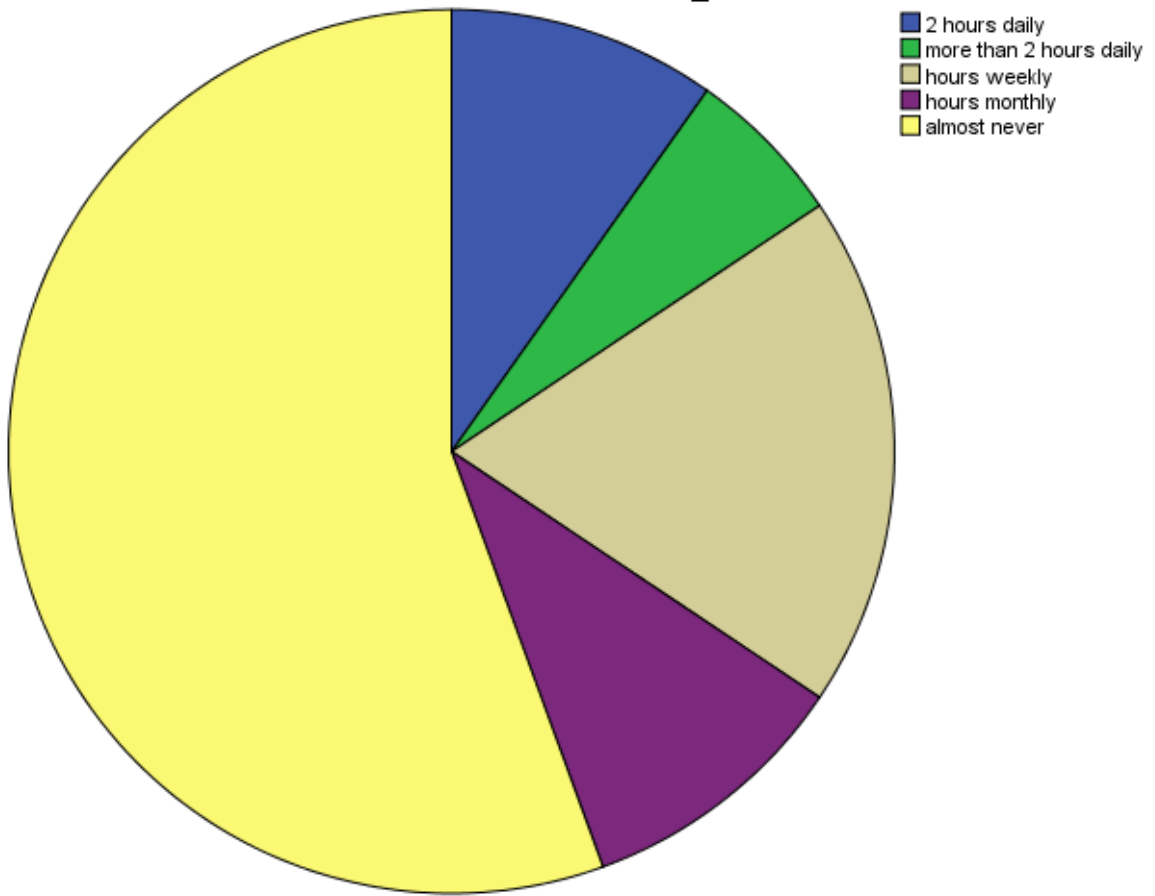
Q05B.GOOGLEPLUS_USE



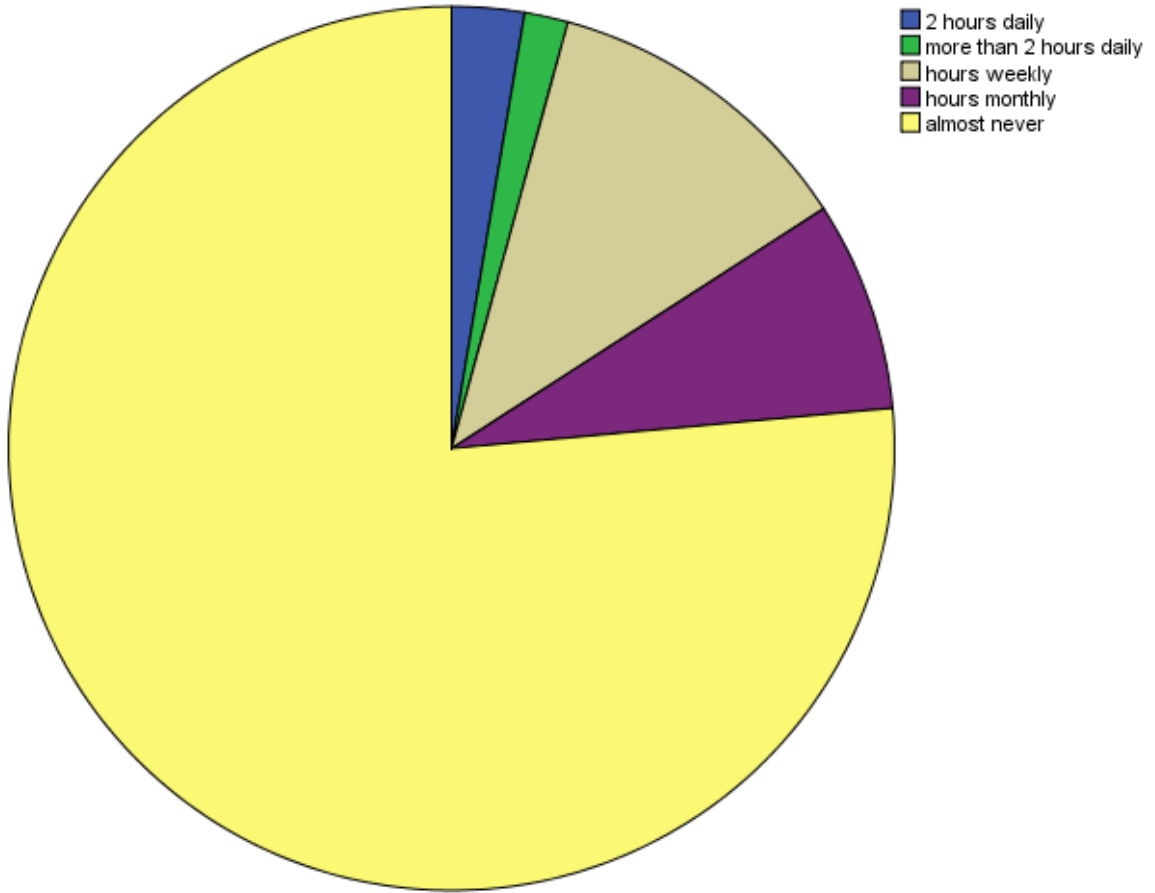
Q05C.TWITTER_USE



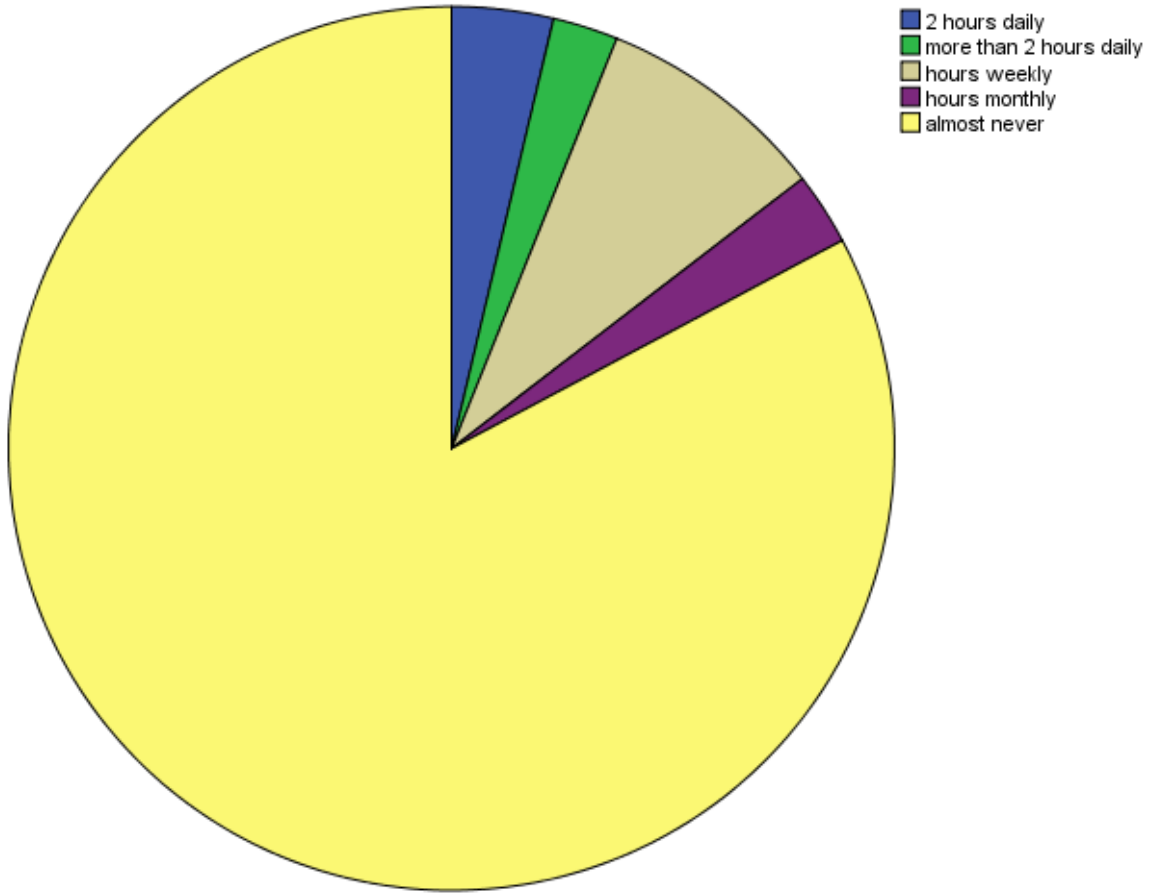
Q05D.INSTAGRAM_USE



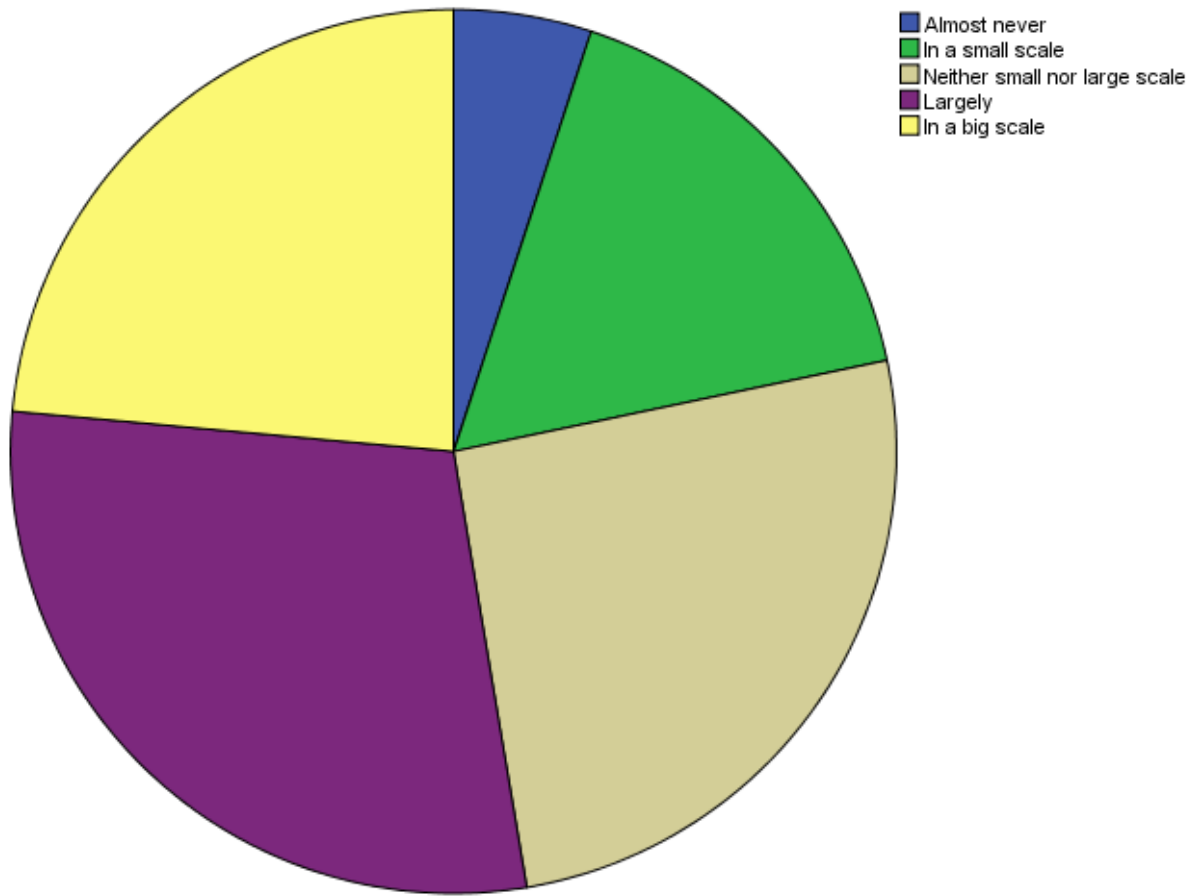
Q05E.LINKEDIN_USE



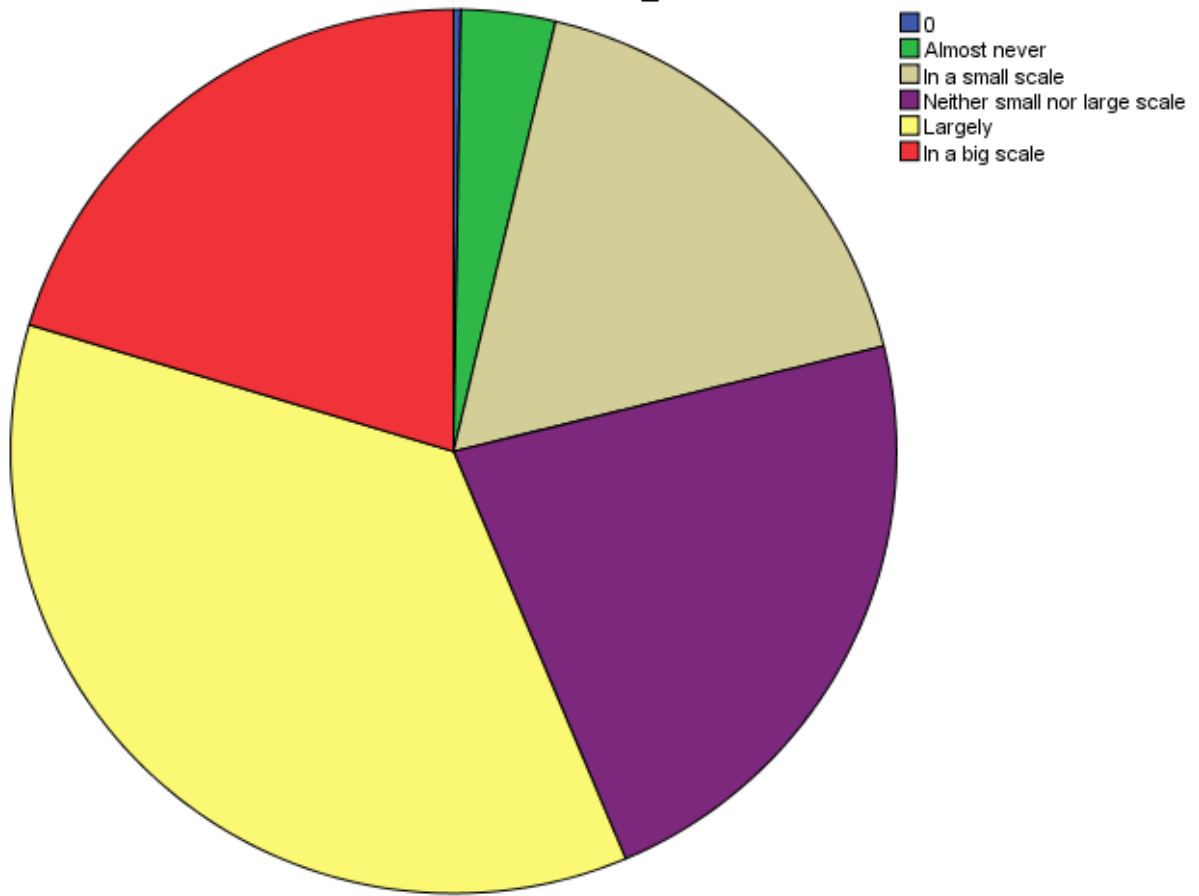
Q05F.OTHER_USE



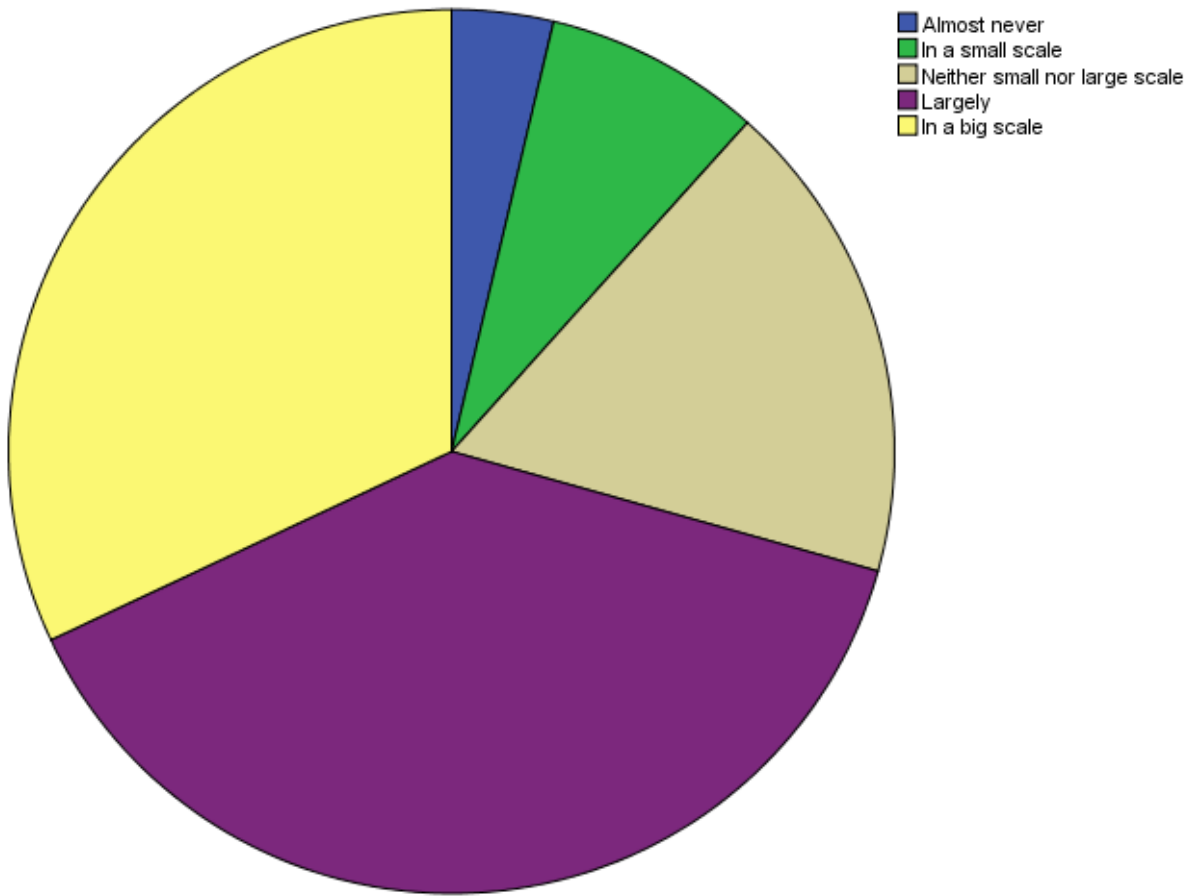
Q06A.OTHERS



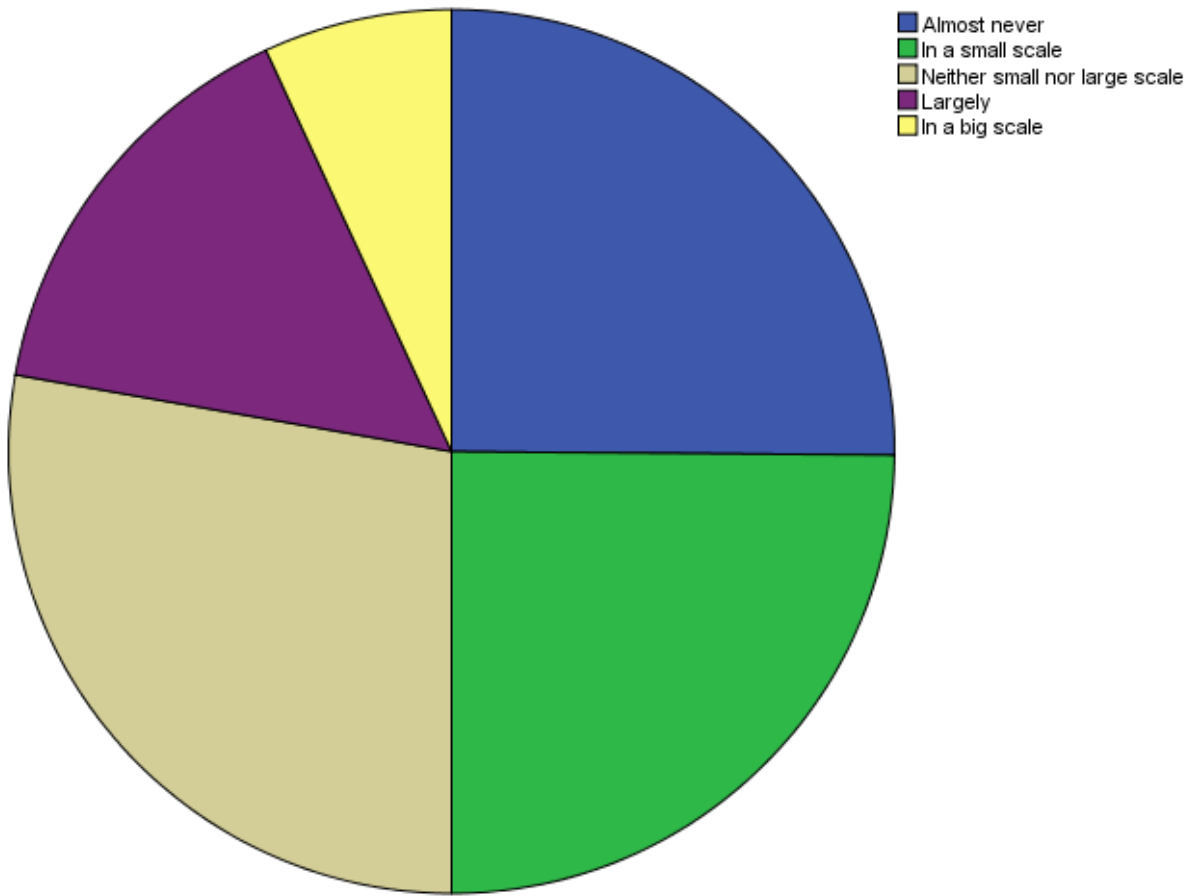
Q06B.CONTACT_FRIENDS



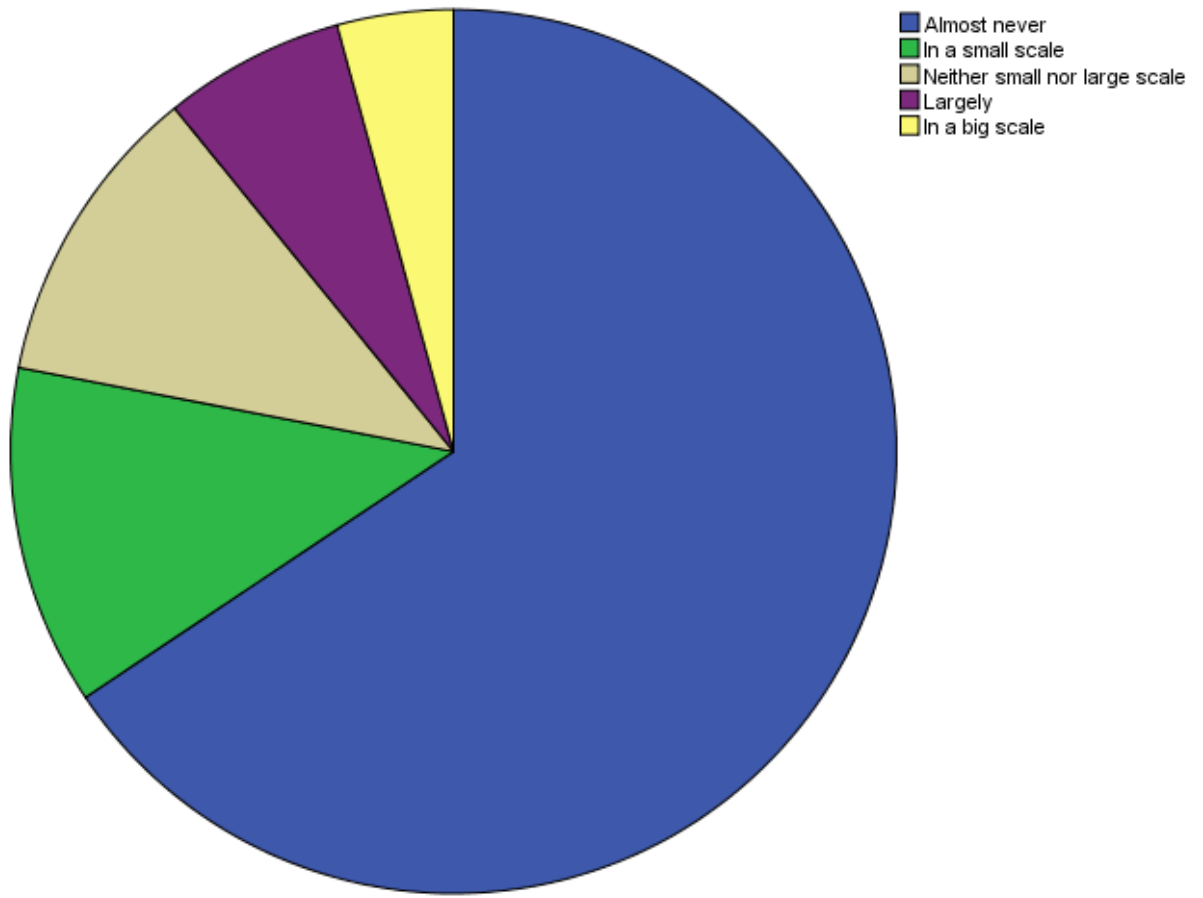
Q06C.INFORM



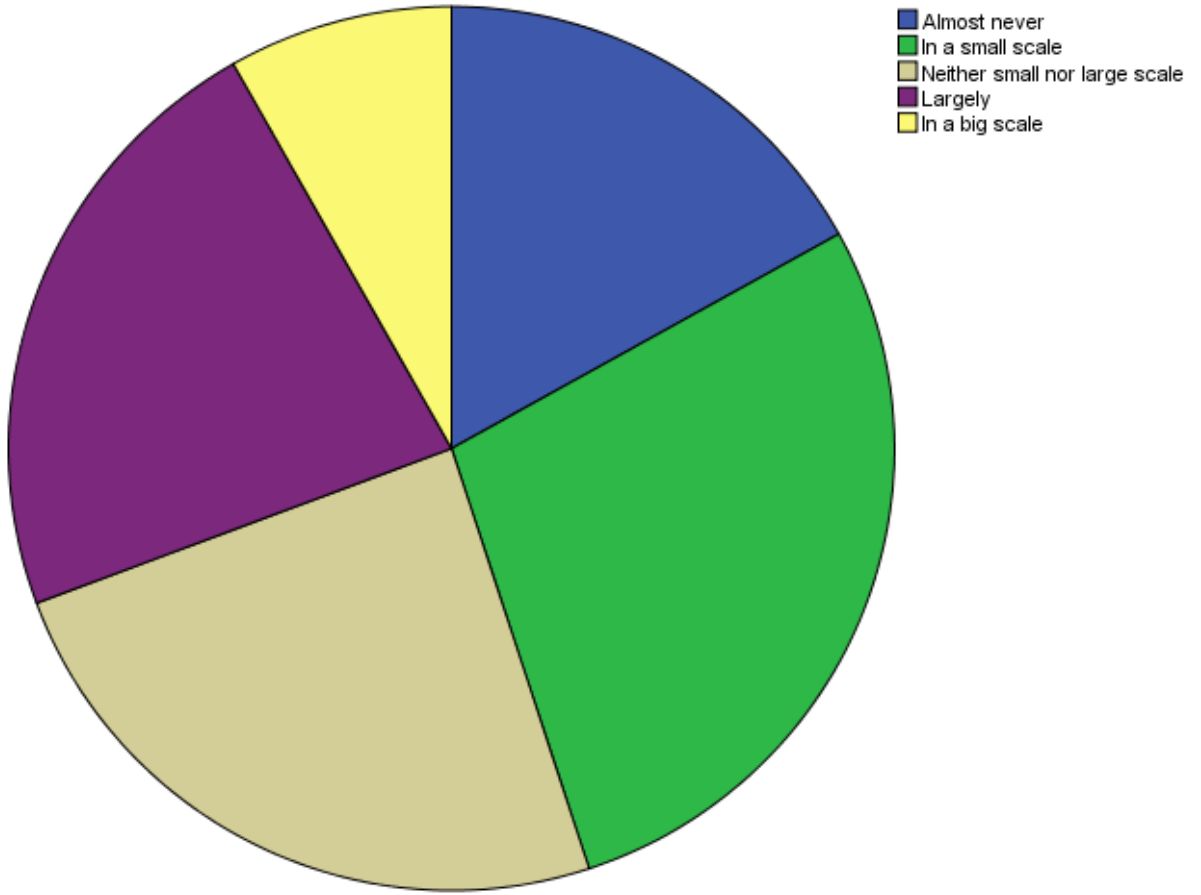
Q06D.SHARE



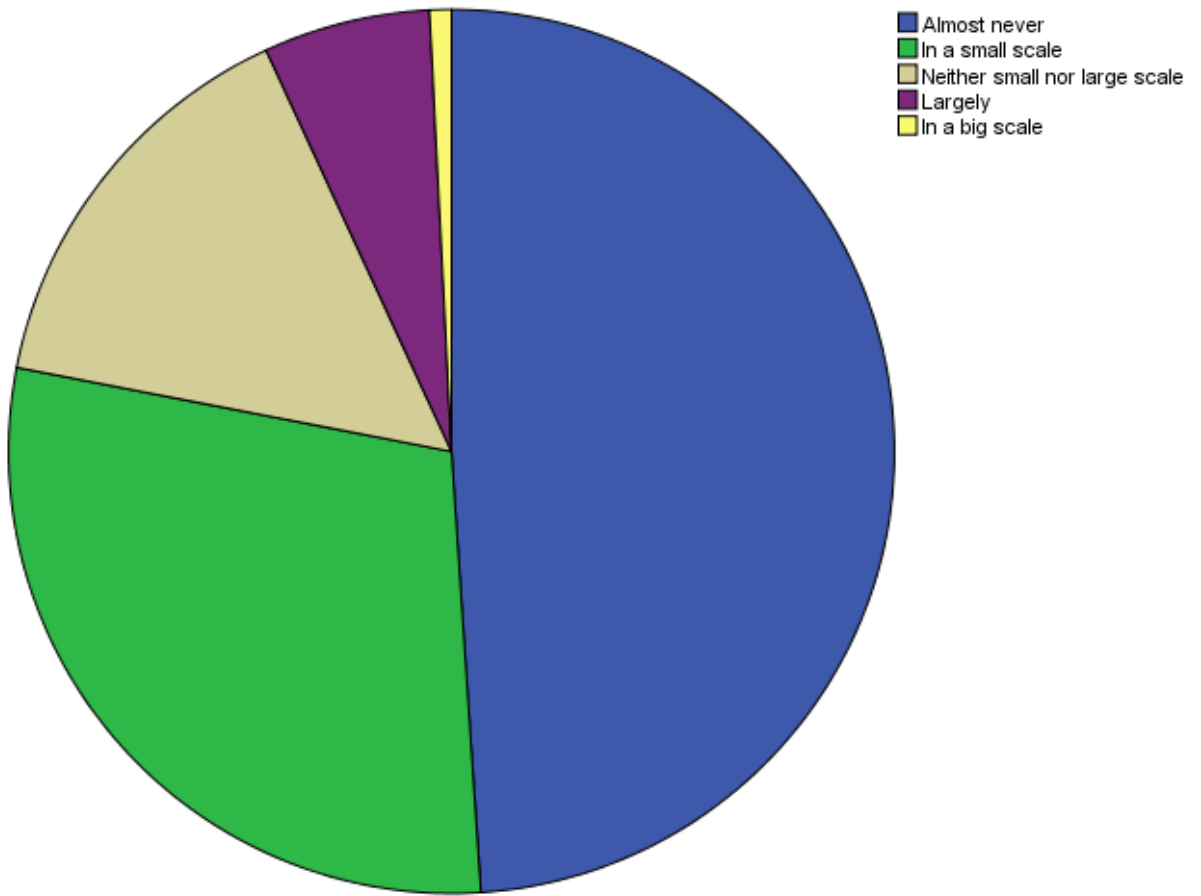
Q06E.GAMES



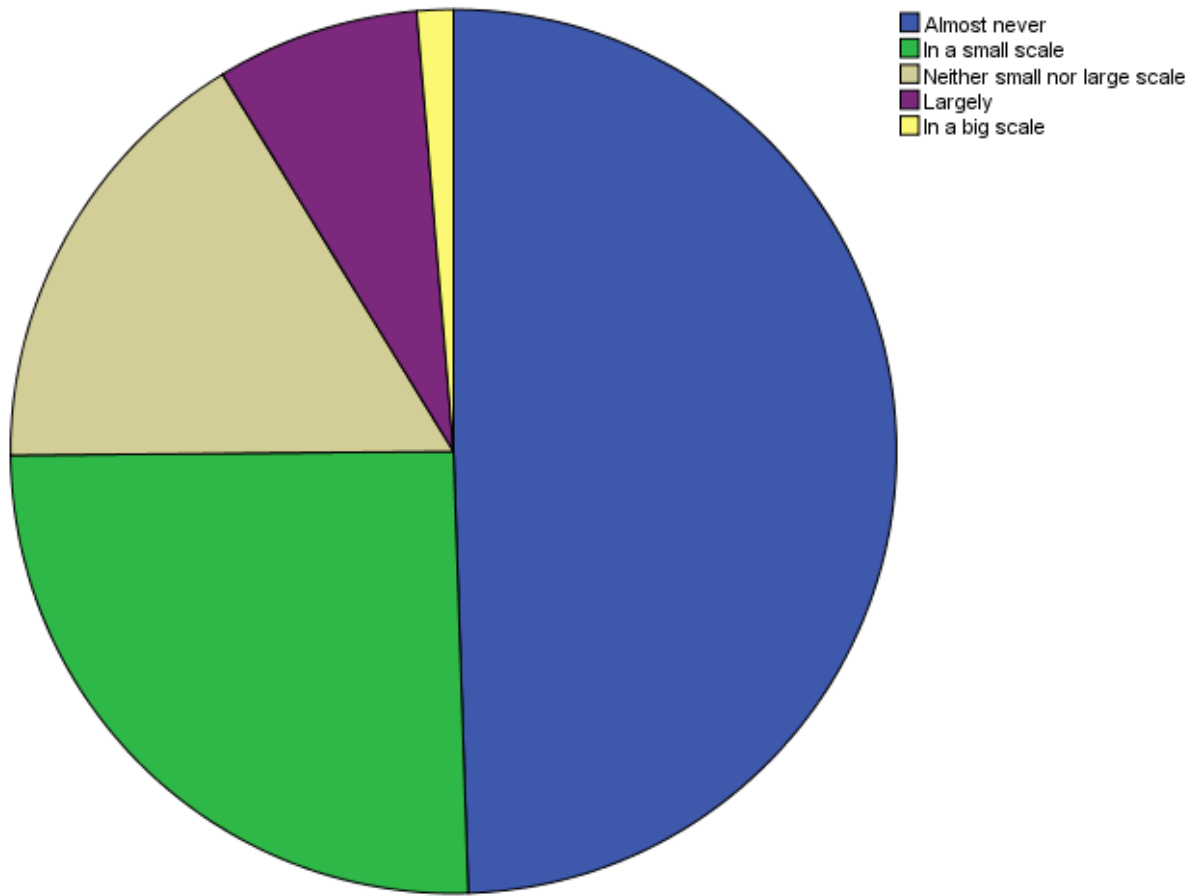
Q06F.VIDEO_MUSIC



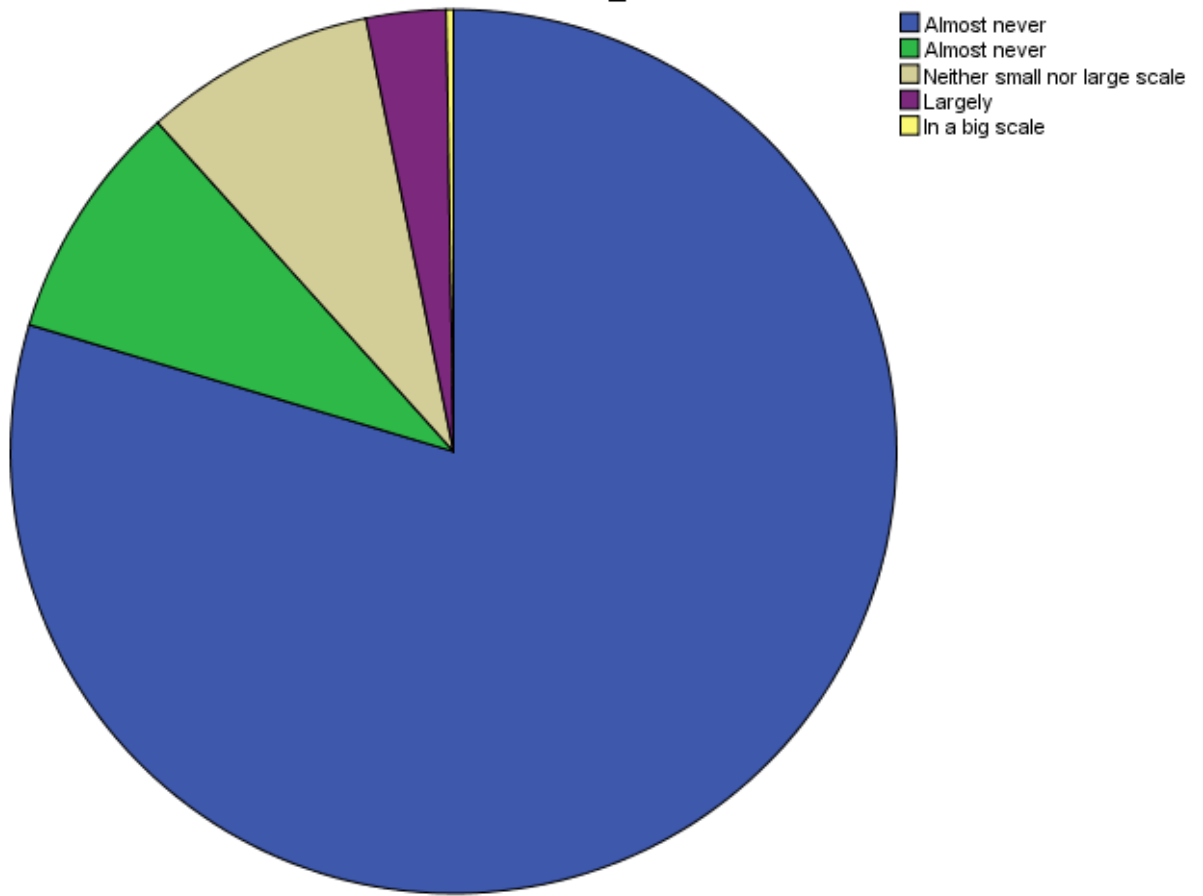
Q06G.CURIOSITY



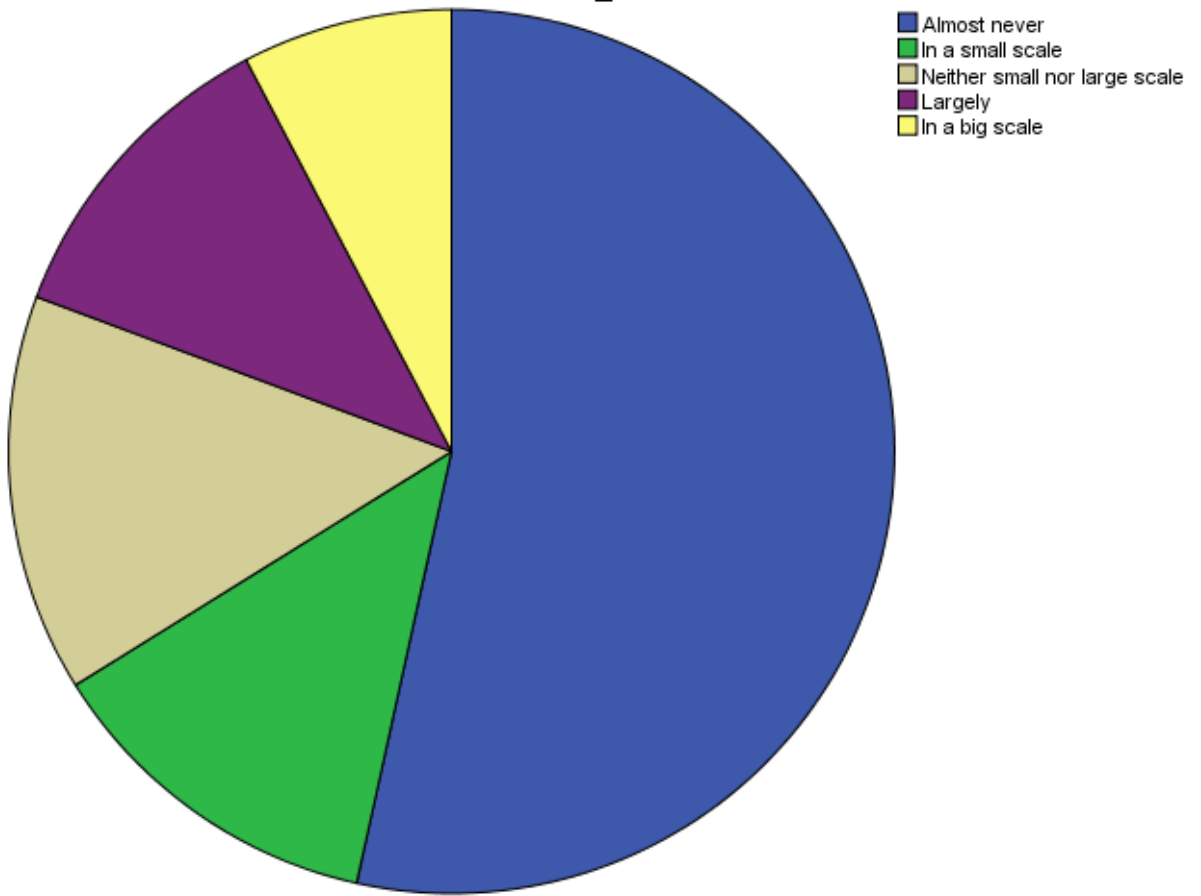
Q06H.OBSERVE



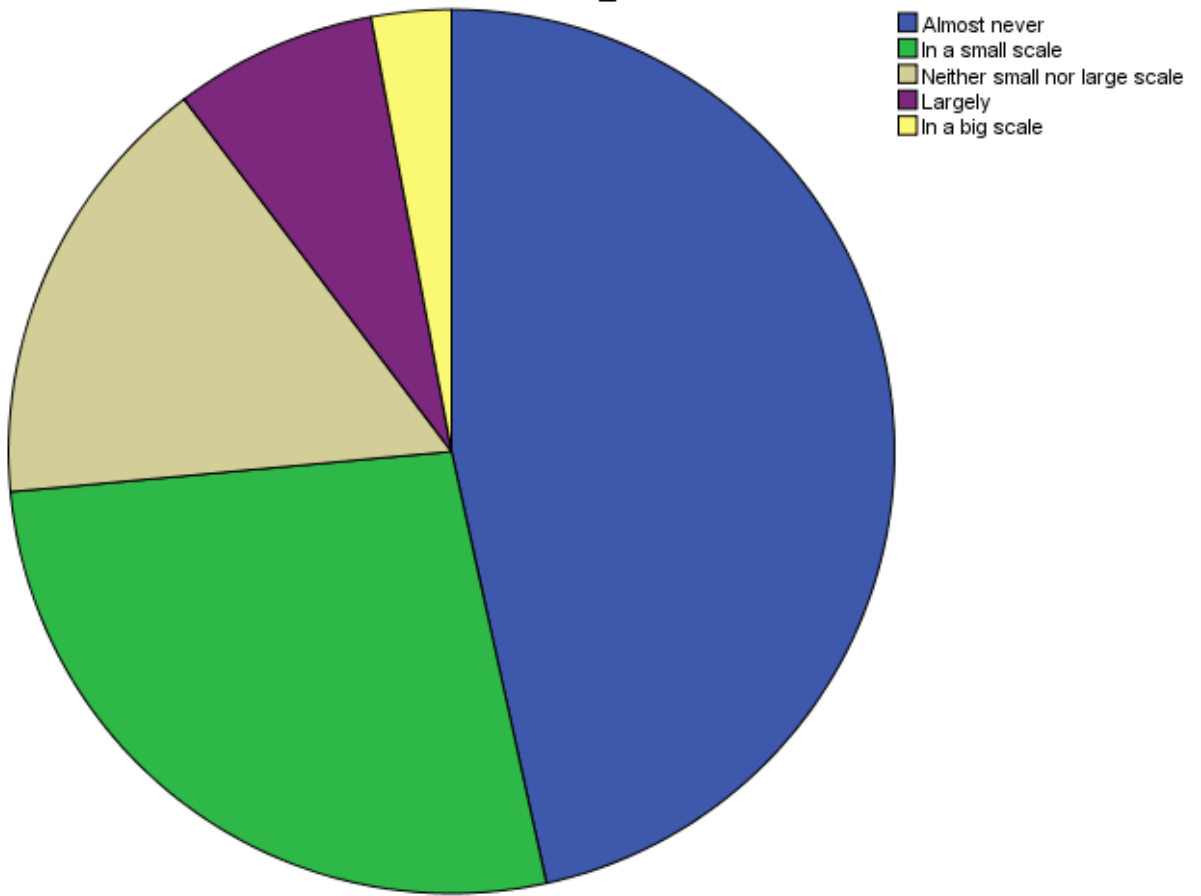
Q06I.FRIENDS_PRESSURE



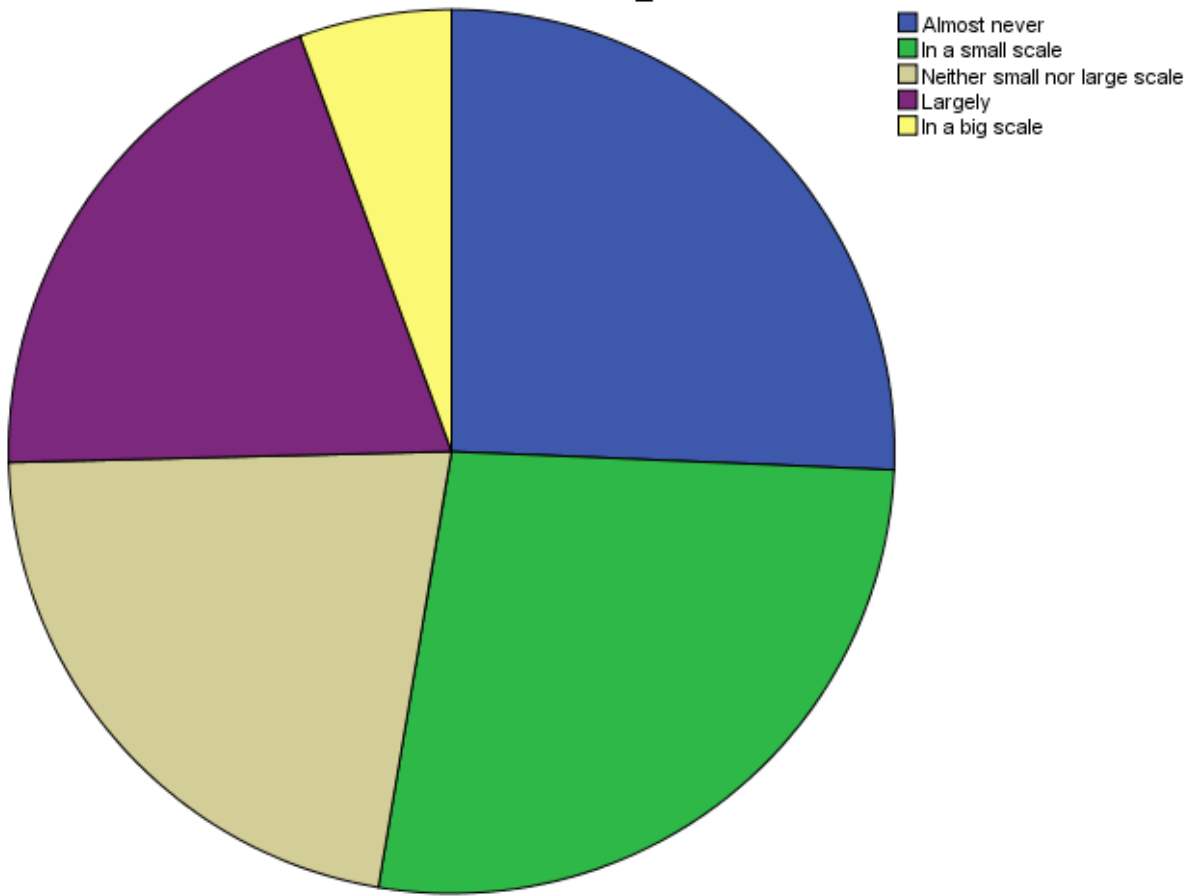
Q06J.JOB_SEARCH



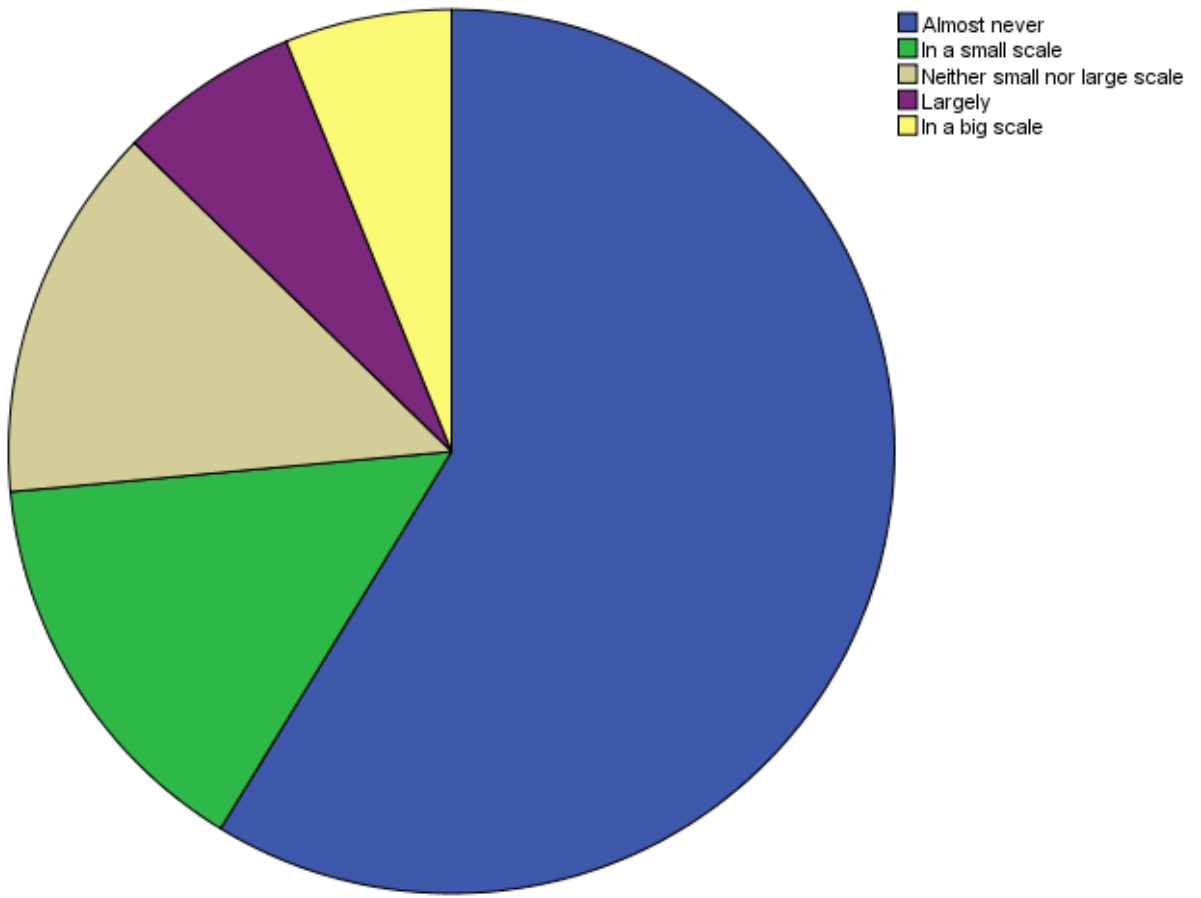
Q06K.FIND_FRIENDS



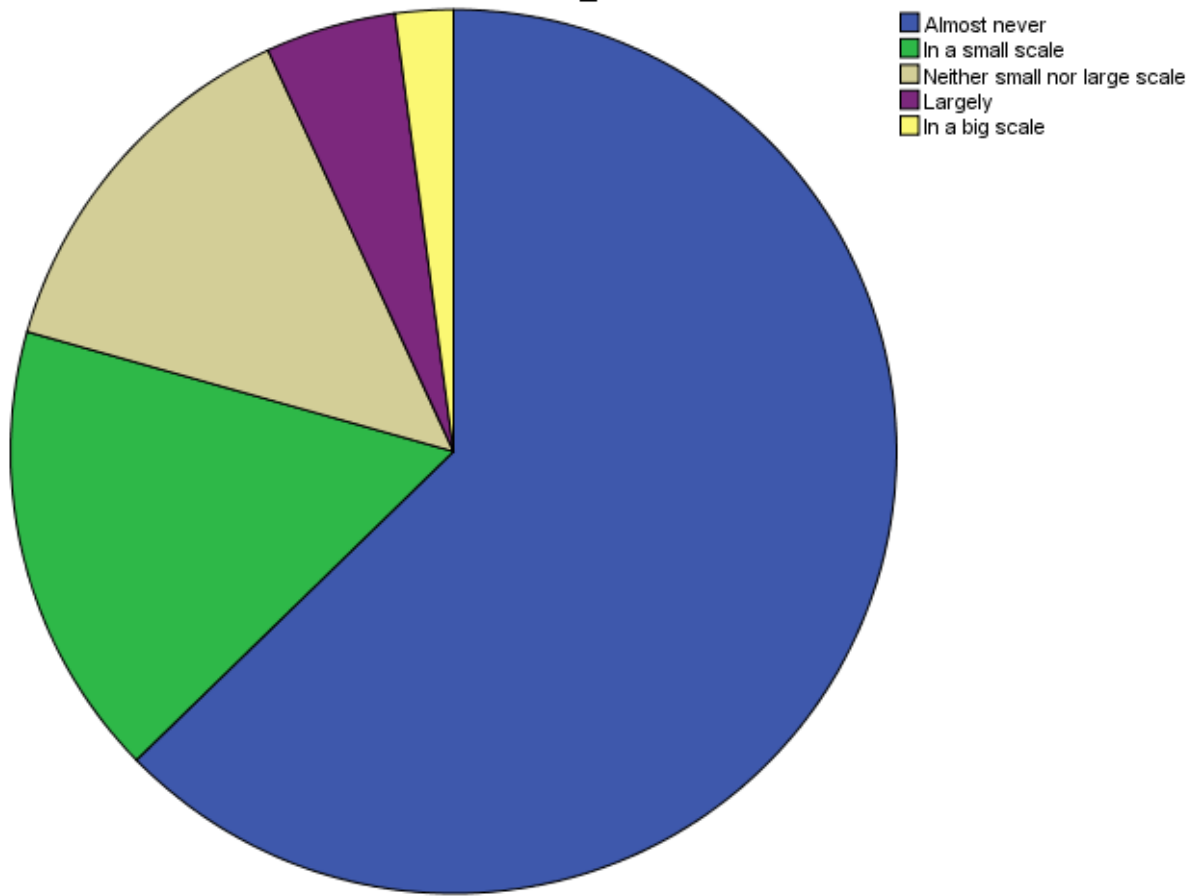
Q06L.FREE_TIME



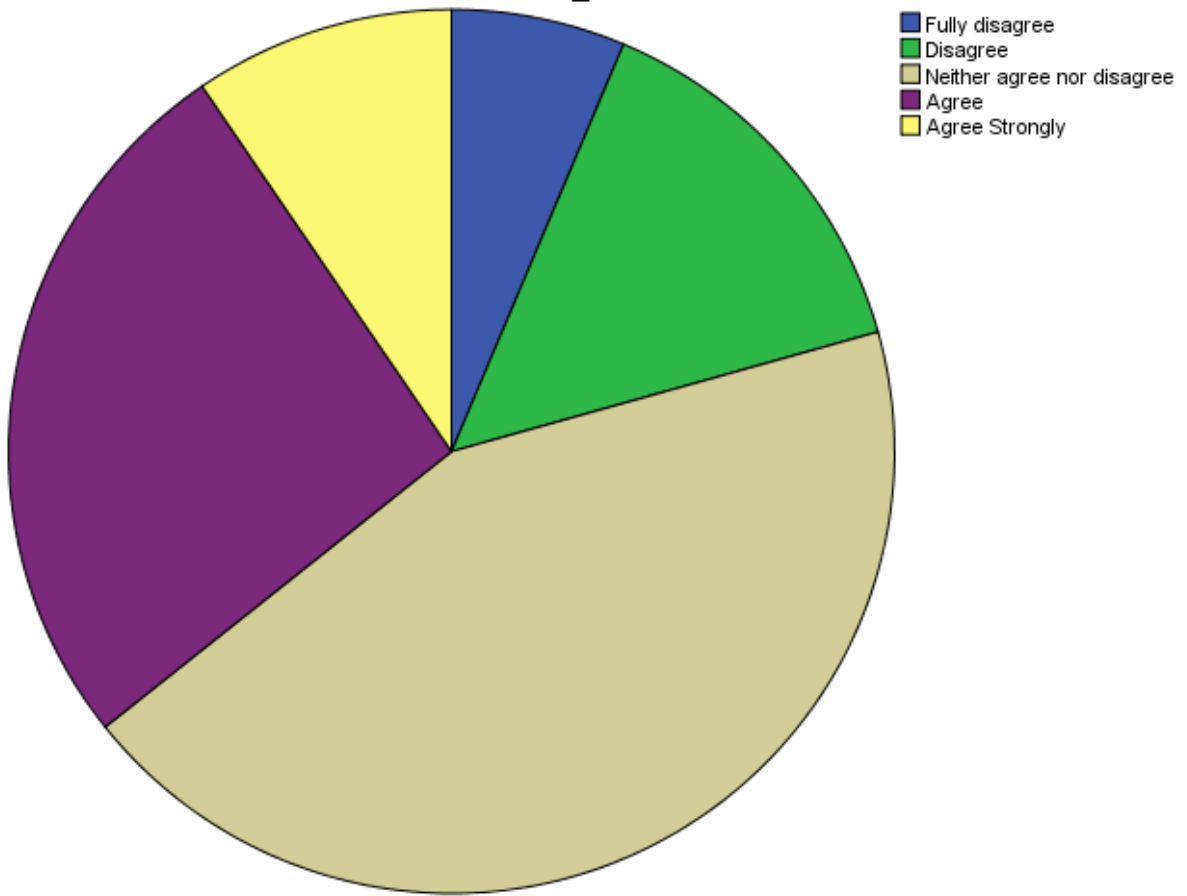
Q06M.TRENDY



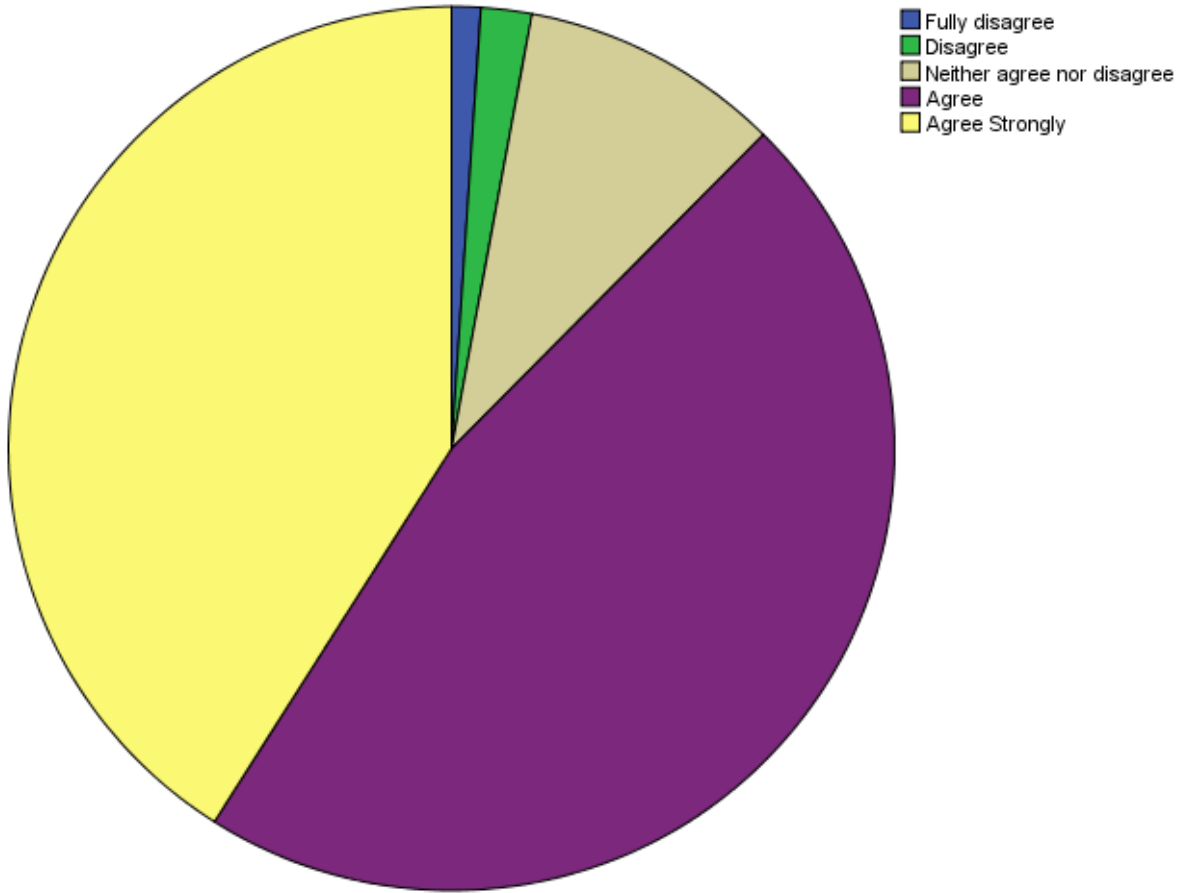
Q06N.SELF_PROMOTION



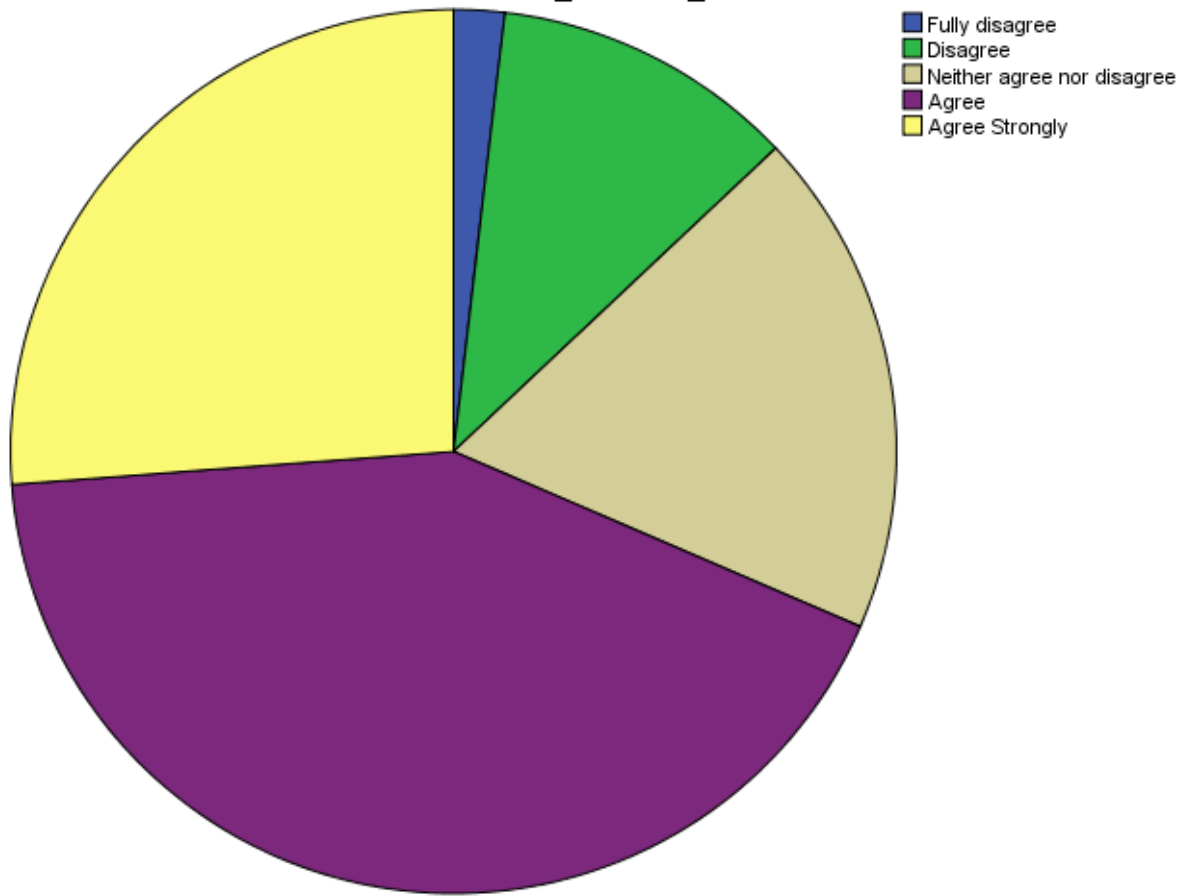
Q07A.FREE_EXPRESSION



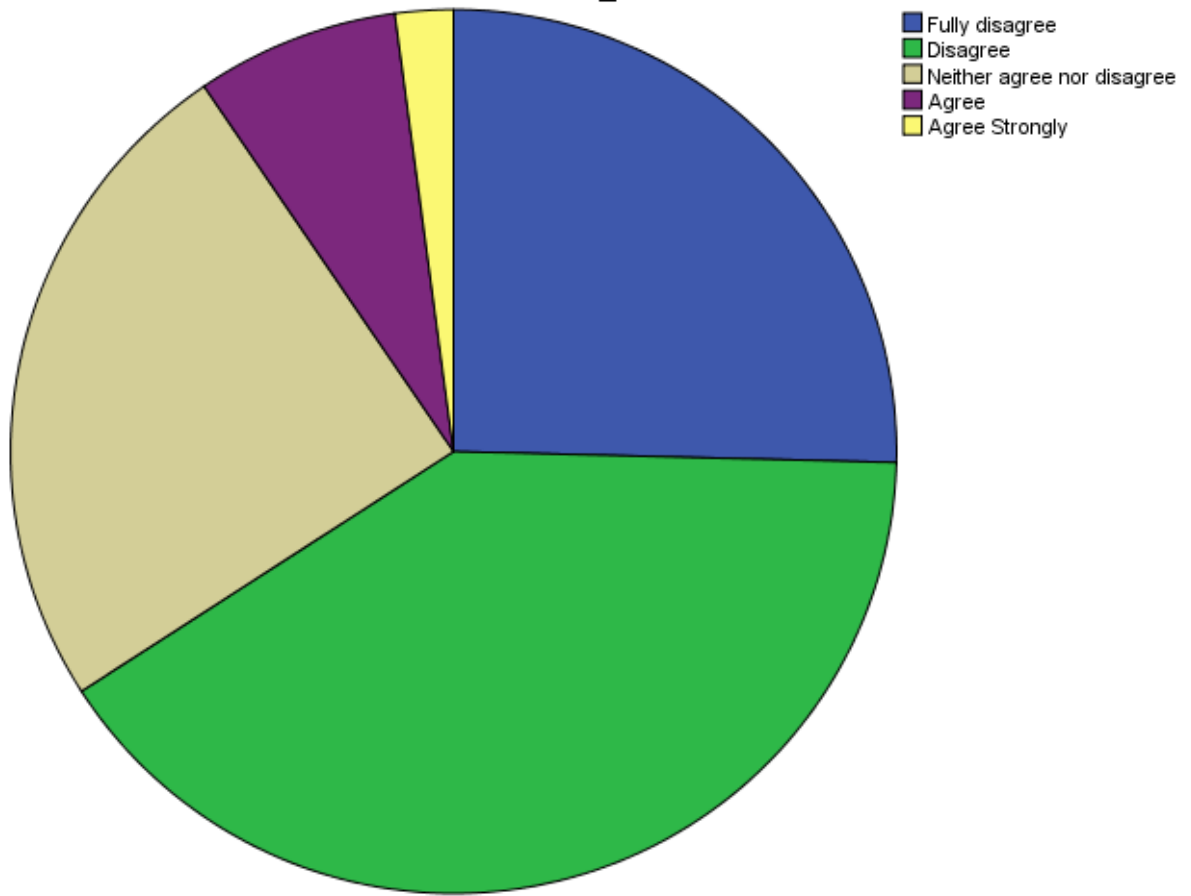
Q07B.FAST_TRANSMISSION



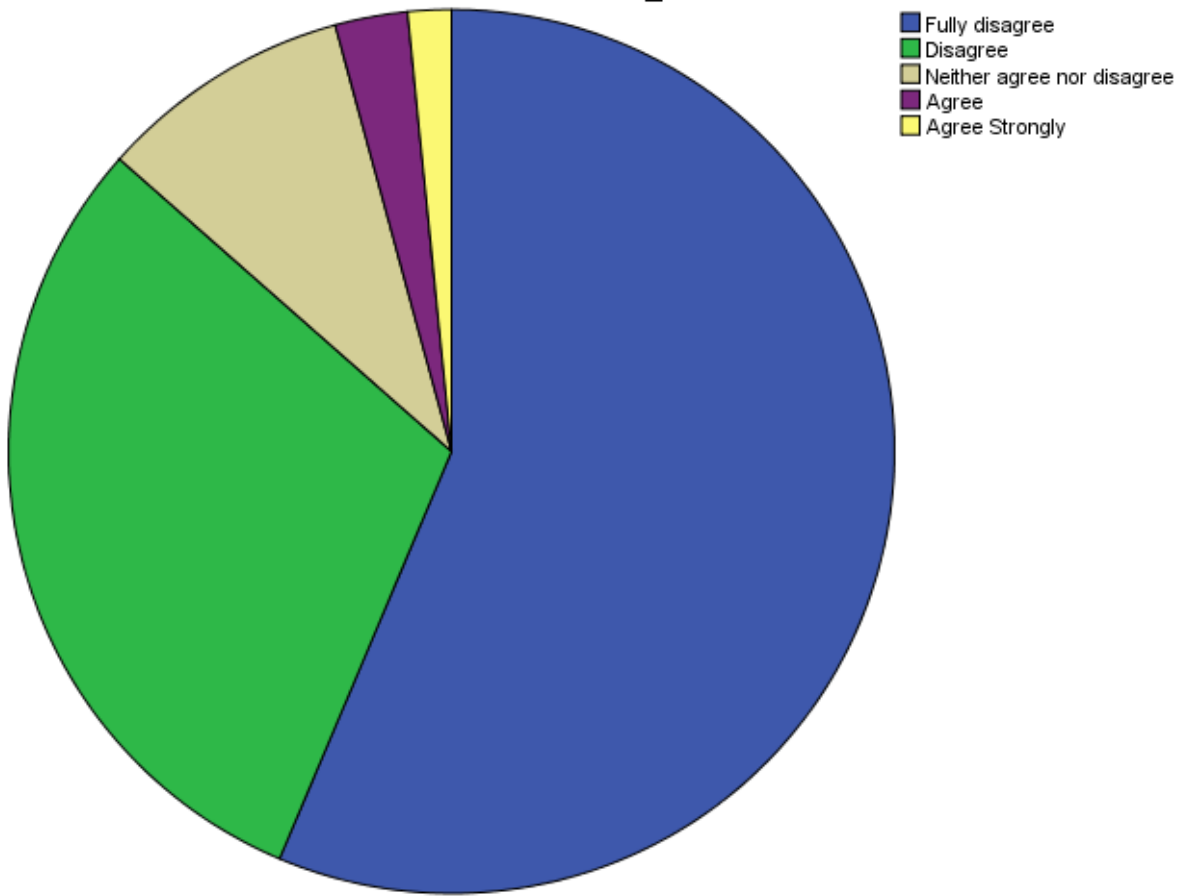
Q07C.REPLACE_HUMAN_CONTANCT



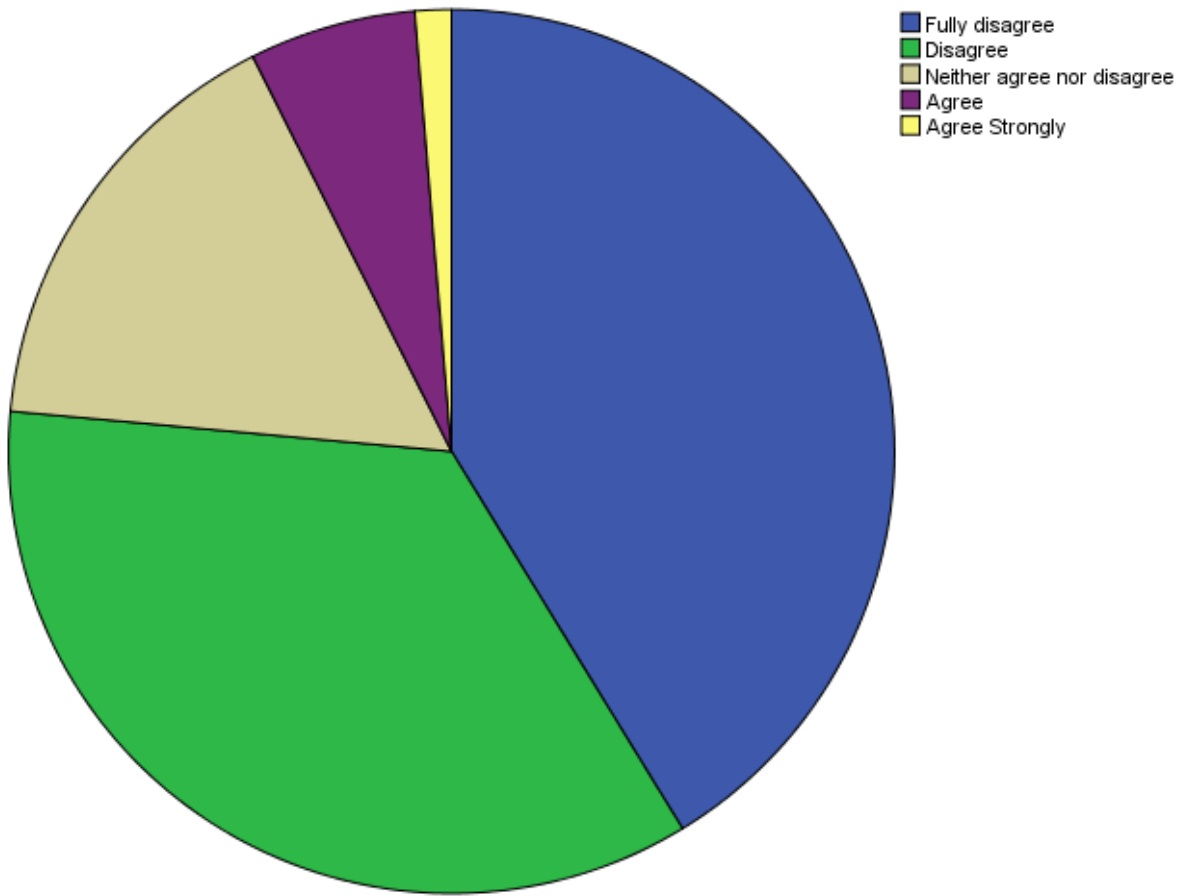
Q07D.OTHER_COMMENTS



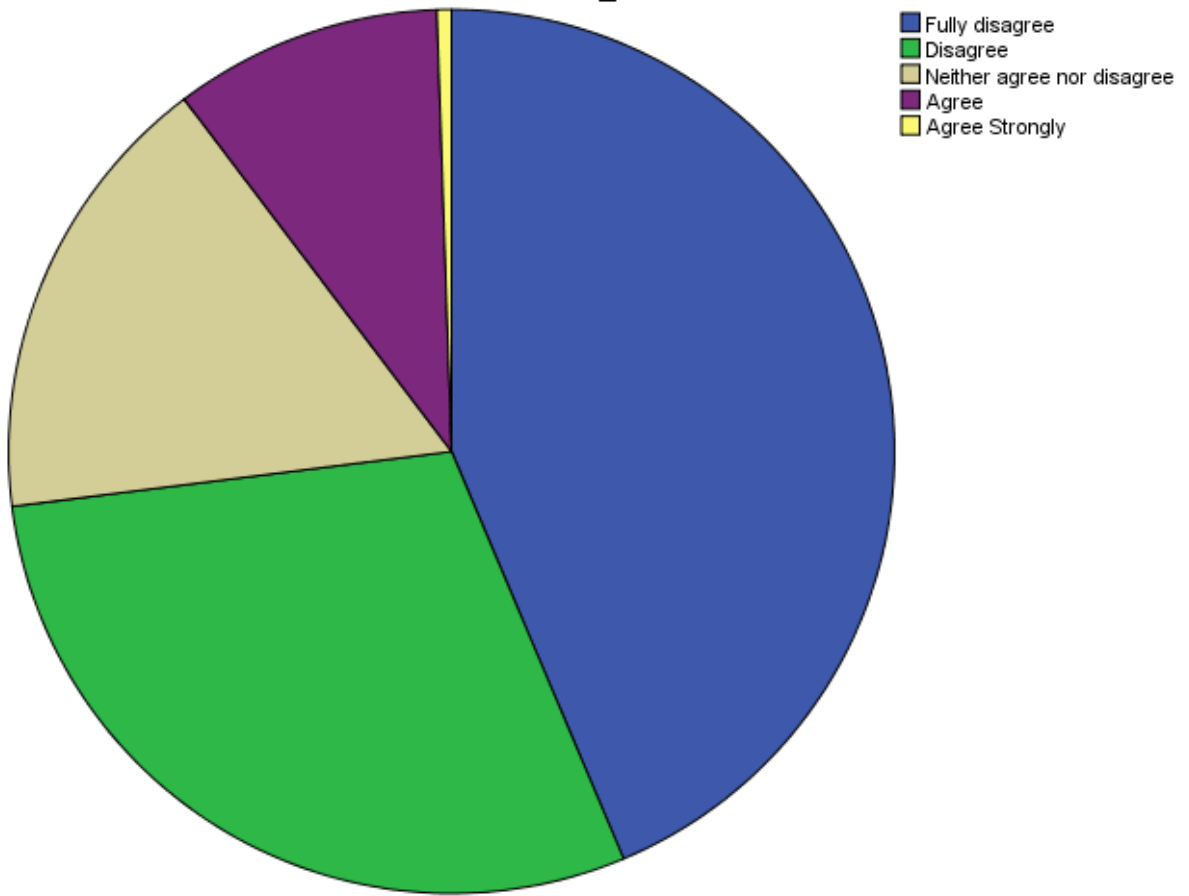
Q07E.POLITICAL_BELIEFS



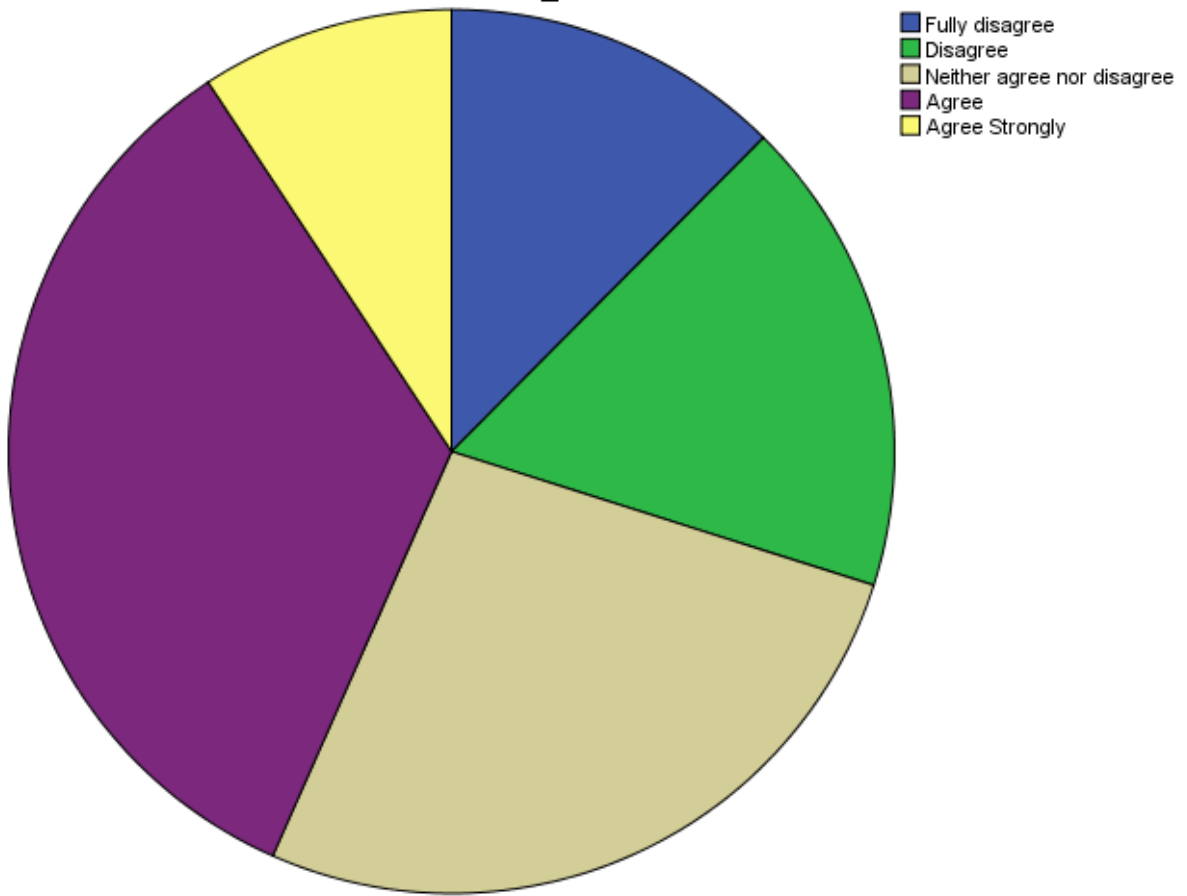
Q07F.CONFIDENCE



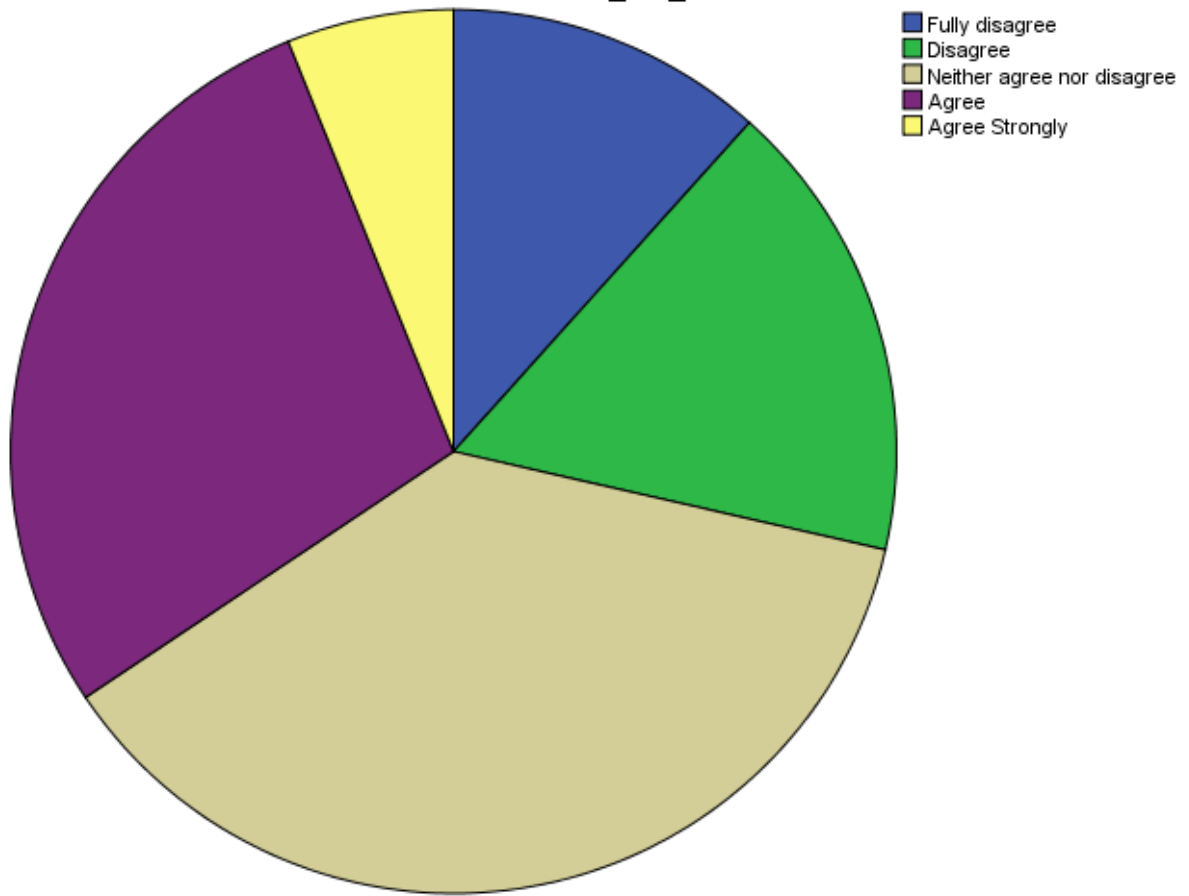
Q07G.SHARE_PROBLEMS



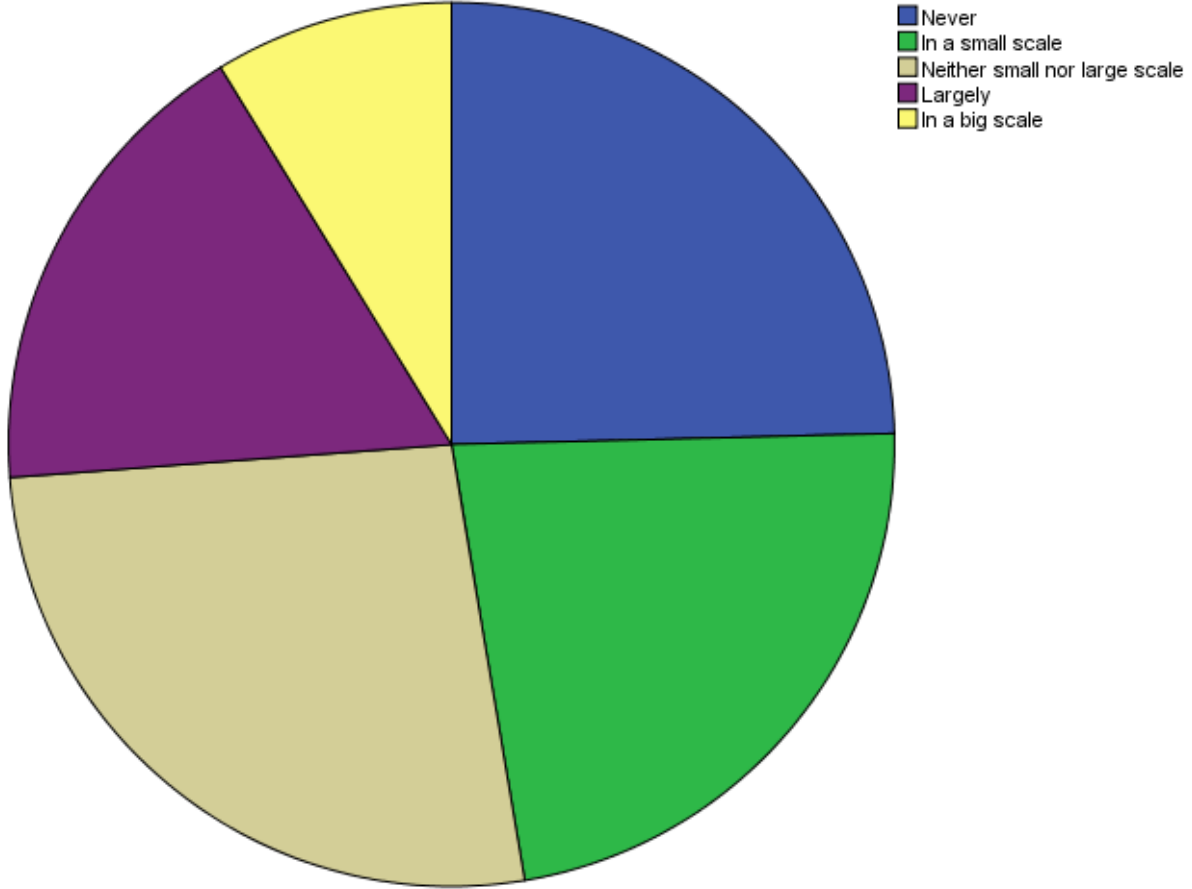
Q07H.FREE_ENTERTAINMENT



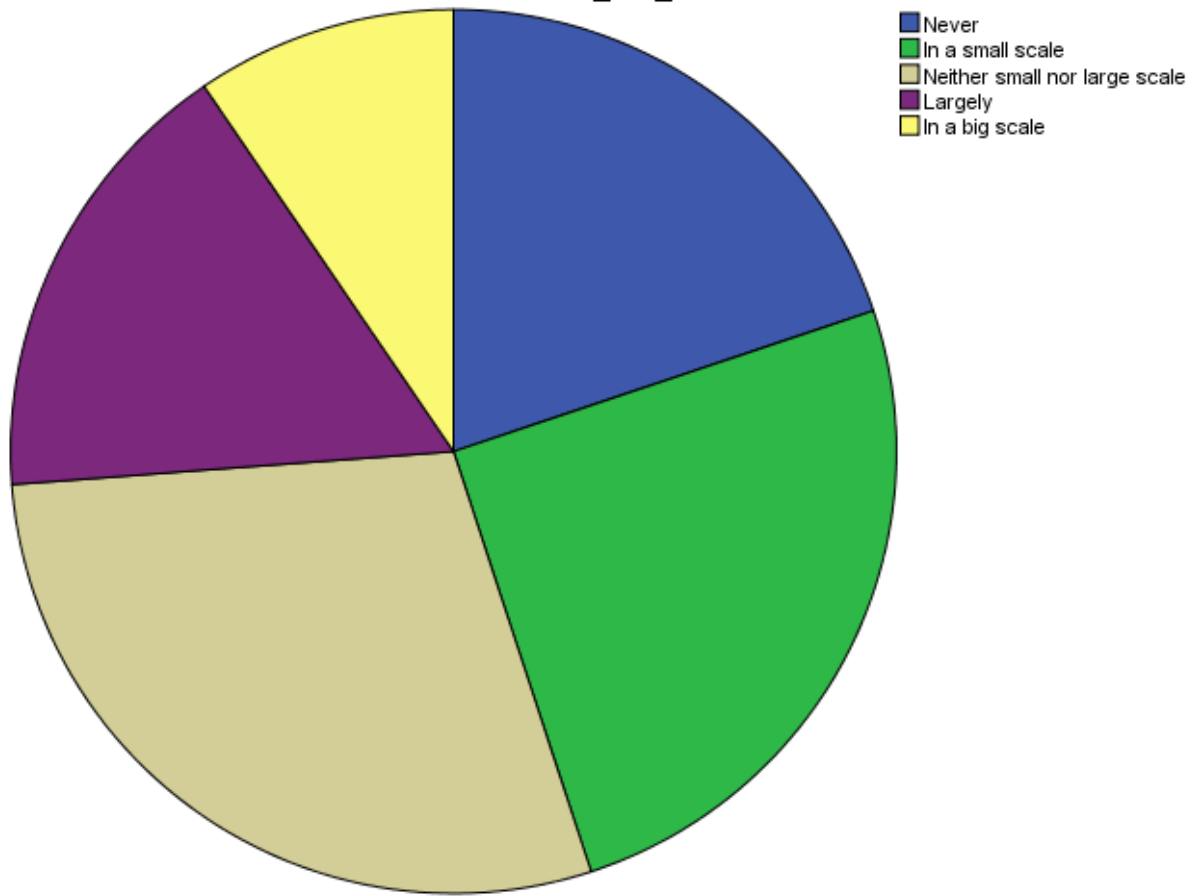
Q07I.FREEDOM_OF_SPEECH



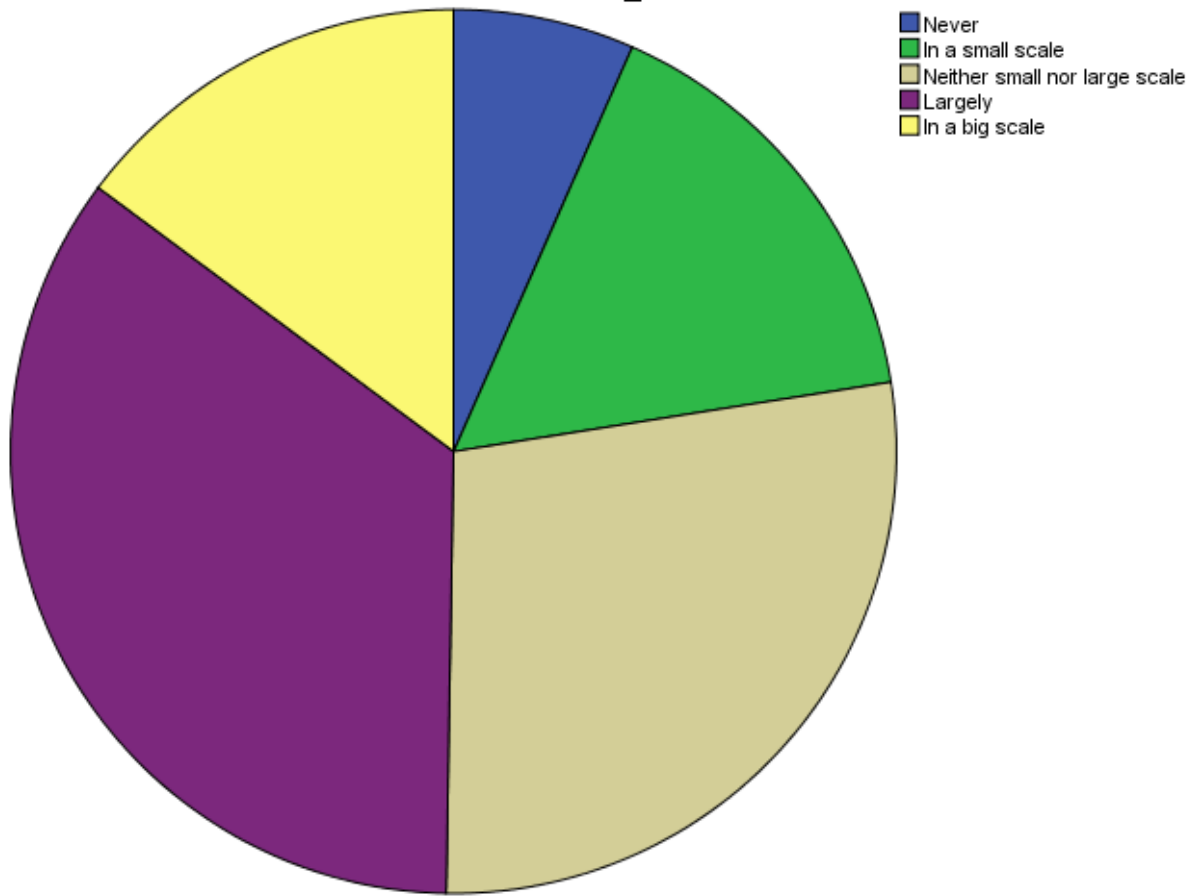
Q08A.BLOGS_FORUM



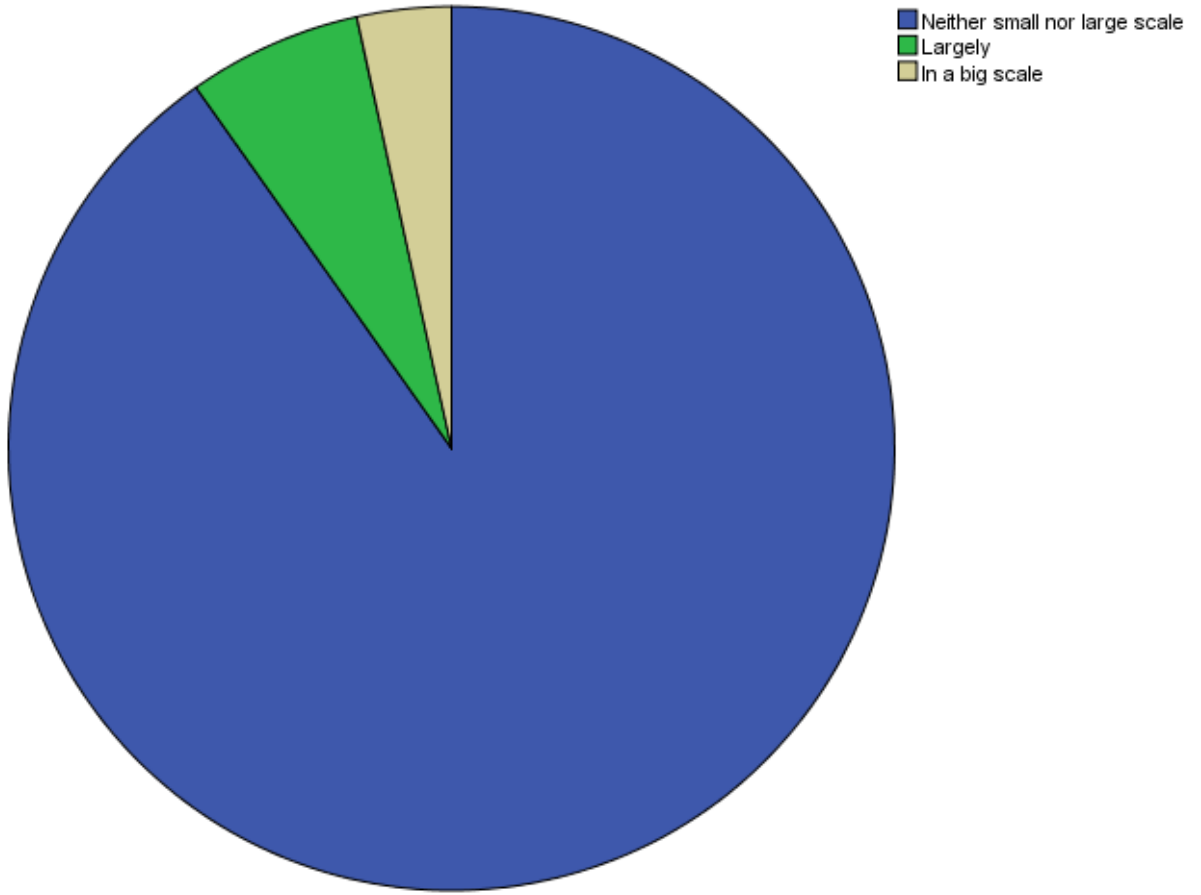
Q08B.SHARE_MY_OPINION



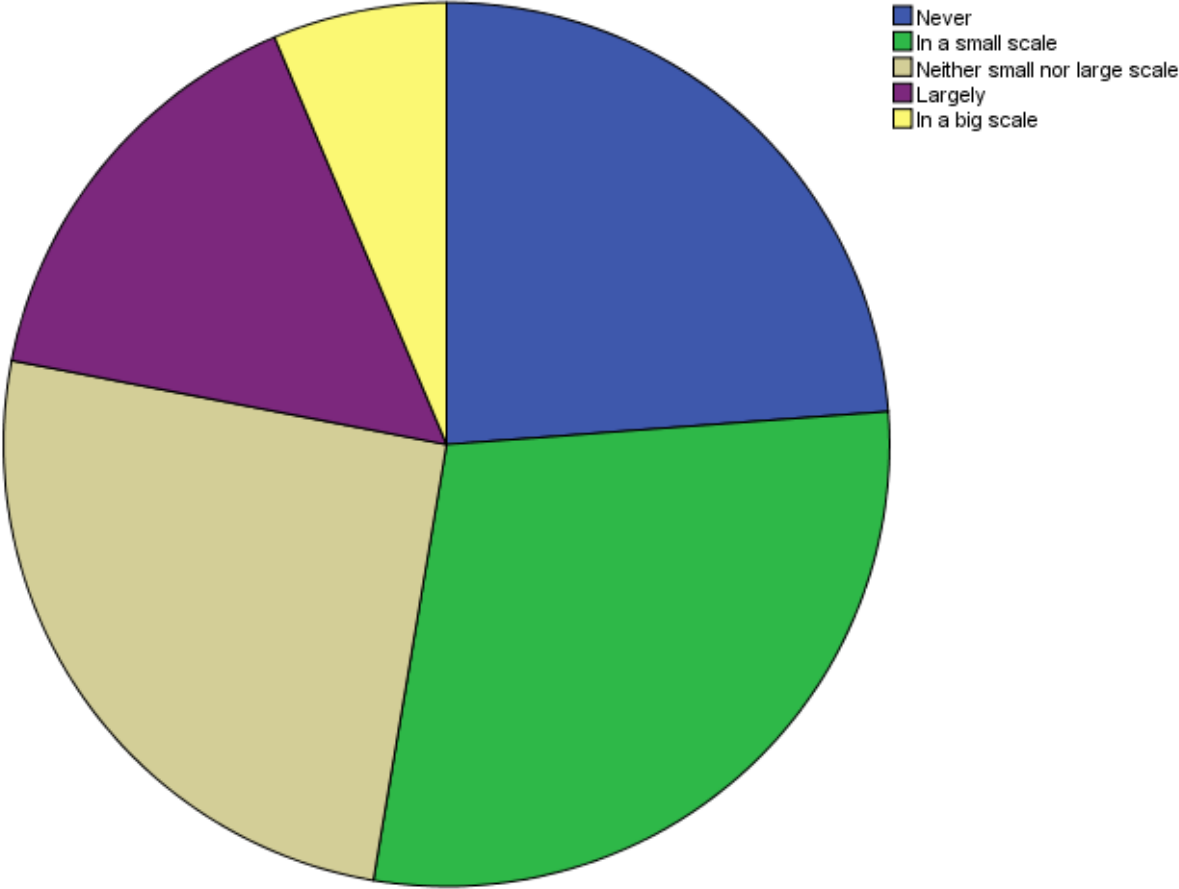
Q08C.READ_BLOGS



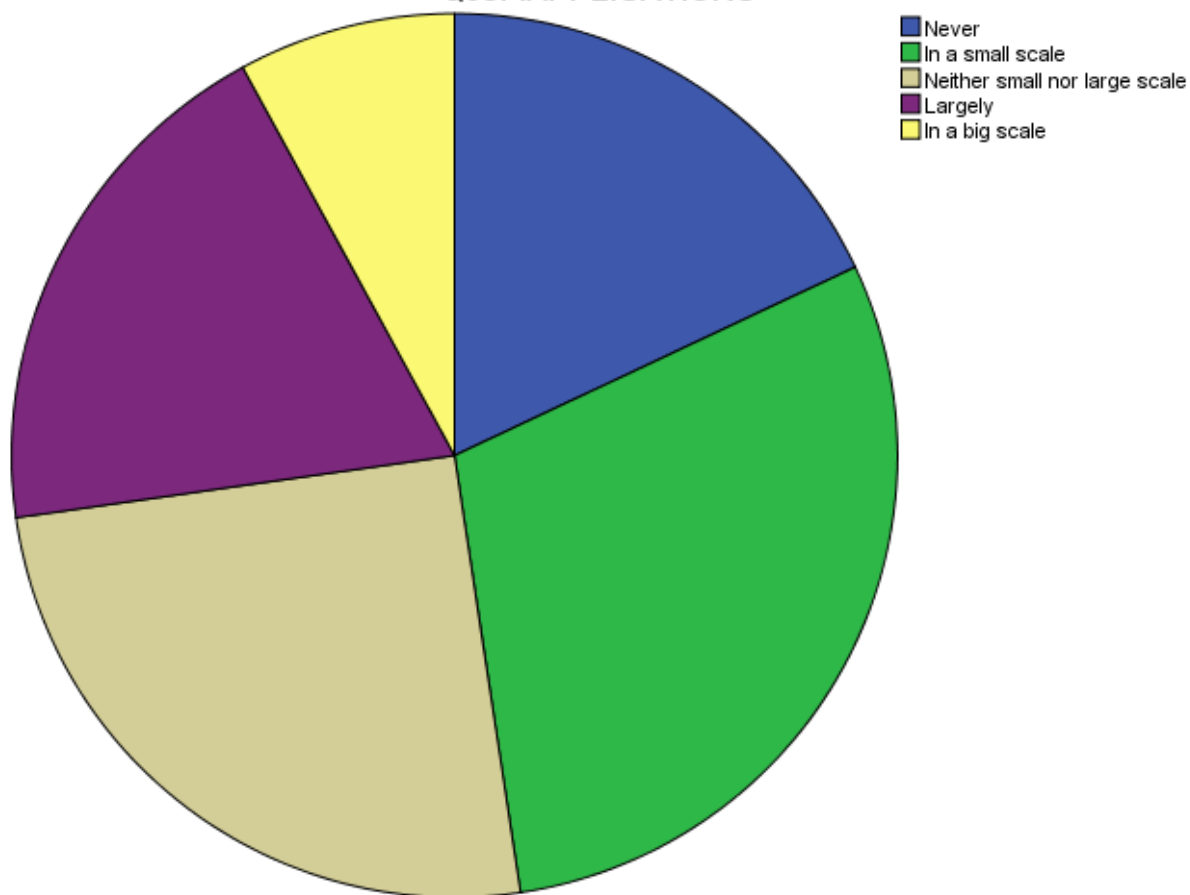
Q08D.WRITE_BLOGS



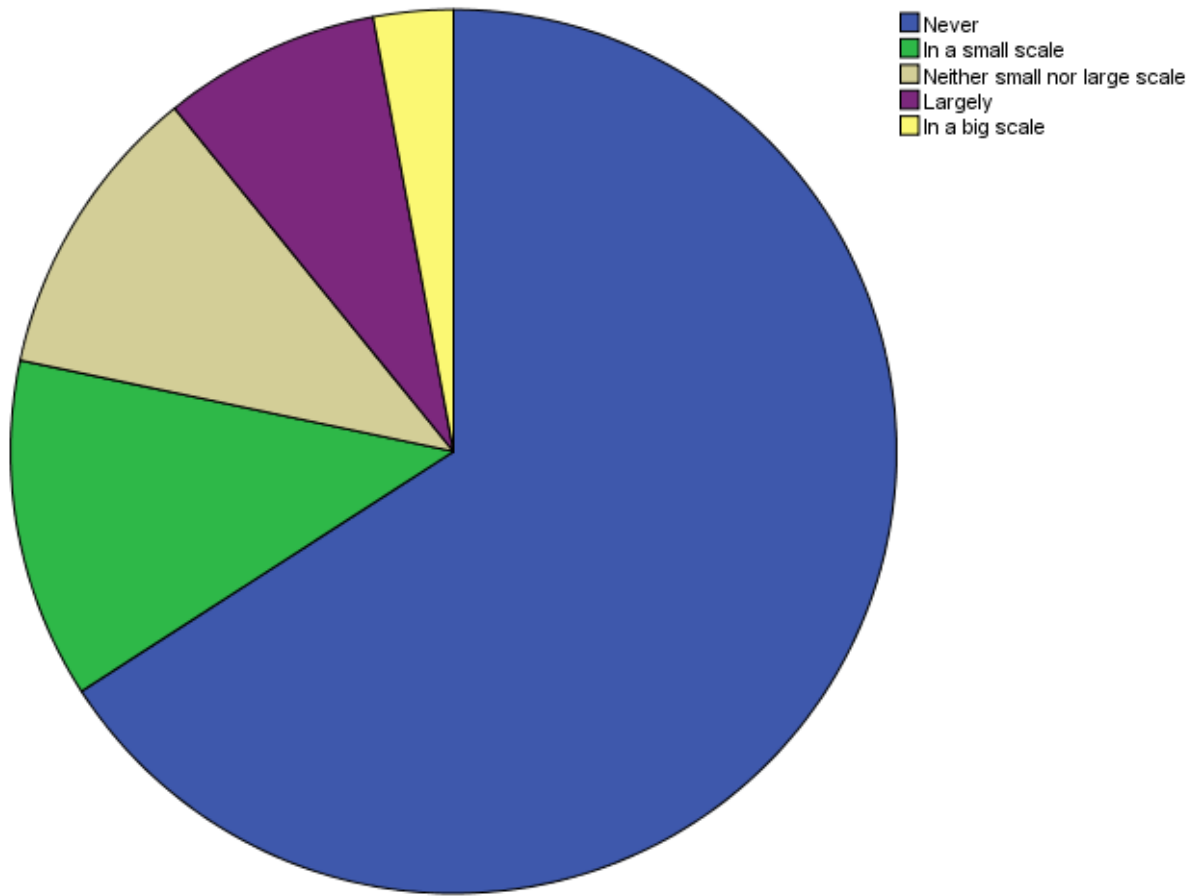
Q08E.COMMENTS



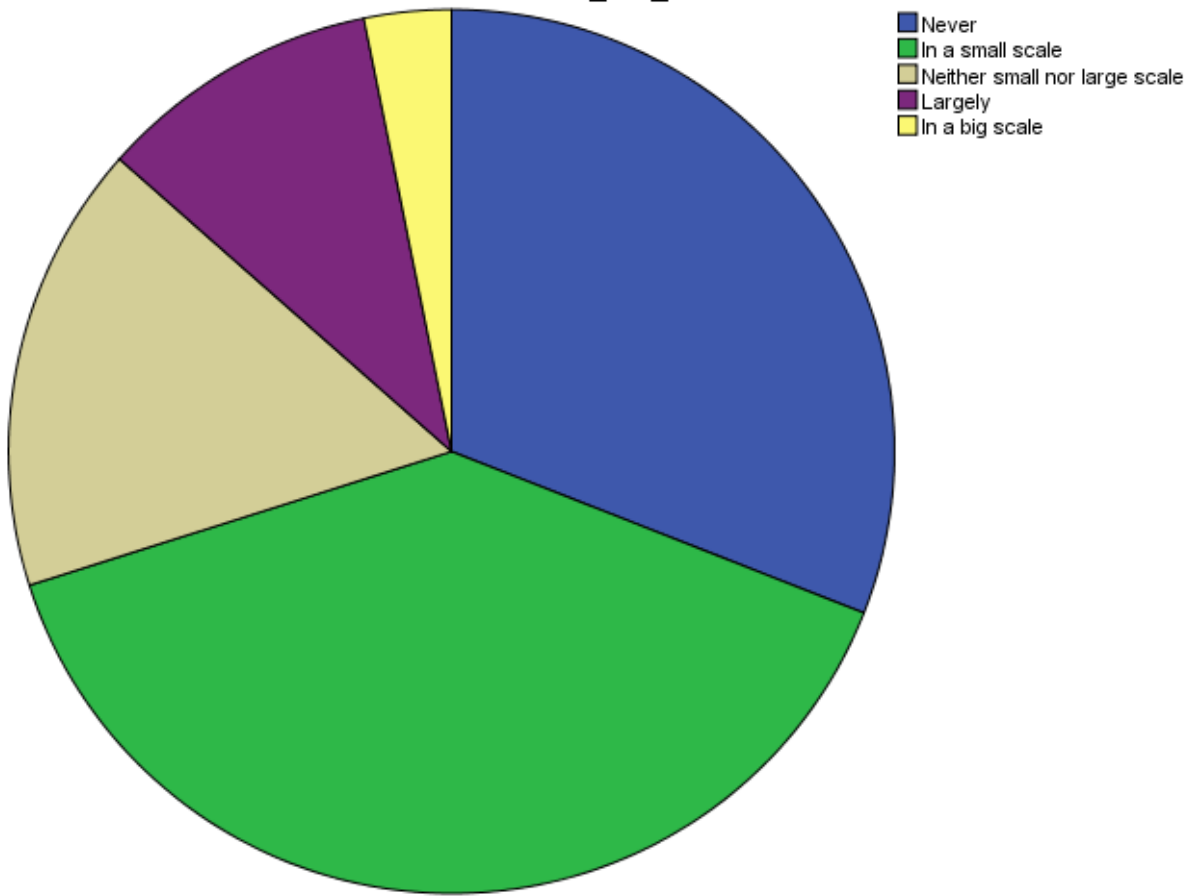
Q08F.APPLICATIONS



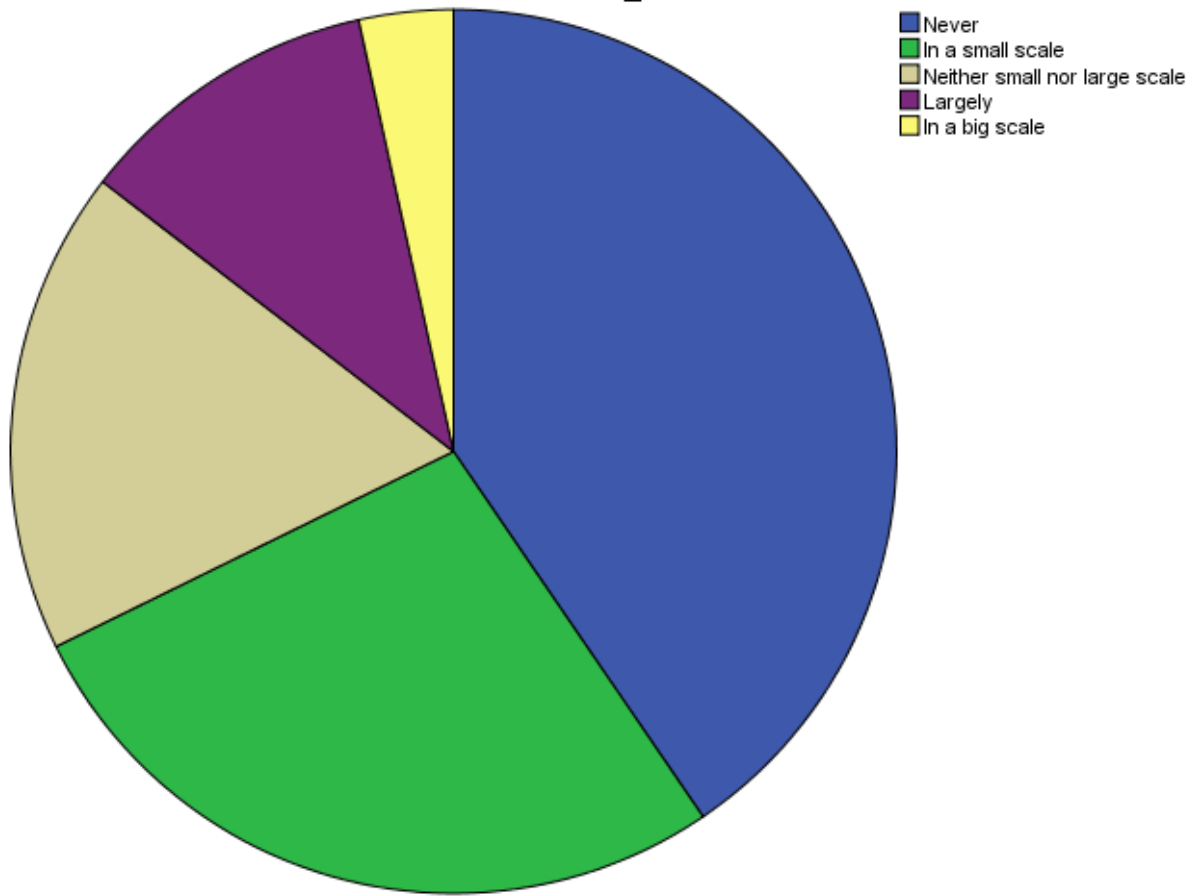
Q08G.GAMES



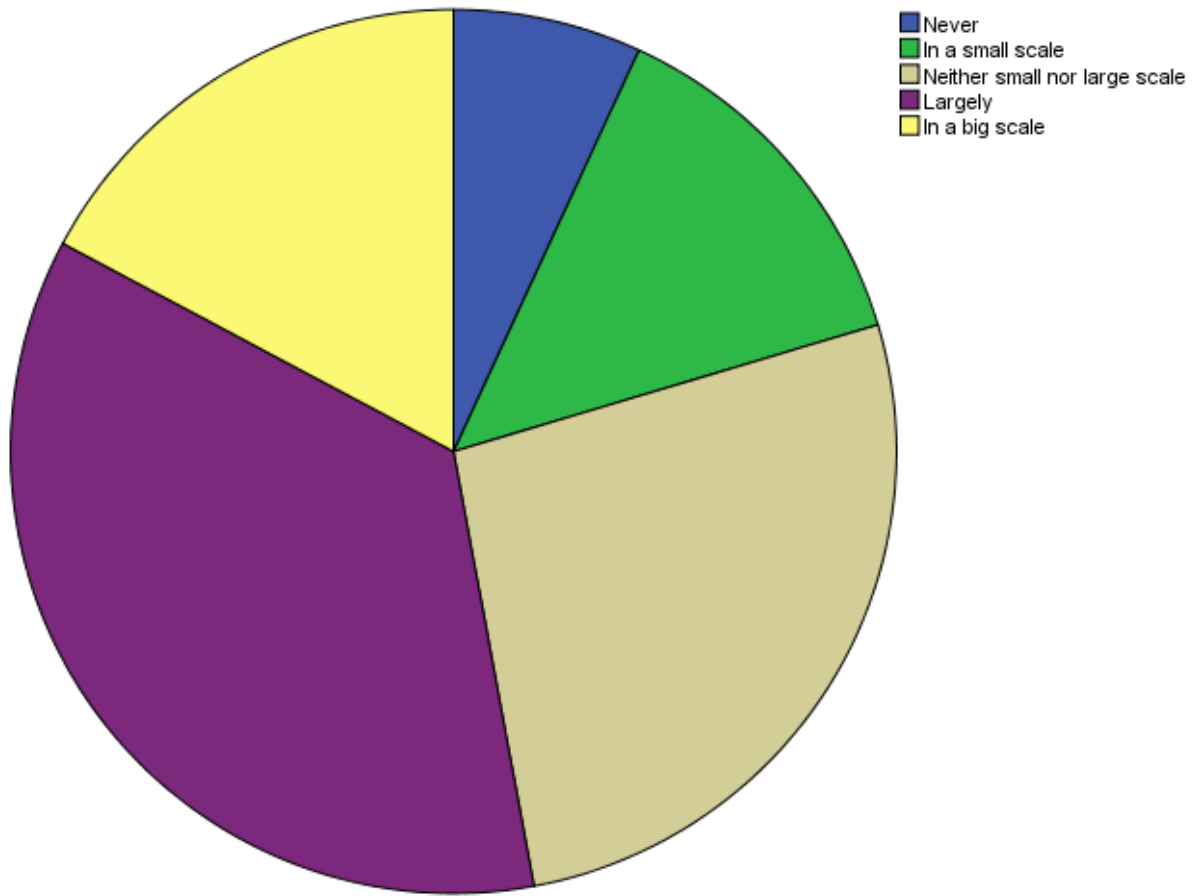
Q08H.CHECK_MY_FRIENDS



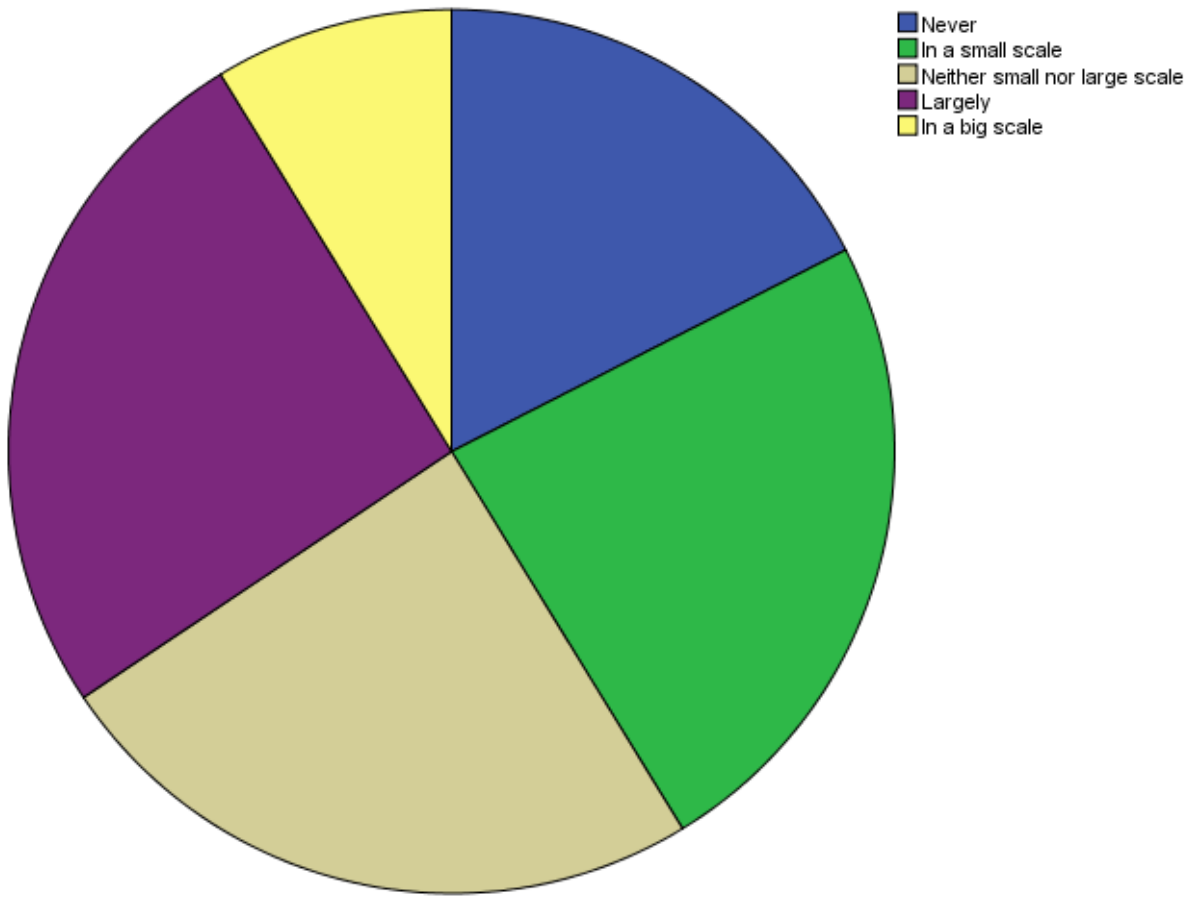
Q08I.ECONOMY_POLITICAL



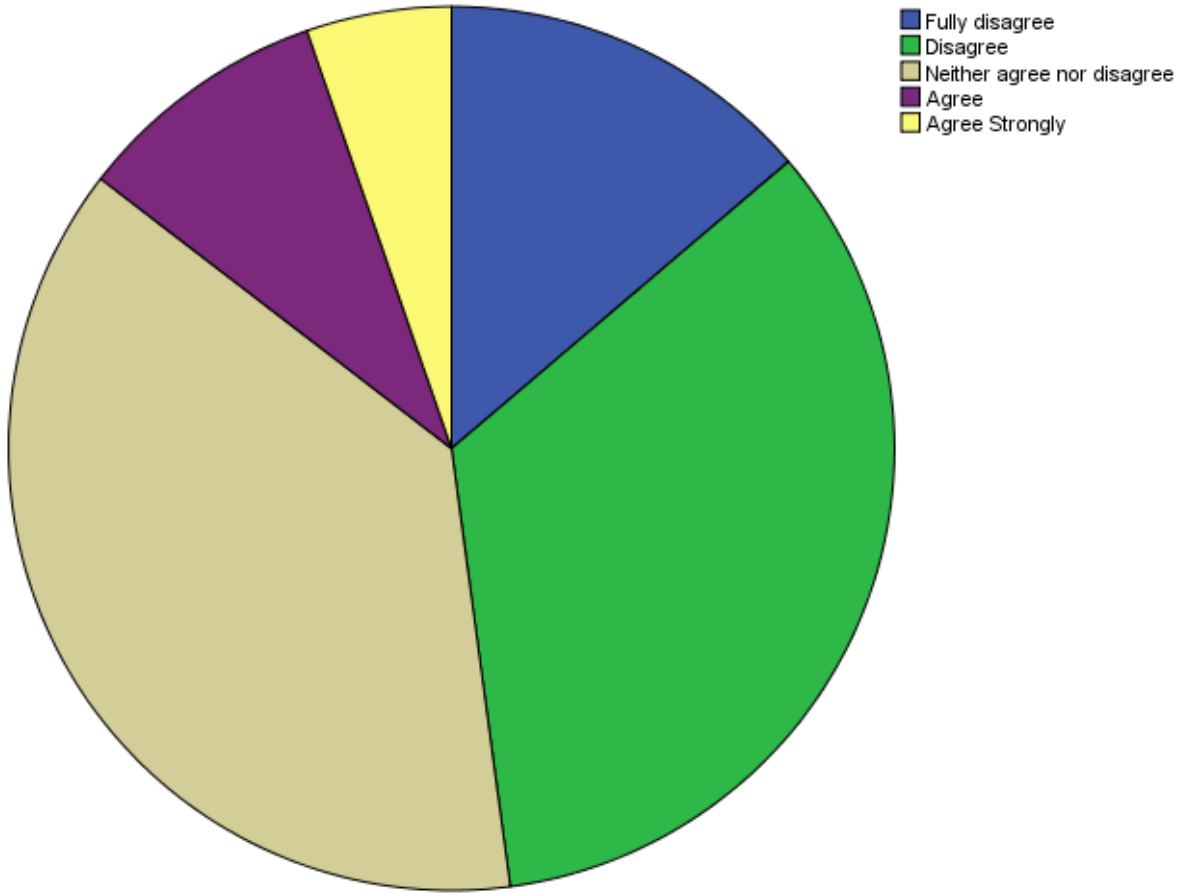
Q08J.LIKE



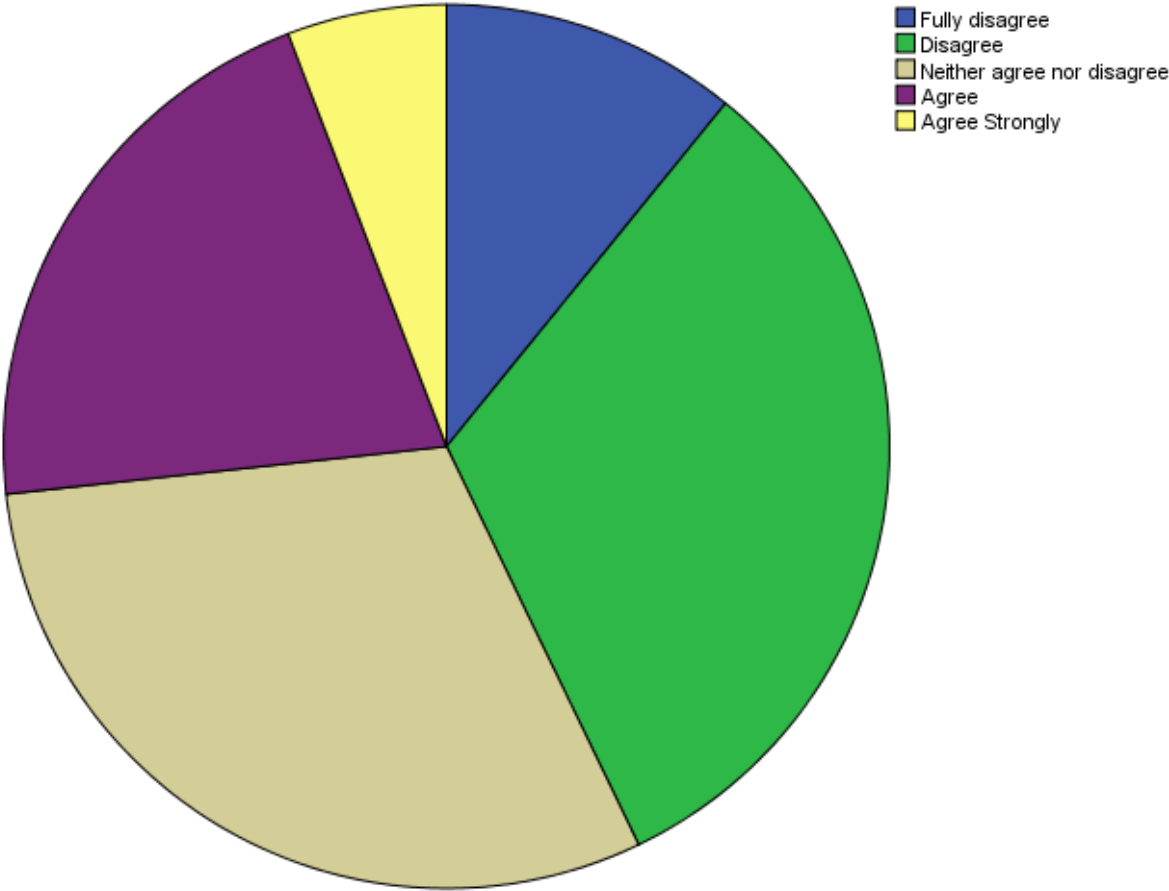
Q08K.SHARE



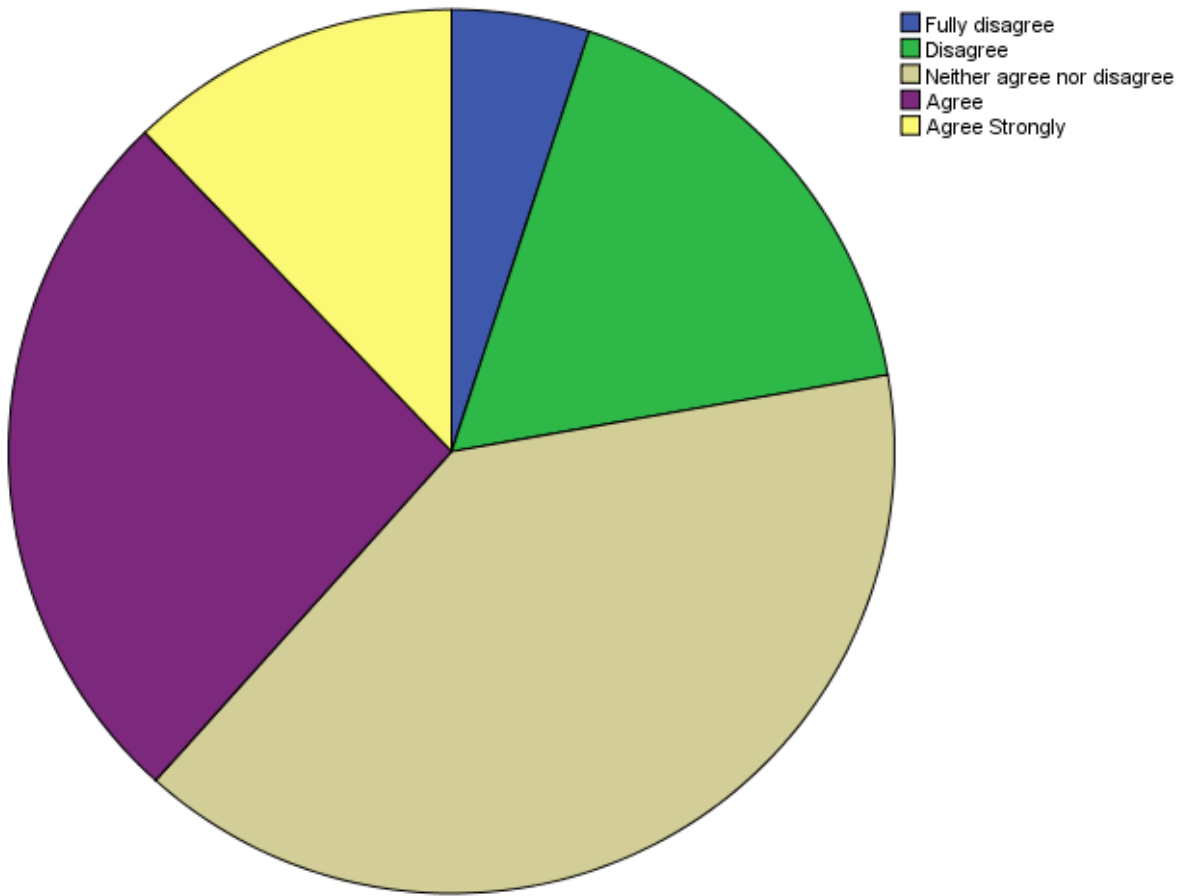
Q09A.NOT_INTERESTING



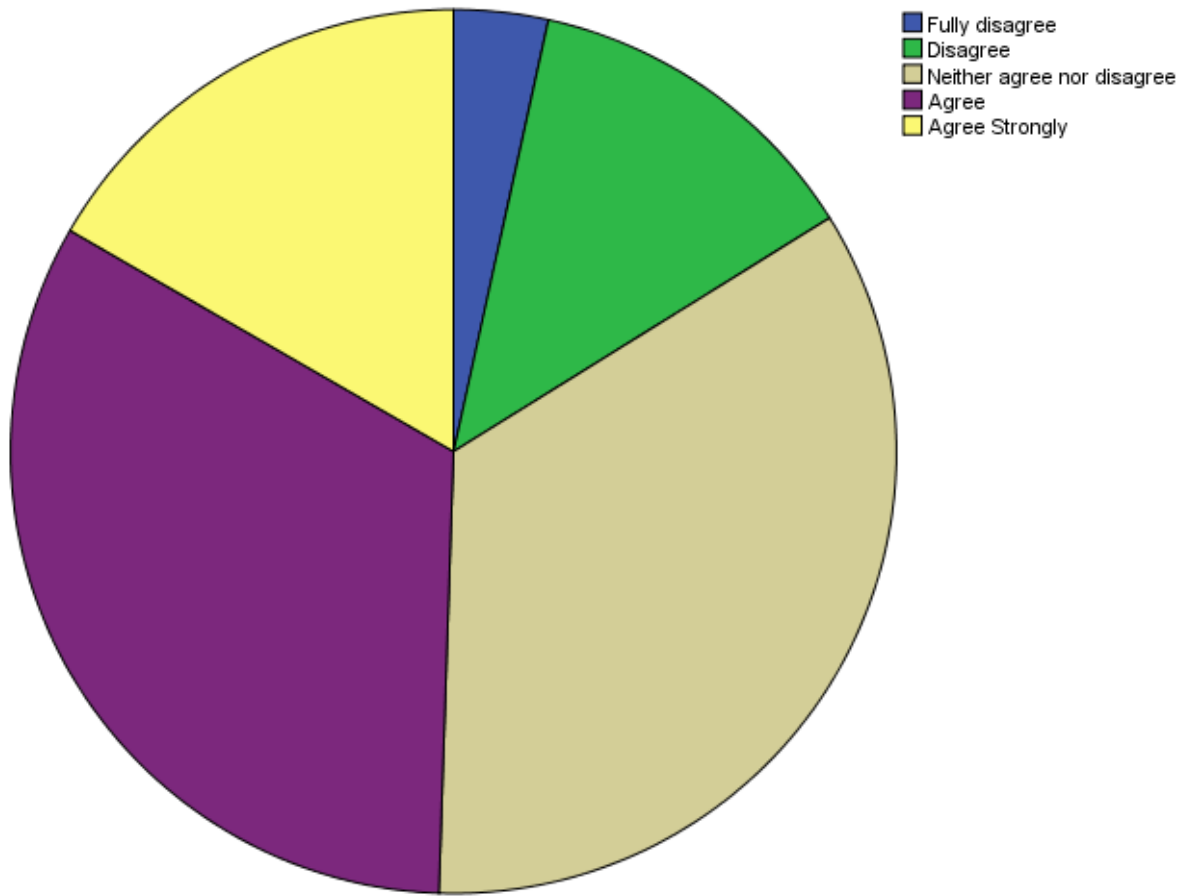
Q09B.LENGTHY



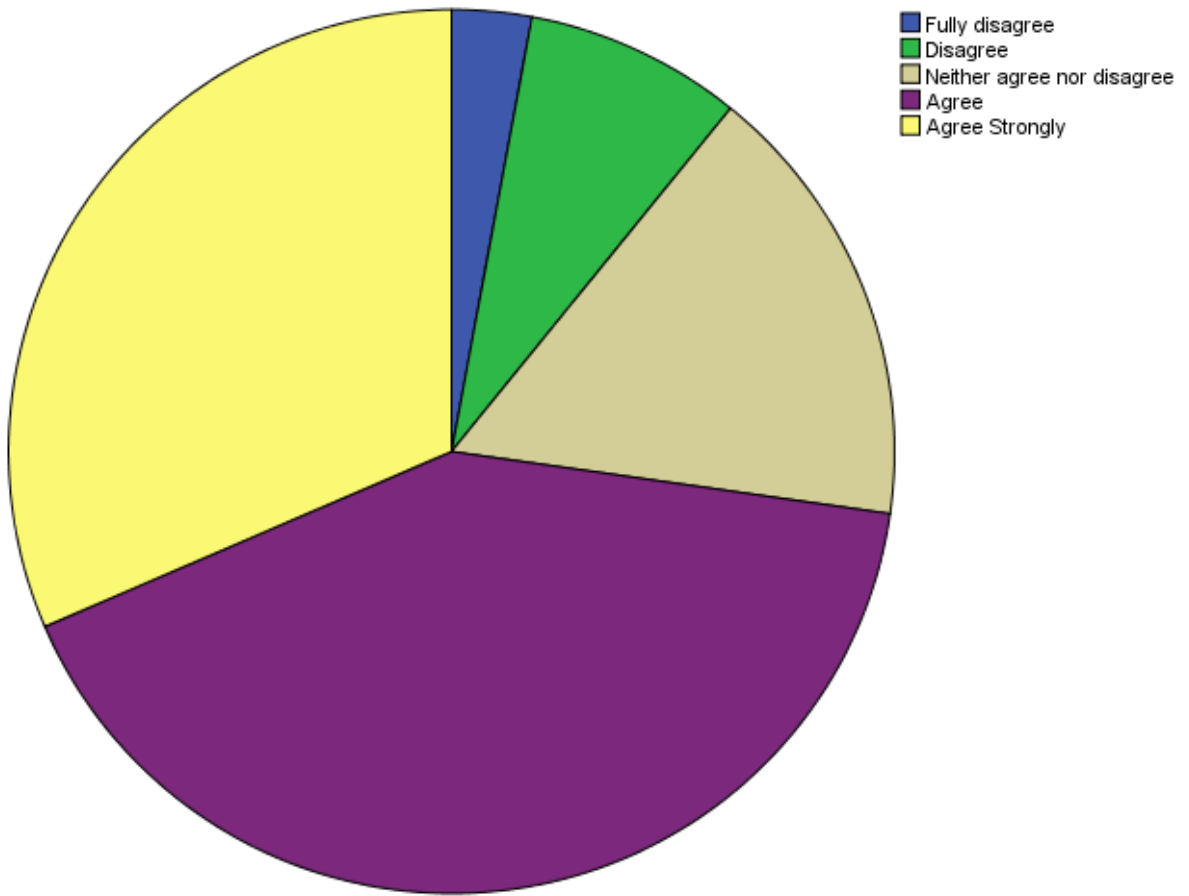
Q09C.RELIABILITY



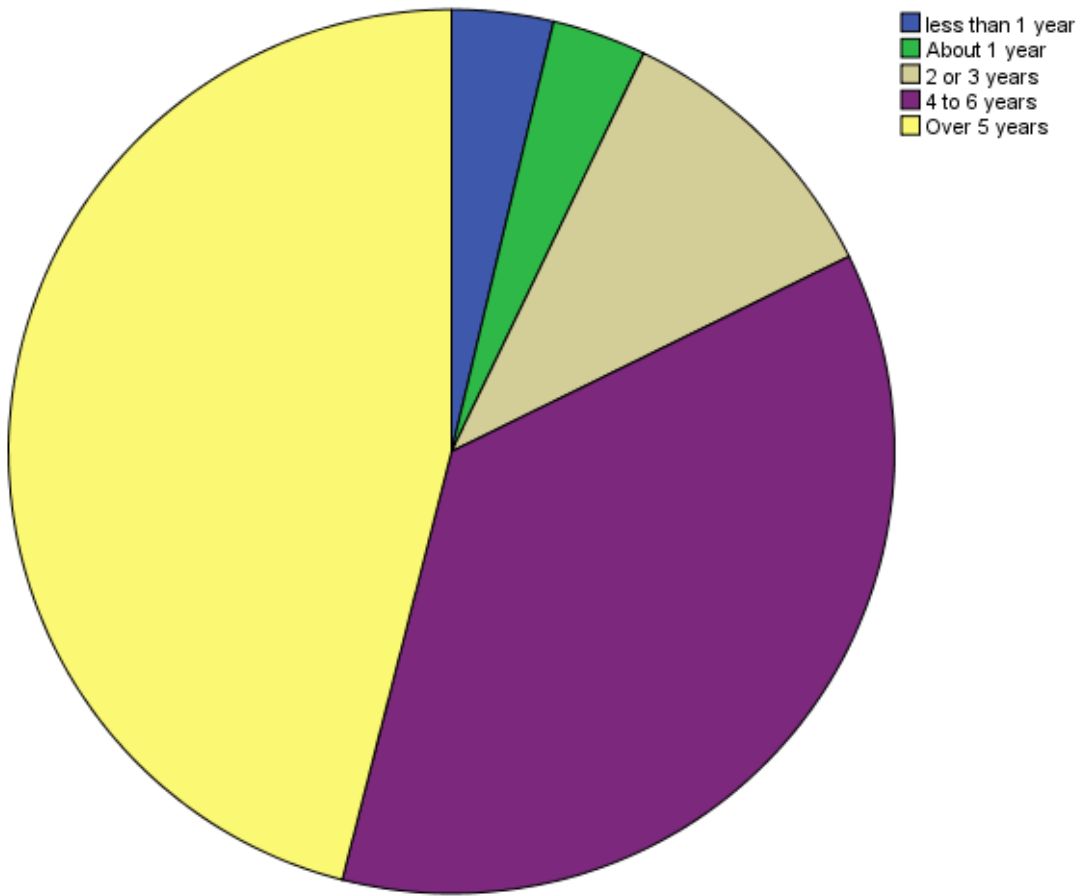
Q09D.SAFETY



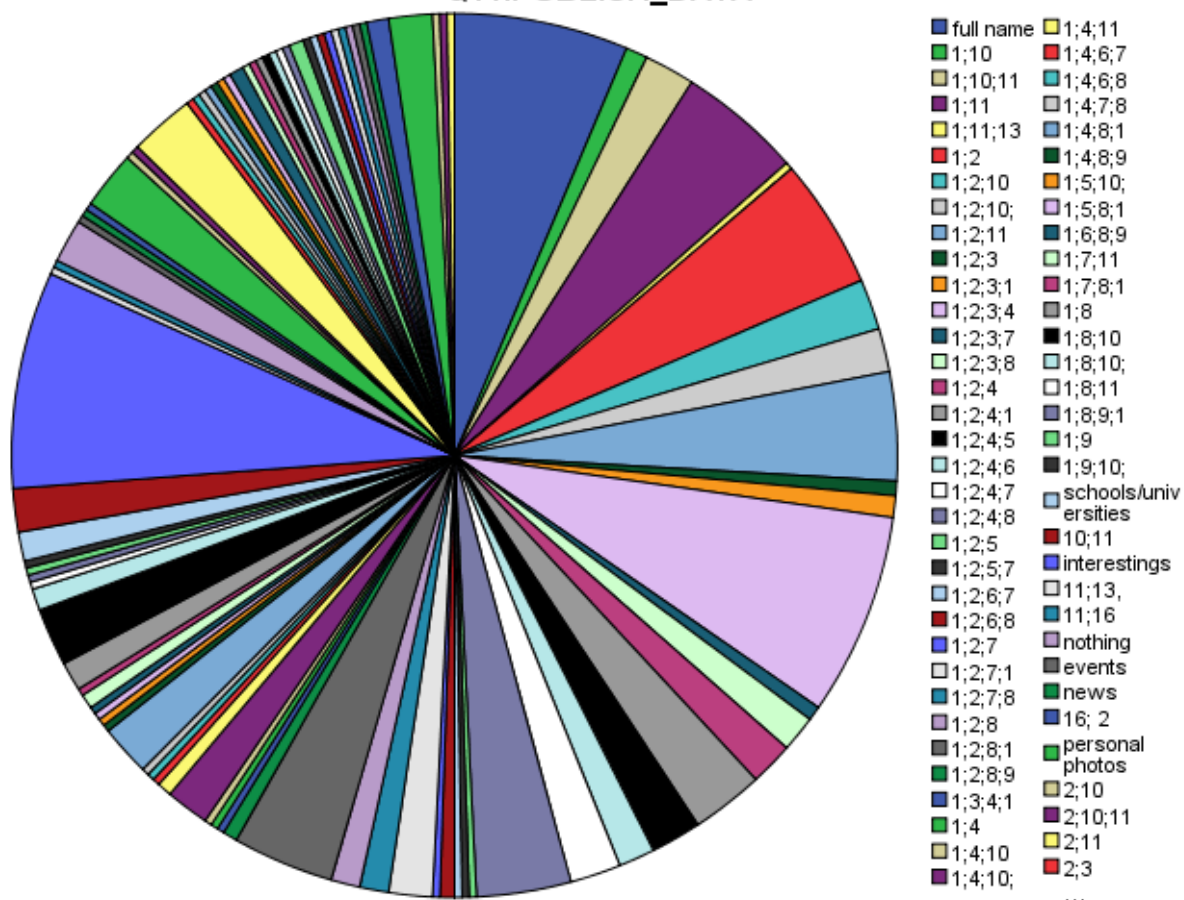
Q09E.PRIVACY



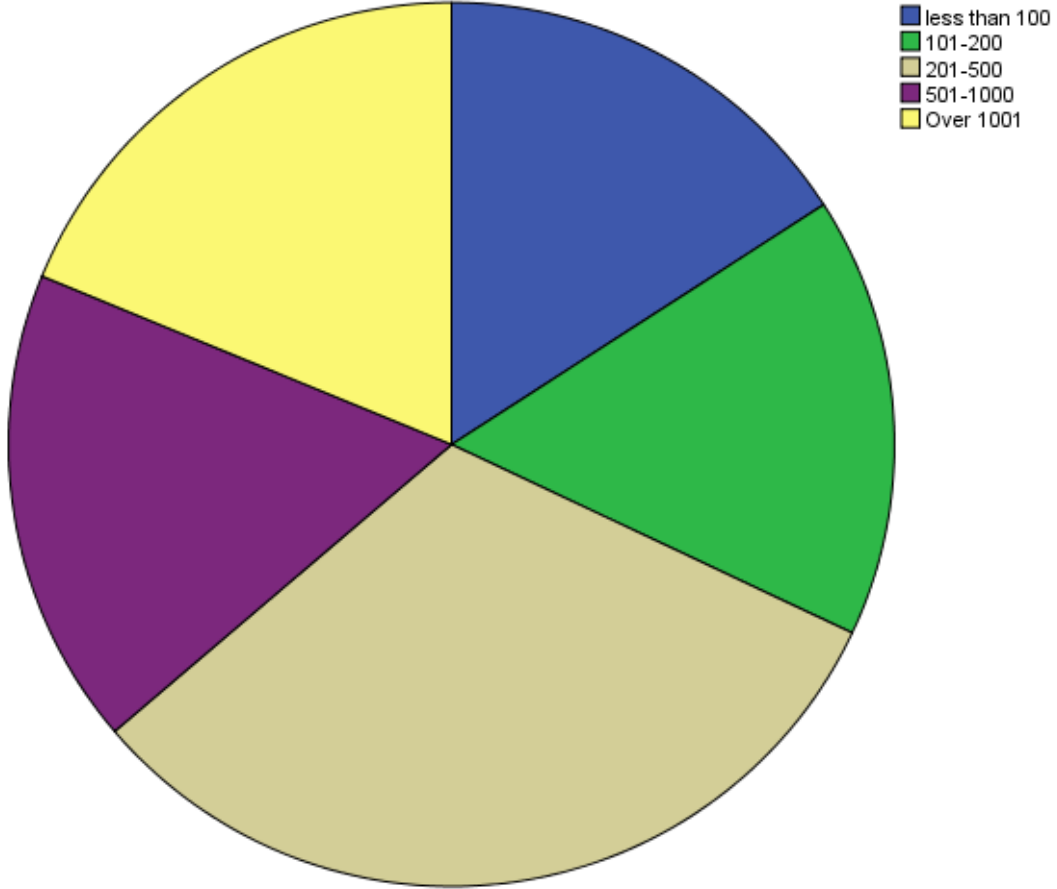
Q10.USE



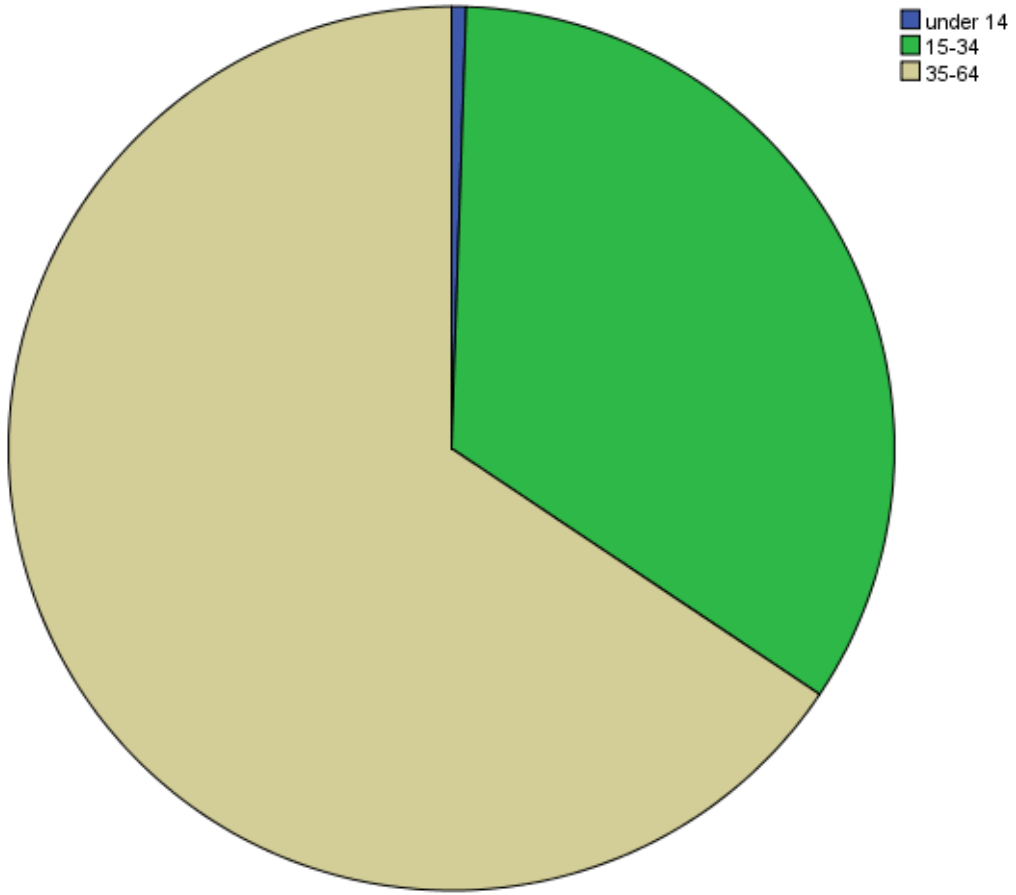
Q11.PUBLISH_DATA



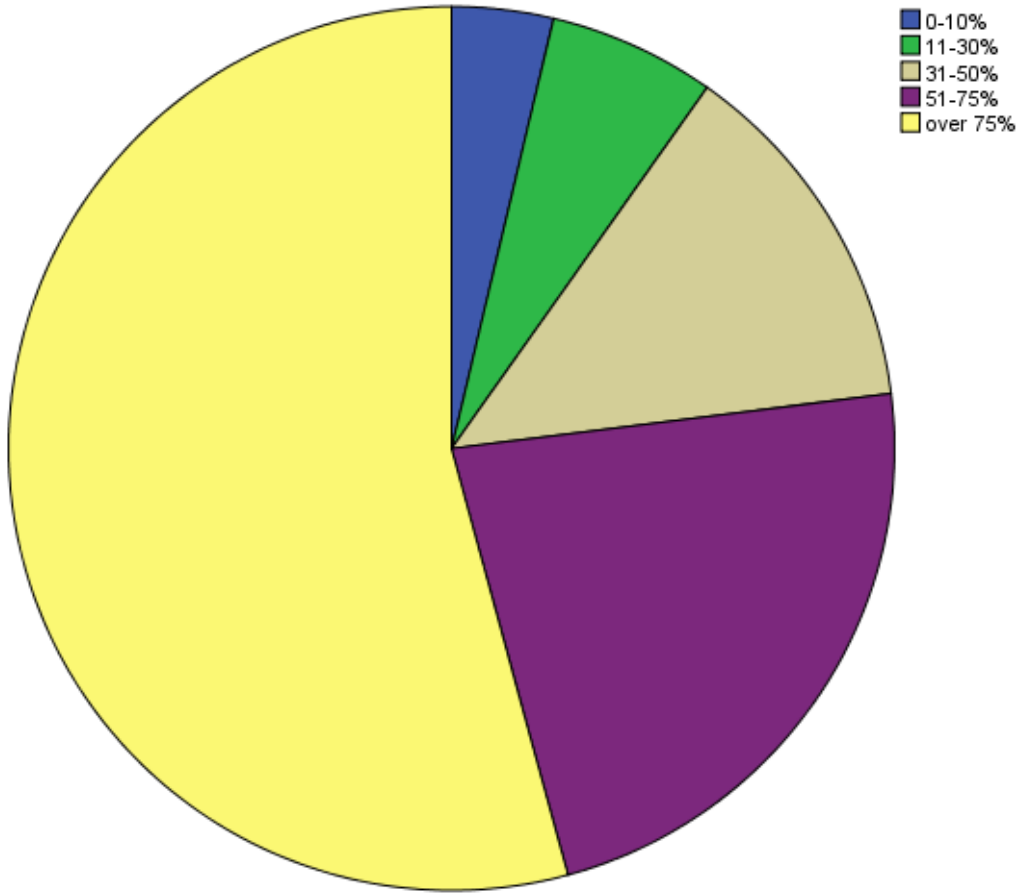
Q12.NUMBER_FRIENDS



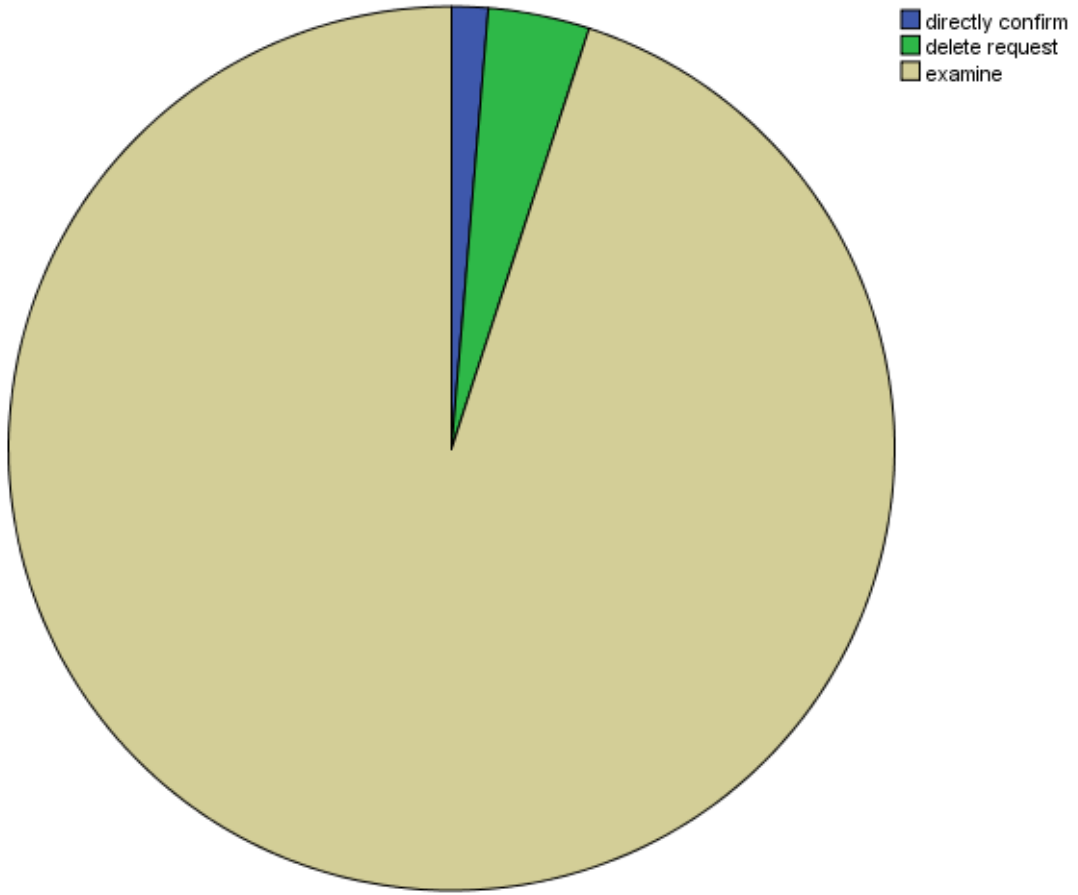
Q13.FRIENDS_AGE



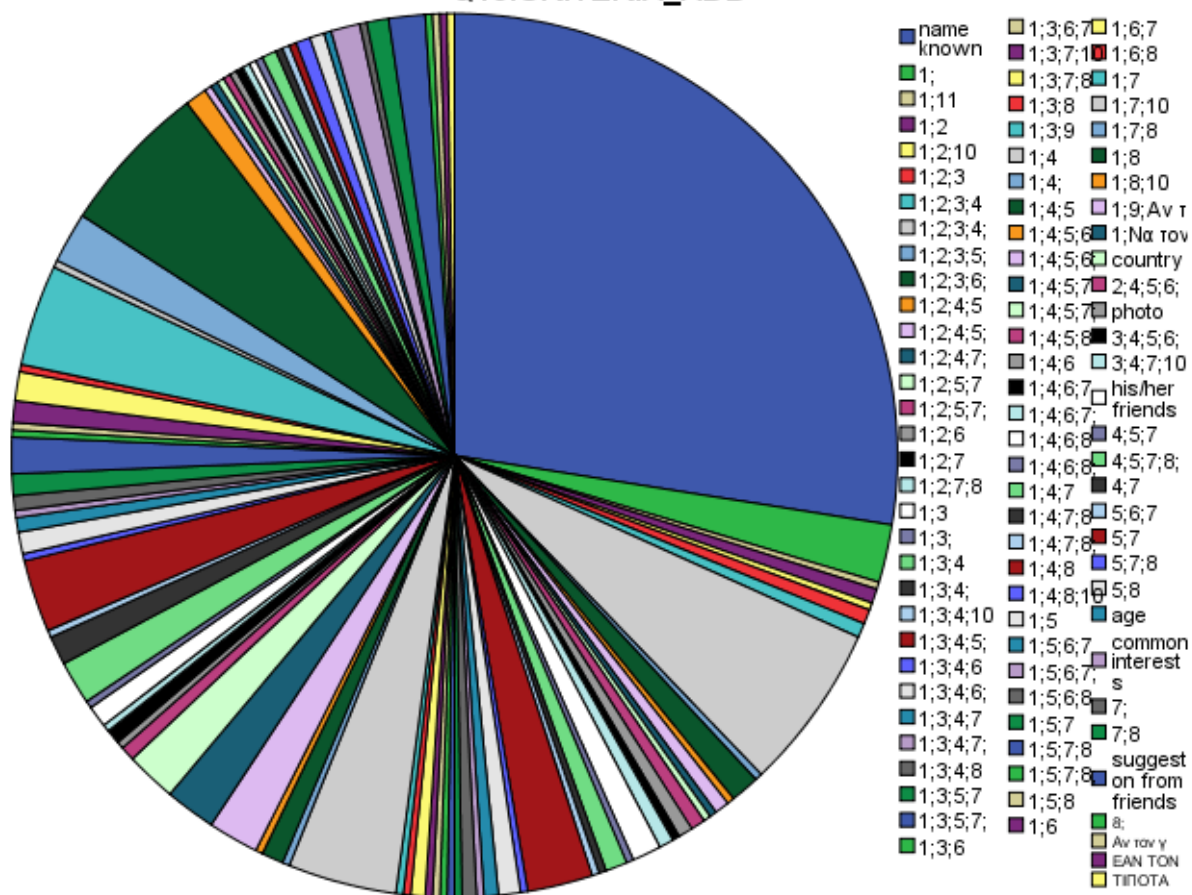
Q14.PERCENT_KNOW_CONTACT



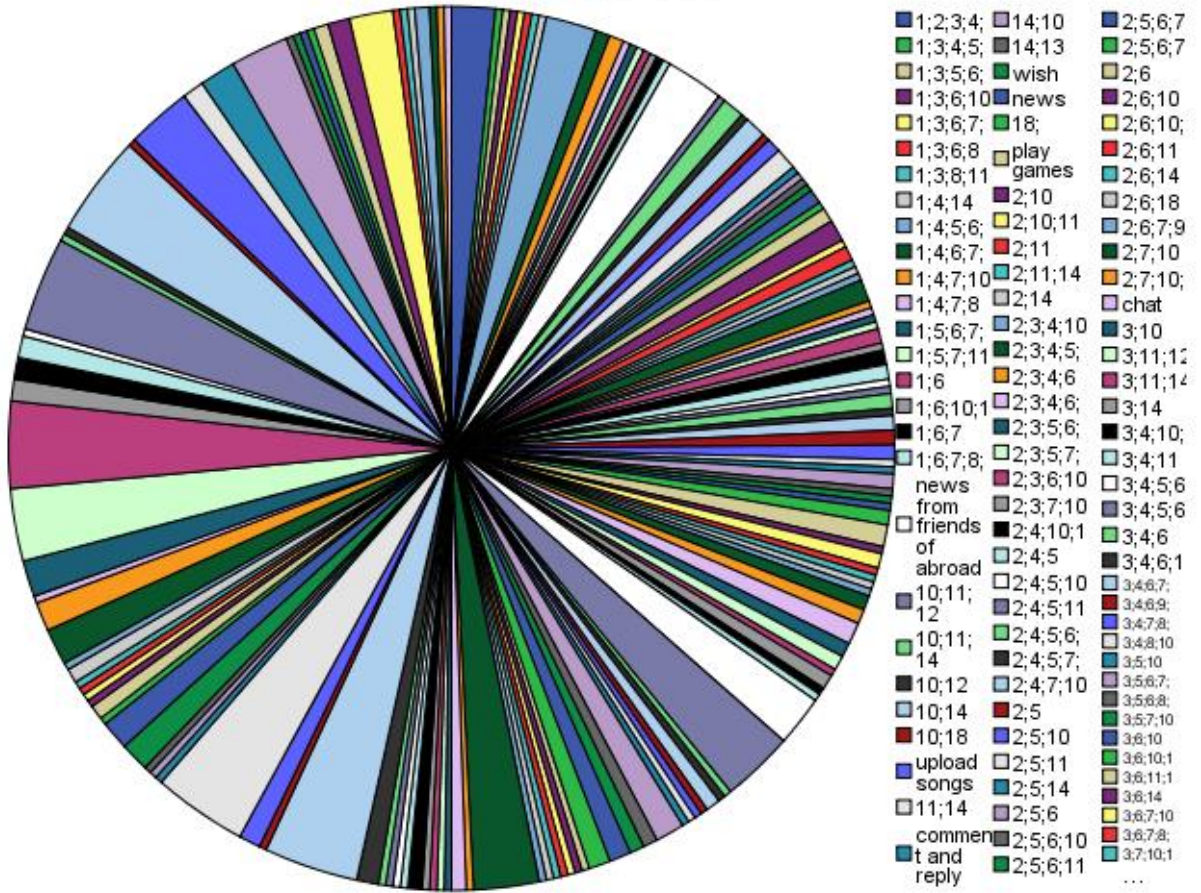
Q15.WHEN_SB_REQUEST



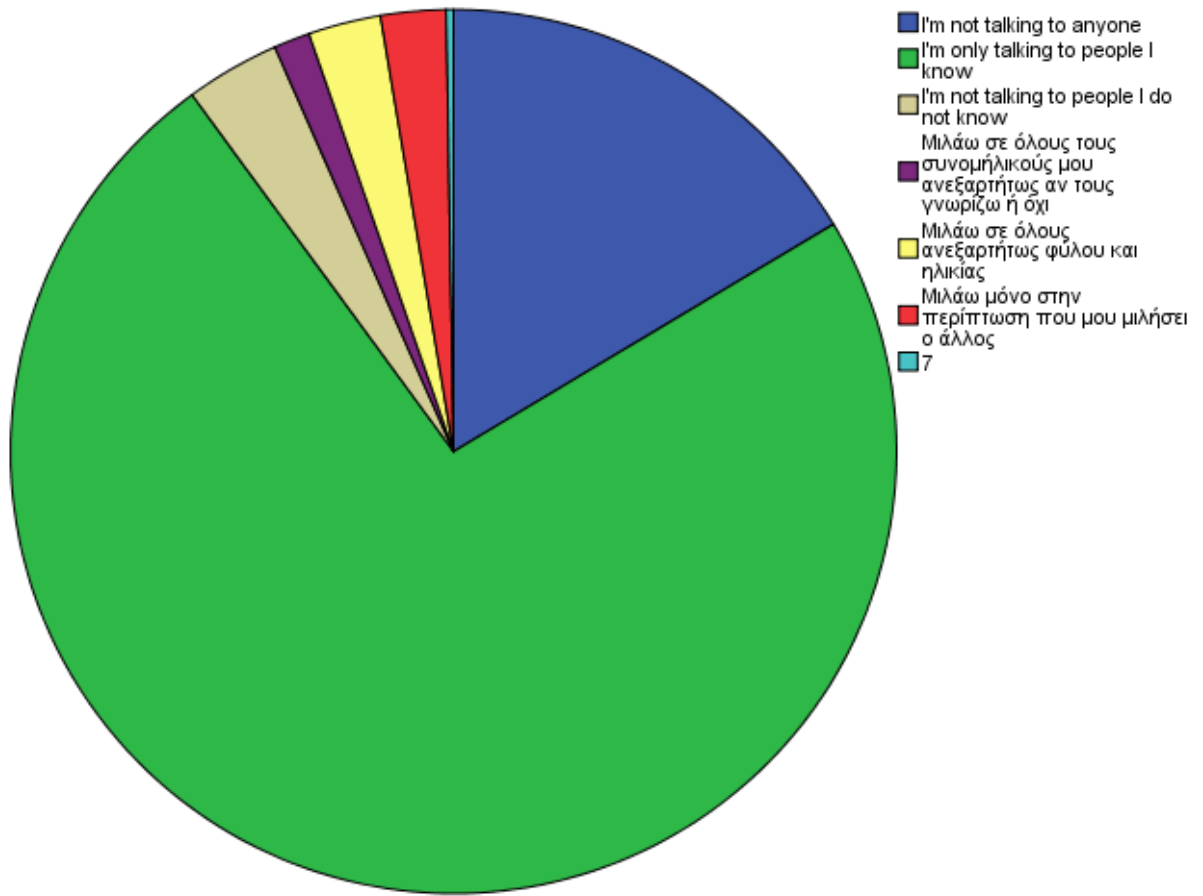
Q16.CRITERIA_ADD



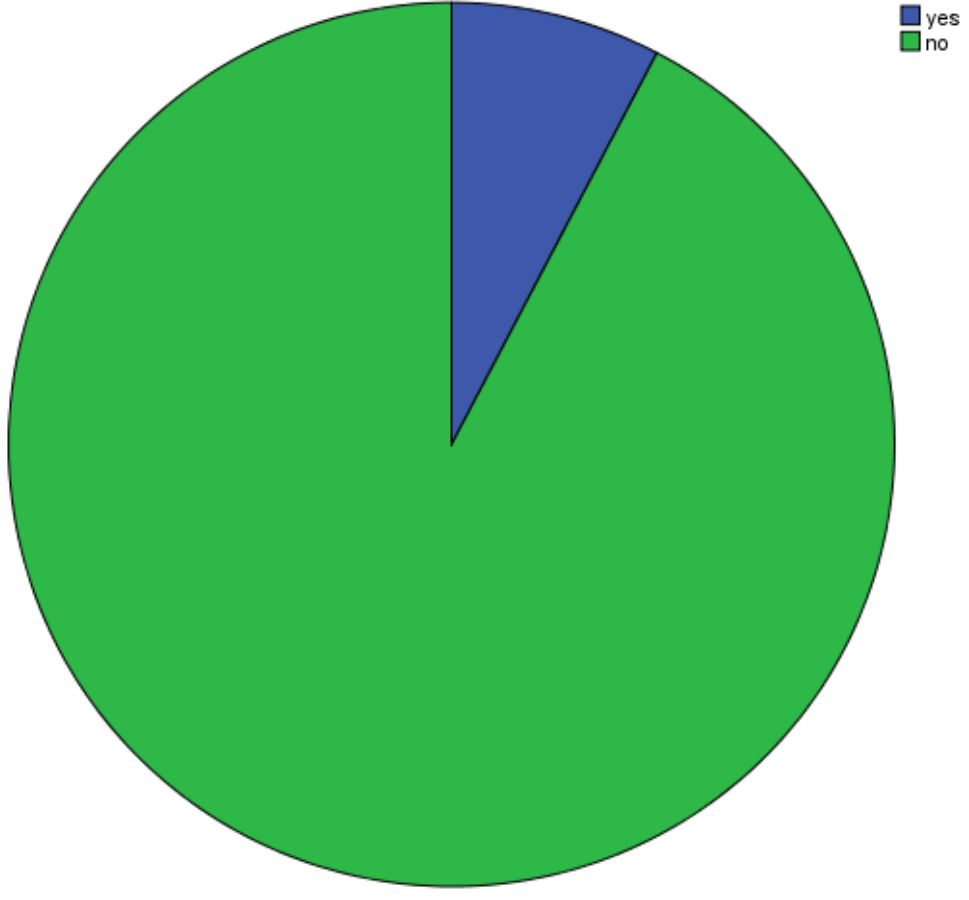
Q17.LIKE_TO_DO



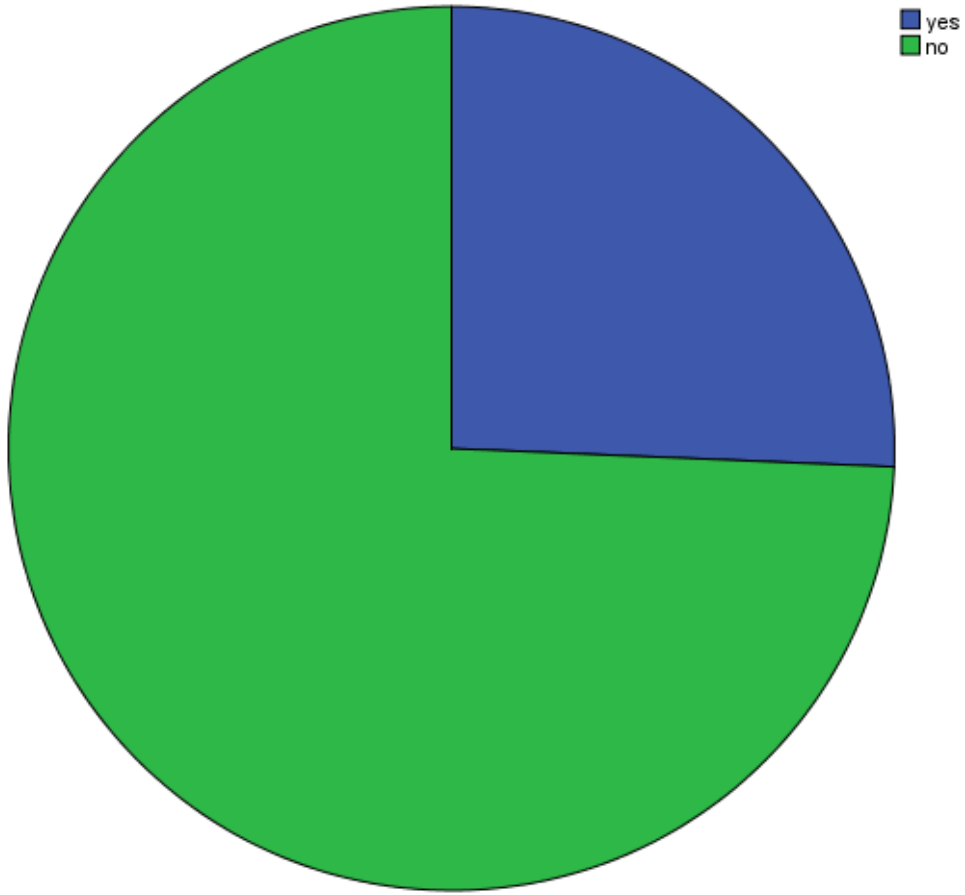
Q18.CHAT



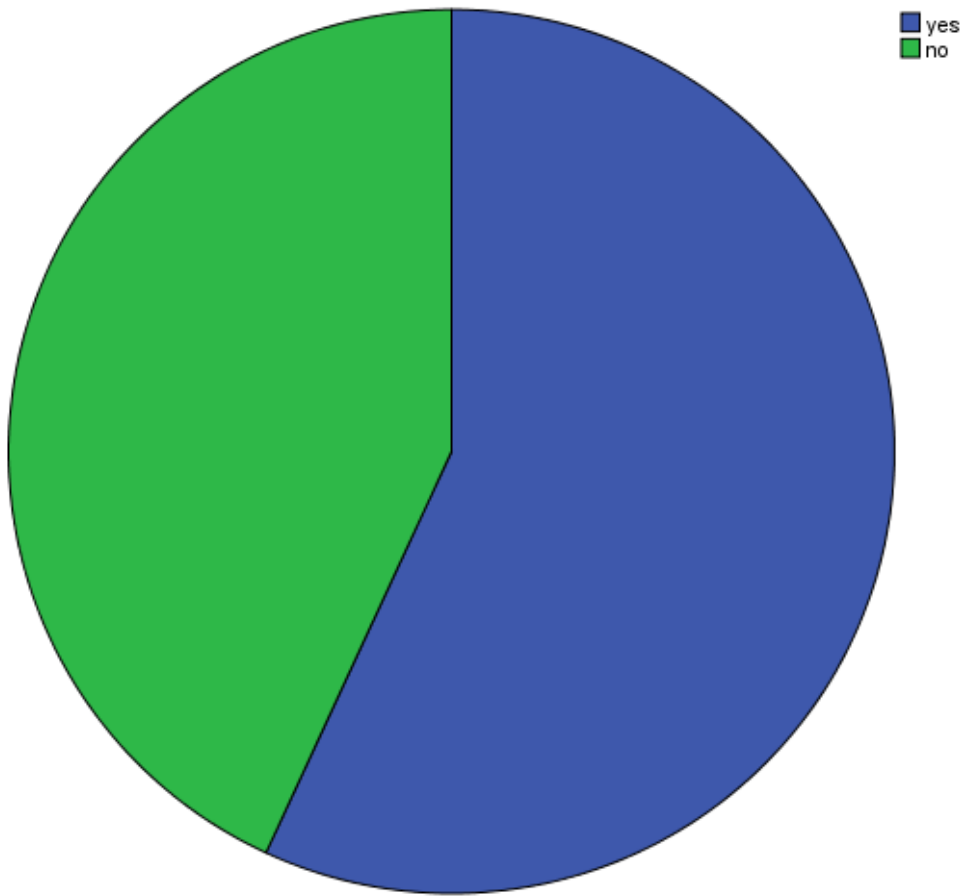
Q19.RELATIONSHIP



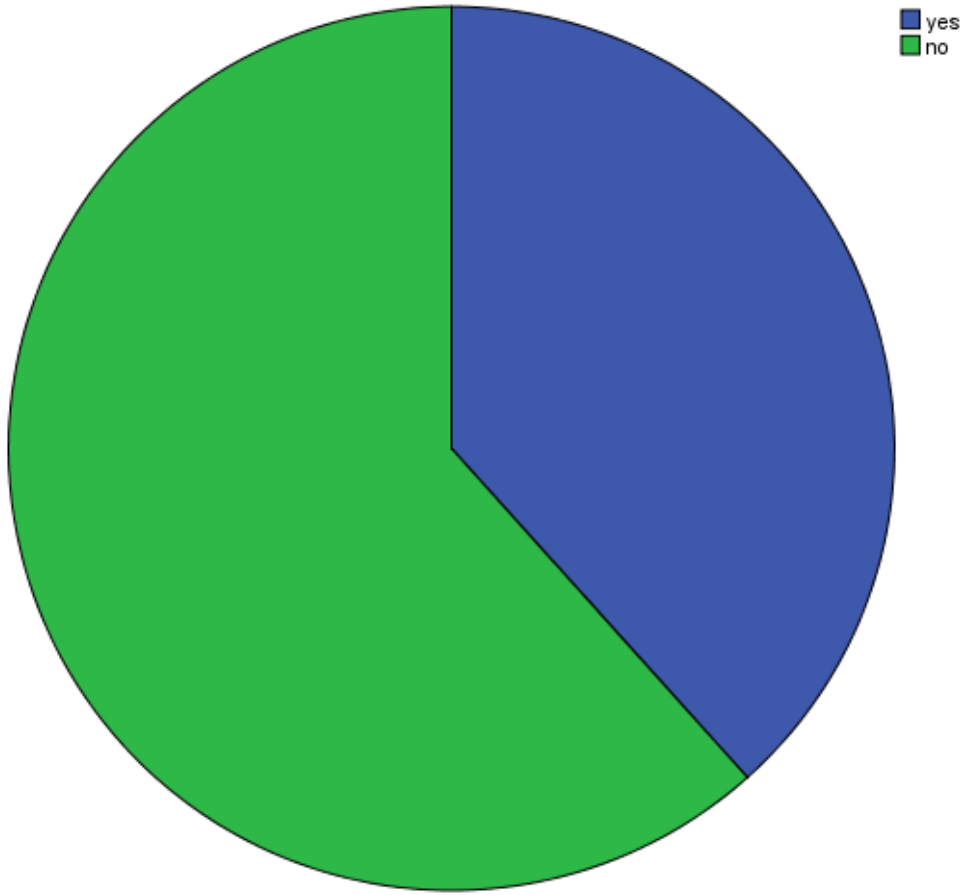
Q20.MET_SOMEONE



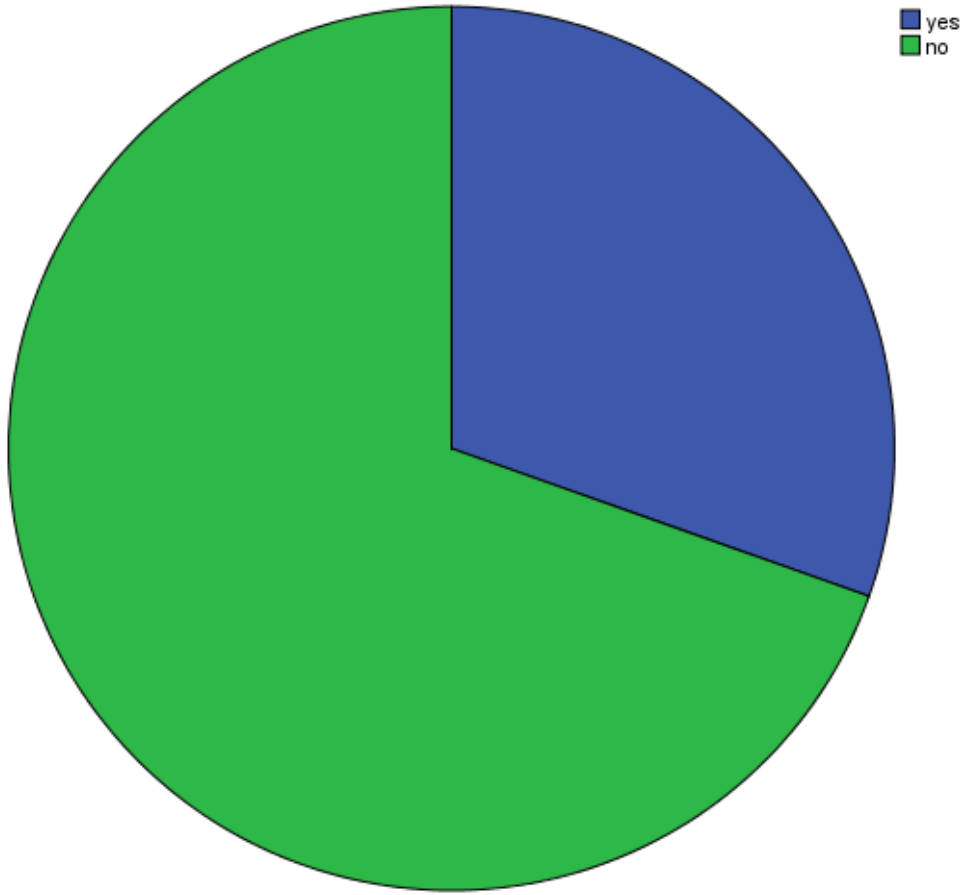
Q21.SOCIALIZATION



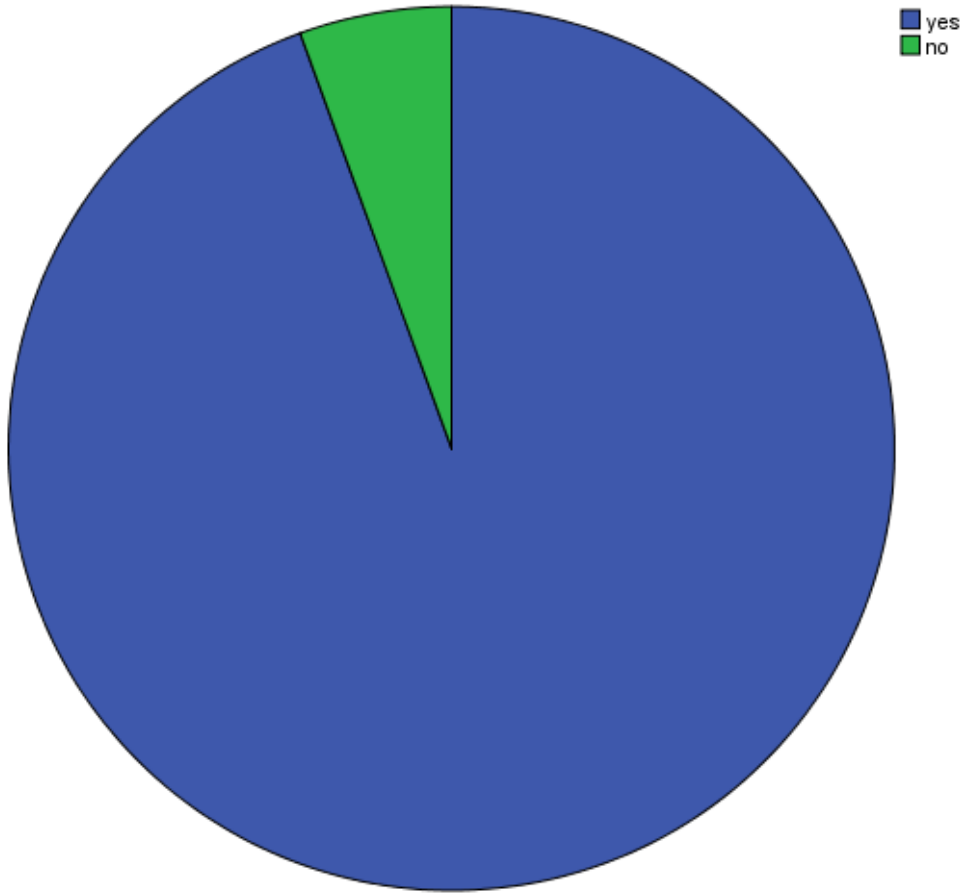
Q22.IMPROVE_SOCIAL_RELATIONS



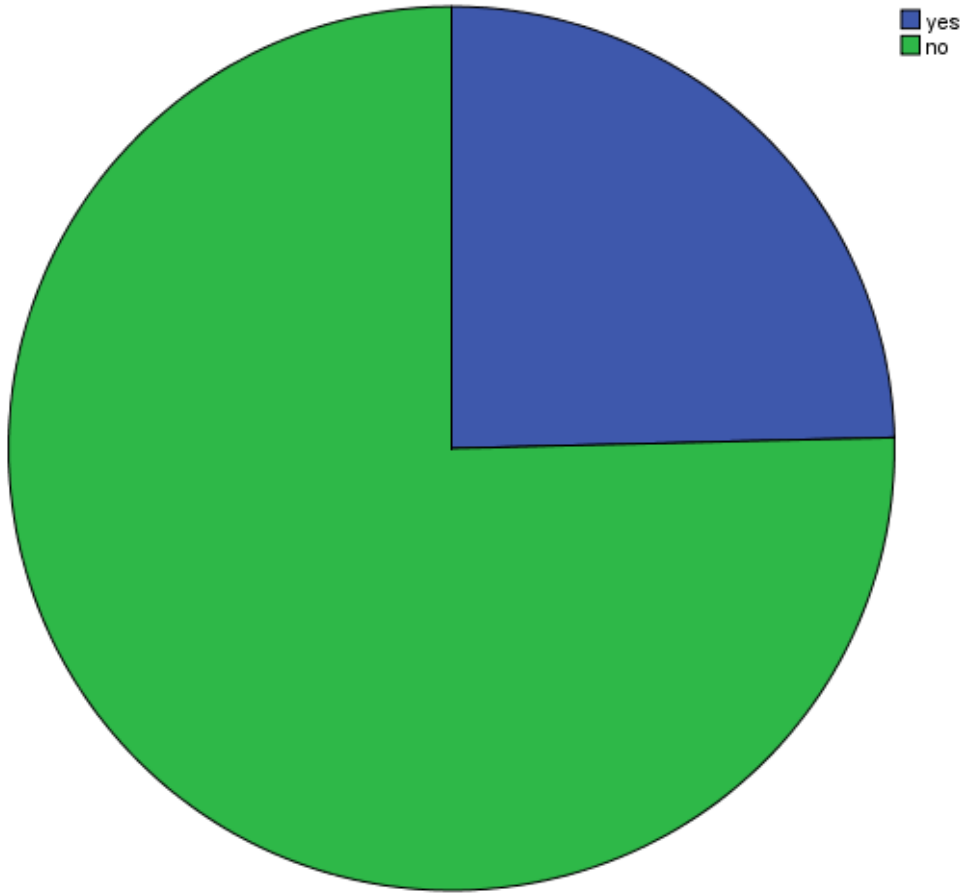
Q23.SOCIAL_ACCEPTANCE



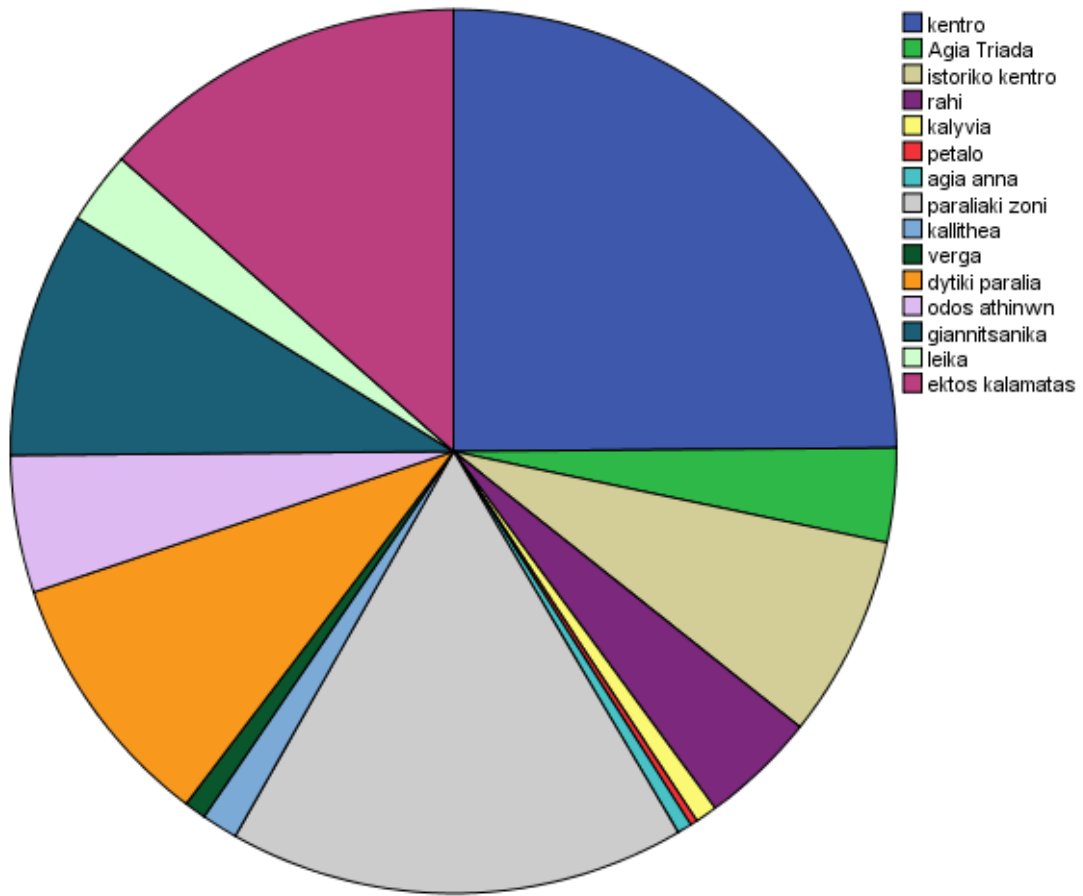
Q24.DANGEROUS_FOR_CHILDS



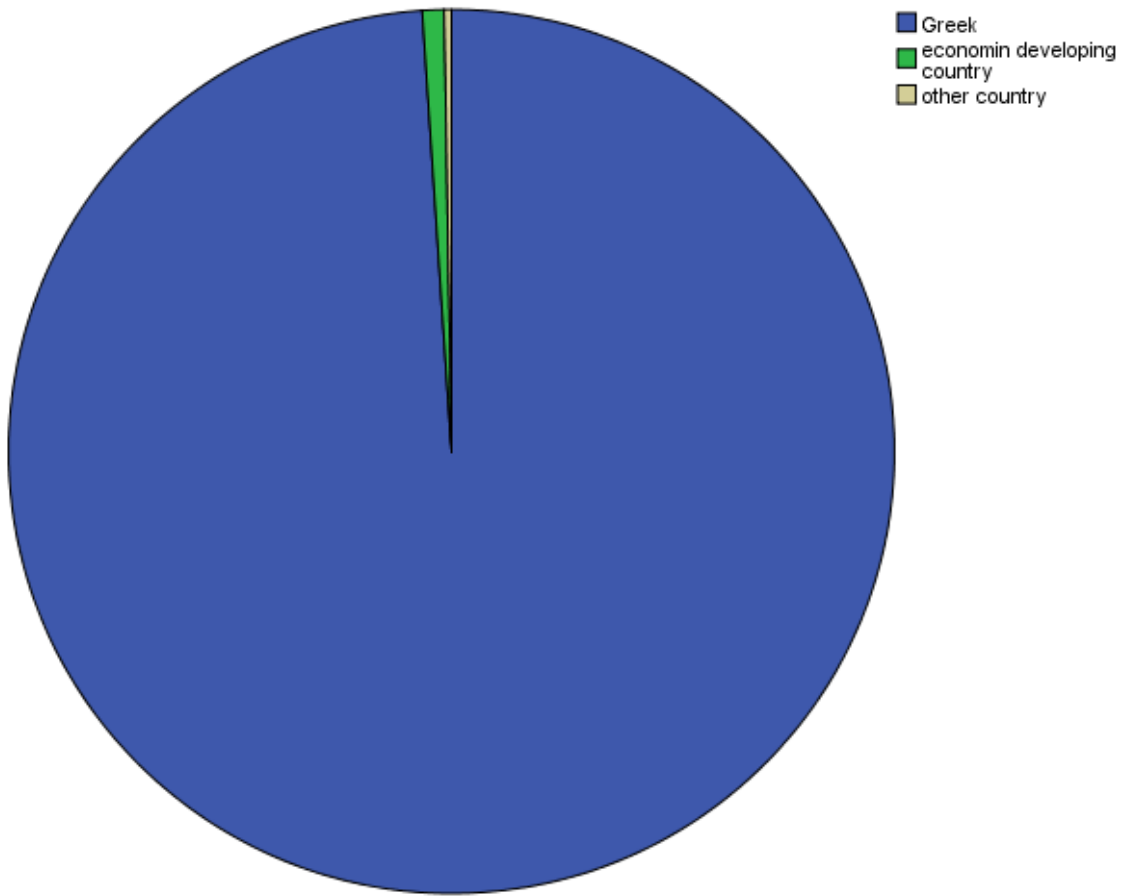
Q25.EXTROVERSION



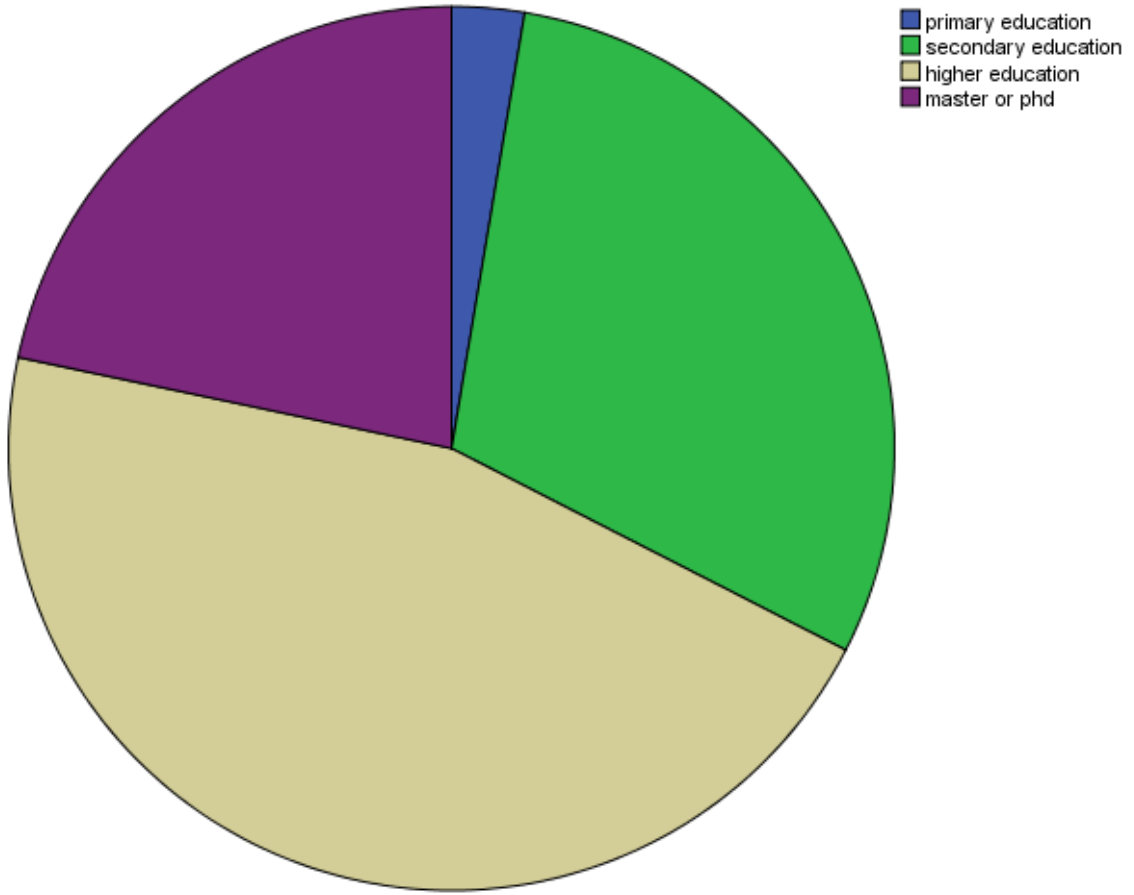
Q26.REGION



Q27.CITIZENSHIP



Q28.LEVEL_EDUCATION



Q29.EMPLOYMENT

