



ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΑΓΩΓΗΣ
ΠΑΙΔΑΓΩΓΙΚΟ ΤΜΗΜΑ ΔΗΜΟΤΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΗ ΔΙΑΤΡΙΒΗ

ΓΕΩΡΓΙΑ ΠΑΝΑΓΙΩΤΙΔΟΥ

**Η επίδραση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης
στην εφηβική ηλικία**

Τριμελής Επιτροπή

Καθηγητής Π.Τ.Δ.Ε. Ε.Κ.Π.Α., Δημοσθένης Δασκαλάκης (Επιβλέπων)

Καθηγητής Π.Τ.Δ.Ε. Ε.Κ.Π.Α., Αλέξανδρος-Σταμάτιος Αντωνίου

Καθηγητής Τμήματος Ψυχολογίας Παντείου Πανεπιστημίου, Γεώργιος Αλεξιάς

Αθήνα, 2023



ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΑΓΩΓΗΣ
ΠΑΙΔΑΓΩΓΙΚΟ ΤΜΗΜΑ ΔΗΜΟΤΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΗ ΔΙΑΤΡΙΒΗ

ΓΕΩΡΓΙΑ ΠΑΝΑΓΙΩΤΙΔΟΥ

Η επίδραση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στην εφηβική ηλικία

Επταμελής Εξεταστική Επιτροπή

Καθηγητής Π.Τ.Δ.Ε. Ε.Κ.Π.Α., Δημοσθένης Δασκαλάκης (Επιβλέπων)

Καθηγητής Π.Τ.Δ.Ε. Ε.Κ.Π.Α., Αλέξανδρος-Σταμάτιος Αντωνίου

Καθηγητής Τμήματος Ψυχολογίας Παντείου Πανεπιστημίου, Γεώργιος Αλεξιάς

Καθηγητής Τμήματος Κοινωνιολογίας Παντείου Πανεπιστημίου, Κωστόπουλος Τρύφων

Καθηγητής Τμήματος Κοινωνιολογίας Παντείου Πανεπιστημίου, Λύτρας Ανδρέας

Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Π.Τ.Δ.Ε. Ε.Κ.Π.Α., Κακάμπουρα Ρέα

Επίκουρος Καθηγητής Π.Τ.Δ.Ε. Ε.Κ.Π.Α., Κουτρομάνος Γεώργιος

Η έγκριση της διδακτορικής διατριβής από το Παιδαγωγικό Τμήμα Δημοτικής Εκπαίδευσης του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών δεν υποδηλώνει και αποδοχή των απόψεων της συγγραφέως εκ μέρους του Τμήματος (Νόμος 5343/32 αρ.202, παρ.2).

Ευχαριστίες

Η εκπόνηση της διατριβής είναι ένα μεγάλο ταξίδι με εναλλαγές συναισθημάτων, αγωνίες και συγκινήσεις. Άλλες φορές σε ταξιδεύει σε μέρη γαλήνια και άλλες φορές συναντάς καταγίδες και φουρτούνες. Σε κάθε ταξίδι όμως, όταν φτάνεις στον προορισμό σου, νιώθεις τη γλυκόπικρη χαρά της ολοκλήρωσης ενός κύκλου και αναρωτιέσαι τι σε περιμένει άραγε τώρα που έφτασες στον προορισμό σου. Έτσι και για εμένα αυτό το μεγάλο ταξίδι ολοκληρώθηκε κι ενώ στην αρχή ονειρευόμουν να αφήσω το μικρό μου αποτύπωμα στην επιστήμη, τελικά η επιστήμη άφησε το μεγάλο της αποτύπωμα σε εμένα.

Θα ήθελα να εκφράσω τις θερμές μου ευχαριστίες στον ακαδημαϊκό μου «πατέρα» κι επιβλέποντα της διδακτορικής μου διατριβής, κο Δημοσθένη Δασκαλάκη, Καθηγητή Π.Τ.Δ.Ε. Ε.Κ.Π.Α. για την πίστη του σε εμένα, για το θάρρος που μου έδινε όλα αυτά τα χρόνια, αλλά κυρίως για το γεγονός, ότι με άφησε ελεύθερη να εξερευνήσω, να ανακαλύψω και τελικά να κατευθυνθώ σε επιστημονικά μονοπάτια που η ίδια επιθυμούσα έχοντας πάντοτε τη στήριξή του και τις πολύτιμες συμβουλές του, που θα με συνοδεύουν εφ' όρου ζωής.

Θερμές ευχαριστίες στον κο Γιώργο Αλεξιά, Καθηγητή του Τμήματος Ψυχολογίας του Παντείου Πανεπιστημίου, μέλος της συμβουλευτικής επιτροπής, ο οποίος δεν άφησε ποτέ καμία απορία μου άλυτη, ήταν πάντοτε διαθέσιμος και οι συμβουλές του υπήρξαν καθοριστικές για την ολοκλήρωση της διατριβής μου. Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον κο Αλέξανδρο-Σταμάτιο Αντωνίου, Καθηγητή Π.Τ.Δ.Ε. Ε.Κ.Π.Α., μέλος της συμβουλευτικής επιτροπής, ο οποίος με ώθησε να ξεπεράσω τον εαυτό μου και να πάω ένα βήμα παραπέρα αυτό το δύσκολο και απαιτητικό πόνημα. Ιδιαίτερες ευχαριστίες στους αγαπημένους μου δασκάλους που ήταν, είναι και θα είναι φωτεινοί φάροι γνώσης και ανιδιοτελούς προσφοράς.

Ένα μεγάλο ευχαριστώ από καρδιάς, οφείλω στους γονείς μου, Δημήτρη και Ελένη, για τη συμπαράσταση, την υπομονή και την πίστη τους σε εμένα και κυρίως για το γεγονός, ότι με έμαθαν να μην εγκαταλείπω και να μην το βάζω κάτω. Τέλος, το μεγαλύτερο ευχαριστώ το οφείλω στο σύζυγό μου, Θοδωρή και τα δύο μας παιδιά, Κωνσταντίνο και Δημήτρη για την αμέριστη στήριξη και αγάπη που λαμβάνω συνεχώς, η οποία μου δίνει δύναμη και κίνητρο για να μη σταματώ ποτέ.

Στον Κωνσταντίνο και το Δημήτρη.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	17
ABSTRACT	19
ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ	21
Εισαγωγή	23
ΜΕΡΟΣ Α΄	44
Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΩΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΚΑΙ ΚΑΘΟΛΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΣΤΑΘΕΡΑ – ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ – ΟΨΕΙΣ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΤΟ ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΜΕΝΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ – ΠΑΙΔΙΚΗ ΗΛΙΚΙΑ ΚΑΙ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ – ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΔΙΚΤΥΩΣΗ – ΕΦΗΒΟΙ ΧΡΗΣΤΕΣ ΤΩΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ	44
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο	44
1. Η επικοινωνία ως παγκόσμια - καθολική κοινωνική σταθερά.....	44
1.1. Ο ρόλος της επικοινωνίας στις σύγχρονες κοινωνικές θεωρίες.....	46
1.1.1. Η επικοινωνιακή δράση του Habermas	53
1.1.2. Η επικοινωνία στη Συστημική Θεωρία του Luhmann	57
1.1.3. Η επικοινωνία στη θεωρία της δομοποίησης του Giddens.....	65
1.1.4. Η επικοινωνία στη θεωρία της πρακτικής του Bourdieu	72
1.1.5. Ο ρόλος της επικοινωνίας στη θεωρία της συμβολικής αλληλόδρασης .	81
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο	91
2. Η επικοινωνία στο σύγχρονο παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον.....	91
2.1. Η διαδικασία της επικοινωνίας	91
2.1.1. Η Φόρμουλα του Lasswell	95
2.1.2. Το μοντέλο επικοινωνίας των Shannon και Weaver	96
2.1.3. Το κυκλικό μοντέλο των Osgood και Schramm	98
2.1.4. Το μοντέλο του Newcomb.....	99
2.1.5. Το γενικό μοντέλο του Gerbner.....	100
2.1.6. Το μοντέλο επικοινωνίας του Maletzke	101
2.1.7. Το μοντέλο επικοινωνίας του Jakobson	103
2.1.8. Το μοντέλο επικοινωνίας του Castells.....	104
2.2. Επικοινωνία και παγκοσμιοποίηση	105
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^ο	112
3. Η Κοινωνία της Πληροφορίας – Το ζήτημα της ταυτότητας – Δυνητικές κοινότητες	112
3.1. Διαδίκτυο: Επανάσταση στον τομέα της απομακρυσμένης επικοινωνίας....	112
3.2. Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις του Διαδικτύου	116

3.3. Η Κοινωνία της Πληροφορίας.....	120
3.4. Η ταυτότητα στην εποχή της πληροφορίας.....	125
3.5. Διομαδική επικοινωνία και κουλτούρα στη δυνητική κοινότητα.....	132
3.6. Τυπολογία των χρηστών του Διαδικτύου και έρευνες για τη χρήση του	141
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ^ο	148
4. Κοινωνικά μέσα και κοινωνική δικτύωση	148
4.1. Παραδοσιακά κοινωνικά μέσα vs online κοινωνικά μέσα.....	148
4.2. Οι απαρχές της κοινωνικής δικτύωσης.....	152
4.3. Online κοινωνικά δίκτυα: Από το SixDegrees στο Facebook	155
4.4. Χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης	159
4.5. Η έννοια της δημοκρατίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	167
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ^ο	173
5. Παιδική ηλικία και Νέες Τεχνολογίες – Έρευνες.....	173
5.1. Παιδιά και έφηβοι χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.....	173
5.2. Ο ρόλος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην εκπαίδευση.....	184
5.3. Επικίνδυνη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και παρεκκλίνουσες συμπεριφορές παιδιών και εφήβων.....	187
5.3.1. Εθισμός.....	188
5.3.2. Διαδικτυακός Εκφοβισμός – Cyberbullying.....	193
5.3.3. Σεξουαλικοποίηση παιδιών και εφήβων.....	198
5.3.4. Διαδικτυακή αποπλάνηση – Grooming.....	206
5.4. Ο ρόλος της οικογένειας και του σχολείου στην προστασία από τους διαδικτυακούς κινδύνους.....	214
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 ^ο	222
6. Ερευνητικό Πρόβλημα.....	222
ΜΕΡΟΣ Β'	226
ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΥΠΟΘΕΣΗ – ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ – ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΠΟΙΟΤΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ – ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΠΟΣΟΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ – ΤΡΙΓΩΝΟΠΟΙΗΣΗ – ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ	226
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο	226
1. Ερευνητική Υπόθεση – Ερευνητικά Ερωτήματα.....	226
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο	230
2. Η ποιοτική έρευνα ως μεθοδολογική προσέγγιση.....	230

2.1. Μελέτη Περίπτωσης.....	236
2.2. Οριοθετήσεις και περιορισμοί	243
2.3. Κριτήρια επιλογής των συμμετεχόντων στη μελέτη περίπτωσης	244
2.4. Ερευνητικό εργαλείο συλλογής δεδομένων.....	248
2.5. Εγκυρότητα και αξιοπιστία.....	256
2.6. Ζητήματα ηθικής και δεοντολογίας.....	263
2.7. Η μελέτη περίπτωσης του 4 ^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης.....	267
2.8. Θεματική ανάλυση περιεχομένου των ημιδομημένων ατομικών συνεντεύξεων	271
2.8.1. Κωδικοποίηση ερευνητικών δεδομένων.....	274
2.8.2. Μετάβαση από τους κωδικούς σε θέματα.....	397
2.8.3. Σχηματική απεικόνιση θεμάτων	411
2.8.4. Έκθεση των αποτελεσμάτων της θεματικής ανάλυσης περιεχομένου ..	428
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^ο	452
3. Η ποσοτική έρευνα ως μεθοδολογική προσέγγιση.....	452
3.1. Στρατηγική δειγματοληψίας.....	455
3.2. Οριοθετήσεις και περιορισμοί	457
3.3. Ερευνητικό εργαλείο συλλογής δεδομένων.....	457
3.4. Ζητήματα ηθικής και δεοντολογίας.....	461
3.5. Ανάλυση ερευνητικών δεδομένων με SPSS.....	462
3.5.1. Περιγραφική Στατιστική	462
3.5.1.1. Δημογραφικά στοιχεία	462
3.5.1.2. Ενημέρωση	468
3.5.1.3. Διαδικτυακοί φίλοι.....	468
3.5.1.4. Συναισθηματική κατάσταση στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης	470
3.5.1.5. Συναισθηματική κατάσταση στη δια ζώσης επικοινωνία	471
3.5.1.6. Γονείς.....	471
3.5.1.7. Γκρουπ σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης	474
3.5.1.8. Συναισθηματικές σχέσεις	475
3.5.1.9. Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας	476
3.5.1.10. Ψυχολογική ανάταση λόγω likes.....	478
3.5.1.11. Μέσα ενημέρωσης για τη μόδα και τα νέα προϊόντα τεχνολογίας	479
3.5.1.12. Τάσεις της μόδας.....	480
3.5.1.13. Προτίμηση αγορών από φυσικά ή ηλεκτρονικά καταστήματα.....	481
3.5.1.14. Κακοποιητικές συμπεριφορές στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης..	481
3.5.1.15. Ασφαλής πλοήγηση και ορθή χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.....	484
3.5.2. Επαγωγική Στατιστική	485
3.5.2.1. Ανάλυση αξιοπιστίας και δημιουργία παραγόντων.....	485

3.5.2.2. Περιγραφικά στοιχεία παραγόντων και 95% δ.ε.	486
3.5.2.3. Έλεγχος κανονικότητας των παραγόντων	487
3.5.2.4. Συσχετίσεις παραγόντων	487
3.5.2.5. Εύρεση προβλεπτικών παραγόντων	488
i. Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.....	488
ii. Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης 489	
iii. Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία	491
iv. Ψυχολογική ανάταση λόγω likes.....	493
3.5.2.6. Επίδραση δημογραφικού προφίλ	496
i. Φύλο	496
ii. Ηλικία	498
iii. Μορφωτικό επίπεδο μητέρας	500
iv. Μορφωτικό επίπεδο πατέρα.....	501
v. Σε ποια περιοχή μένεις;.....	504
vi. Σε ποιο ή σε ποια μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχεις λογαριασμό;	504
vii. Ποιο είδος επικοινωνίας προτιμάς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;	506
viii. Πόσο συχνά μπαίνεις στο "προφίλ" των φίλων σου για να μάθεις τα νέα τους και να δεις τις αναρτήσεις τους;	507
3.6. Ανάλυση ερωτήσεων ανοικτού τύπου	507
3.7. Συμπεράσματα	509
ΜΕΡΟΣ Γ'	515
ΣΥΖΗΤΗΣΗ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ	515
Ελληνόγλωσση Βιβλιογραφία	538
Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία	550
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α'	568
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β'	570
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ'	572
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ'	573
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ε'	580
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΣΤ'	748
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ζ'	750
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Η'	752

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΣΧΗΜΑΤΩΝ

Σχήμα 1. Η Φόρμουλα επικοινωνίας του Lasswell (1948)	95
Σχήμα 2. Το μοντέλο επικοινωνίας των Shannon – Weaver (1949).....	97
Σχήμα 3. Το μοντέλο επικοινωνίας των Osgood και Schramm	98
Σχήμα 4. Το μοντέλο επικοινωνίας του Newcomb (1953)	100
Σχήμα 5. Το μοντέλο επικοινωνίας του Jacobson	103
Σχήμα 6. Η αρχική μορφή του ARPAnet με τέσσερεις κόμβους	114
Σχήμα 7. Ιστορική αναδρομή των social network sites (SNS).....	157
Σχήμα 8. Ε.Ε.1./Ε.Υπ.1. - Θέματα και κωδικοί	411
Σχήμα 9. Ε.Ε.1./Ε.Υπ.2. - Θέματα και κωδικοί	412
Σχήμα 10. Ε.Ε.1./Ε.Υπ.3. - Θέματα και κωδικοί	412
Σχήμα 11. Ε.Ε.1./Ε.Υπ.4. - Θέματα και κωδικοί	413
Σχήμα 12. Ε.Ε.2./Ε.Υπ.1. - Θέματα και κωδικοί	414
Σχήμα 13. Ε.Ε.2./Ε.Υπ.2. - Θέματα και κωδικοί	415
Σχήμα 14. Ε.Ε.2./Ε.Υπ.3. - Θέματα και κωδικοί	416
Σχήμα 15. Ε.Ε.3./Ε.Υπ.1. - Θέματα και κωδικοί	417
Σχήμα 16. Ε.Ε.3./Ε.Υπ.2. - Θέματα και κωδικοί	418
Σχήμα 17. Ε.Ε.3./Ε.Υπ.3. - Θέματα και κωδικοί	419
Σχήμα 18. Ε.Ε.4./Ε.Υπ.1. - Θέματα και κωδικοί	420
Σχήμα 19. Ε.Ε.4./Ε.Υπ.2. - Θέματα και κωδικοί	420
Σχήμα 20. Ε.Ε.4./Ε.Υπ.3. - Θέματα και κωδικοί	421
Σχήμα 21. Ε.Ε.4./Ε.Υπ.4. - Θέματα και κωδικοί	423
Σχήμα 22. Ε.Ε.5./Ε.Υπ.1. - Θέματα και κωδικοί	424
Σχήμα 23. Ε.Ε.5./Ε.Υπ.2. - Θέματα και κωδικοί	425
Σχήμα 24. Ε.Ε.5./Ε.Υπ.3. - Θέματα και κωδικοί	426
Σχήμα 25. Ε.Ε.5./Ε.Υπ.4. - Θέματα και κωδικοί	427

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1. Αποσπάσματα συνεντεύξεων και κωδικοποίηση 1ου ερευνητικού ερωτήματος.....	274
Πίνακας 2. Αποσπάσματα συνεντεύξεων και κωδικοποίηση 2ου ερευνητικού ερωτήματος.....	308
Πίνακας 3. Αποσπάσματα συνεντεύξεων και κωδικοποίηση 3ου ερευνητικού ερωτήματος.....	324
Πίνακας 4. Αποσπάσματα συνεντεύξεων και κωδικοποίηση 4ου ερευνητικού ερωτήματος.....	344
Πίνακας 5. Αποσπάσματα συνεντεύξεων και κωδικοποίηση 5ου ερευνητικού ερωτήματος.....	373
Πίνακας 6. Δημογραφικά στοιχεία.....	462

Πίνακας 7. Ενημέρωση.....	468
Πίνακας 8. Διαδικτυακοί φίλοι.....	469
Πίνακας 9. Συναισθηματική κατάσταση στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης ..	470
Πίνακας 10. Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία	471
Πίνακας 11. Γονείς και ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης.....	472
Πίνακας 12. Εάν δεν είστε διαδικτυακοί φίλοι με τους γονείς σου γιατί συμβαίνει αυτό;.....	473
Πίνακας 13. Παρατήρηση γονέων σε ανάρτηση	473
Πίνακας 14. Γκρουπ σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης.....	474
Πίνακας 15. Συναισθηματικές σχέσεις.....	475
Πίνακας 16. Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας.....	476
Πίνακας 17. Θεωρείς πως το προφίλ που παρουσιάζεις στα social media, αντιστοιχεί στις 5 αυτές λέξεις;.....	477
Πίνακας 18. Ψυχολογική ανάταση λόγω likes.....	478
Πίνακας 19. Από ποιο μέσο ενημερώνεσαι για τη μόδα και τα νέα προϊόντα τεχνολογίας;	479
Πίνακας 20. Τάσεις της μόδας.....	480
Πίνακας 21. Αγορές	481
Πίνακας 22. Κακοποιητική συμπεριφορά	482
Πίνακας 23. Εάν αντιμετώπισες κάποια στιγμή κακοποιητική ή παραβατική συμπεριφορά στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, με ποιον συζητήσες αυτή τη δυσάρεστη κατάσταση;.....	482
Πίνακας 24. Αν έπεφτες θύμα κάποιας κακοποιητικής ή παραβατικής συμπεριφοράς στα social media, με ποιον θα το μοιραζόσουν πρώτα;	483
Πίνακας 25. Ασφαλής πλοήγηση.....	484
Πίνακας 26. Ανάλυση αξιοπιστίας	485
Πίνακας 27. Περιγραφικά στοιχεία παραγόντων και 95% δ.ε.	486
Πίνακας 28. Αποτελέσματα ελέγχων κανονικότητας με χρήση του Shapiro Wilk test	487
Πίνακας 29. Συσχετίσεις Spearman μεταξύ των παραγόντων	487
Πίνακας 30. Αποτελέσματα πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή την «Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης»	488
Πίνακας 31. Αποτελέσματα πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή την «Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης»	490
Πίνακας 32. Αποτελέσματα πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή την «Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία»	491
Πίνακας 33. Αποτελέσματα πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή την «Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας»	492
Πίνακας 34. Αποτελέσματα πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή την «Ψυχολογική ανάταση λόγω likes».....	494
Πίνακας 35. Αποτελέσματα πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή την «Τάση της μόδας»	495

Πίνακας 36. Παράγοντες* Φύλο, independent samples t-test	497
Πίνακας 37. Παράγοντες* Ποια είναι η ηλικία σου;, independent samples t-test ..	498
Πίνακας 38. Παράγοντες * Μορφωτικό επίπεδο μητέρας, ANOVA.....	500
Πίνακας 39. «Τάση της μόδας» * Μορφωτικό επίπεδο μητέρας, Post hoc LSD.....	501
Πίνακας 40. Παράγοντες * Μορφωτικό επίπεδο πατέρα, ANOVA	502
Πίνακας 41. Παράγοντες * Μορφωτικό επίπεδο πατέρα, Post hoc Games Howell	503
Πίνακας 42. Παράγοντες * Σε ποια περιοχή μένεις;, ANOVA	504
Πίνακας 43. Παράγοντες * Σε ποιο ή σε ποια μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχεις λογαριασμό;, συσχετίσεις Spearman	505
Πίνακας 44. Παράγοντες * Ποιο είδος επικοινωνίας προτιμάς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;, συσχετίσεις Spearman	506
Πίνακας 45. Παράγοντες * Διερεύνηση προφίλ φίλων, συσχετίσεις Spearman	507

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

Γράφημα 1. Οι πιο δημοφιλείς ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για το 2023	163
Γράφημα 2. Φύλο	463
Γράφημα 3. Ηλικία	464
Γράφημα 4. Επίπεδο εκπαίδευσης μητέρας	464
Γράφημα 5. Επίπεδο εκπαίδευσης πατέρα.....	465
Γράφημα 6. Τόπος διαμονής.....	465
Γράφημα 7. Έχεις λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης;	466
Γράφημα 8. Σε ποιο ή σε ποια μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχεις λογαριασμό;.....	466
Γράφημα 9. Ποιο είδος επικοινωνίας προτιμάς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;	467
Γράφημα 10. Πόσο συχνά μπαίνεις στο "προφίλ" των φίλων σου για να μάθεις τα νέα τους και να δεις τις αναρτήσεις τους;	467
Γράφημα 11. Ενημέρωση	468
Γράφημα 12. Διαδικτυακοί φίλοι.....	469
Γράφημα 13. Συναισθηματική κατάσταση στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης	470
Γράφημα 14. Συναισθηματική κατάσταση στη δια ζώσης επικοινωνία	471
Γράφημα 15. Γονείς και ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης.....	472
Γράφημα 16. Εάν δεν είστε διαδικτυακοί φίλοι με τους γονείς σου, γιατί συμβαίνει αυτό;.....	473
Γράφημα 17. Παρατήρηση γονέων σε ανάρτηση	474
Γράφημα 18. Γκρουπ σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης	475
Γράφημα 19. Συναισθηματικές σχέσεις	476
Γράφημα 20. Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας	477
Γράφημα 21. Θεωρείς πως το προφίλ που παρουσιάζεις στα social media, αντιστοιχεί στις 5 αυτές λέξεις;.....	478
Γράφημα 22. Ψυχολογική ανάταση λόγω likes.....	479

Γράφημα 23. Από ποιο μέσο ενημερώνεσαι για τη μόδα και τα νέα προϊόντα τεχνολογίας;	479
Γράφημα 24. Τάσεις της μόδας.....	480
Γράφημα 25. Αγορές	481
Γράφημα 26. Κακοποιητική συμπεριφορά	482
Γράφημα 27. Εάν αντιμετώπισες κάποια στιγμή κακοποιητική ή παραβατική συμπεριφορά στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, με ποιον συζήτησες αυτή τη δυσάρεστη κατάσταση;.....	483
Γράφημα 28. Αν έπεφτες θύμα κάποιας κακοποιητικής ή παραβατικής συμπεριφοράς στα social media, με ποιον θα το μοιραζόσουν πρώτα;	484
Γράφημα 29. Ασφαλής πλοήγηση.....	485
Γράφημα 30. Περιγραφικά στοιχεία παραγόντων και 95% δ.ε.	486
Γράφημα 31. Επίδραση ανεξάρτητων μεταβλητών στην «Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης».....	489
Γράφημα 32. Επίδραση ανεξάρτητων μεταβλητών στην «Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης».....	490
Γράφημα 33. Επίδραση ανεξάρτητων μεταβλητών στην «Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία»	492
Γράφημα 34. Επίδραση ανεξάρτητων μεταβλητών στην «Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας»	493
Γράφημα 35. Επίδραση ανεξάρτητων μεταβλητών στην «Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας»	494
Γράφημα 36. Επίδραση ανεξάρτητων μεταβλητών στην «Τάση της μόδας»	495
Γράφημα 37. Αλληλεπίδραση των παραγόντων	496
Γράφημα 38. Error bars Παράγοντες * Φύλο.....	498
Γράφημα 39. Error bars Παράγοντες * Ποια είναι η ηλικία σου;	499
Γράφημα 40. Error bars, «Τάση της μόδας» * Μορφωτικό επίπεδο μητέρας.....	501
Γράφημα 41. Error bars Παράγοντες * Μορφωτικό επίπεδο πατέρα	503

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπό της παρούσας διατριβής αποτελεί η μελέτη και διερεύνηση του ρόλου που διαδραματίζει η χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης σε συνάρτηση με τους νέους τρόπους επικοινωνίας που έχει η επιβάλει στην εφηβική ηλικία η επέλαση της τεχνολογίας στις κοινωνικές, οικογενειακές και προσωπικές τους σχέσεις, καθώς οι έφηβοι αποτελούν μία εξαιρετικά ενεργή ηλικιακή ομάδα στο σύγχρονο διαδικτυακό περιβάλλον. Συγκεκριμένα, μελετήθηκαν οι τρόποι με τους οποίους επιτελείται η λειτουργία της επικοινωνίας μεταξύ των εφήβων στις διαδικτυακές πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, ο βαθμός επίδρασής τους στις κοινωνικές, οικογενειακές και προσωπικές τους σχέσεις, οι παράγοντες που διαμορφώνουν τη διαδικτυακή τους ταυτότητα, οι επιρροές που δέχονται οι έφηβοι ως καταναλωτές από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ο βαθμός ενημέρωσης και ετοιμότητάς τους, ώστε να αντιμετωπίσουν τους κινδύνους που παραμονεύουν στις διαδικτυακές πλατφόρμες, αλλά και το αποτύπωμα όλων αυτών των παραγόντων στην ευρύτερη δομή της κοινωνίας. Για την επίτευξη των στόχων αυτών εκπονήθηκε μία μελέτη περίπτωσης των μαθητών και μαθητριών του 4^{ου} Γενικού Λυκείου Κατερίνης με ημιδομημένες ατομικές συνεντεύξεις 20 μαθητών και μαθητριών, όπως επίσης και μία ποσοτική έρευνα με ερευνητικό εργαλείο το ερωτηματολόγιο, σε δείγμα 500 εφήβων ηλικίας 15 έως 18 ετών με δειγματοληψία χιονοστιβάδας. Όσον αφορά στη μελέτη περίπτωσης πραγματοποιήθηκε θεματική ανάλυση περιεχομένου των ατομικών συνεντεύξεων, ενώ τα ερευνητικά δεδομένα της ποσοτικής έρευνας αναλύθηκαν με το λογισμικό στατιστικής ανάλυσης SPSS. Επιπλέον πραγματοποιήθηκε μία «bottom up» ανάλυση περιεχομένου στις ανοιχτές ερωτήσεις του ερωτηματολογίου, η οποία προσέδωσε μία ποιοτική χροιά σε ποσοτικά δεδομένα.

Η τριγωνοποίηση ως μεθοδολογική επιλογή έδωσε σαφείς, ολοκληρωμένες, σφαιρικές και σε βάθος απαντήσεις στο υπό διερεύνηση φαινόμενο, φωτίζοντας κάθε πλευρά της επίδρασης των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στην εφηβική ηλικία. Τα αποτελέσματα και των δύο ερευνών ταυτίζονται, γεγονός που μας επέτρεψε να γενικεύσουμε τα συμπεράσματα που εξήχθησαν στο γενικό πληθυσμό των εφήβων του μελετώμενου ηλικιακού εύρους, ενώ εξαιρετικό ενδιαφέρον

παρουσιάζει το γεγονός, πώς τα ερευνητικά δεδομένα που προέκυψαν από τις δύο εκπονηθείσες έρευνες, δε μας οδηγούν στο συμπέρασμα πως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ακόμα κι αν έχουν εισχωρήσει στην καθημερινότητα όλων, έχουν τη δύναμη να μεταβάλουν το status και τη δομή των σχέσεων που αναπτύσσουν οι έφηβοι μεταξύ τους, αλλά και με το οικογενειακό και σχολικό τους περιβάλλον, όπως αρχικά υποθέσαμε. Αντιθέτως, φαίνεται πως οι έφηβοι είναι μία πολύ ισχυρή ηλικιακή ομάδα, που επιδεικνύει τρομερή δυναμική επί των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, στα οποία επιβάλλεται κι ενδεχομένως κυριαρχεί, καθώς σε μία μετα-ανάλυση των ερευνητικών ευρημάτων προκύπτει, πως τα νέα μέσα τείνουν να προσαρμόζονται στα χαρακτηριστικά του πιο δυναμικού τους κοινού και όχι το αντίστροφο.

Λέξεις κλειδιά: διαδικτυακοί κίνδυνοι, διαδίκτυο, ενημέρωση, επίδραση, επικοινωνία, εφηβεία, κοινωνικές σχέσεις, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οικογενειακό περιβάλλον, σχολικό περιβάλλον.

Thesis Title: The effect of social network sites on adolescence

ABSTRACT

Aim of the present thesis is the study and research of the role of social networking sites practice in relation to the new ways of communication imposed on adolescents by the invasion of technology in their social, family and personal relationships, as adolescents are a highly active age group in today's online environment. Specifically, we studied the ways in which communication functions between teenagers on online social networking platforms, the degree of their impact on their social, family and personal relationships, the factors that shape their online identity, the influence that teenagers receive as consumers from social media, their level of awareness and preparedness to deal with the dangers lurking on online platforms, but also the imprint of all these factors on the wider structure of society. In order to achieve these goals, a case study of the male and female students of the 4th General Lyceum of Katerini was prepared with semi-structured individual interviews of 19 male and female students, as well as a quantitative survey with a questionnaire as a research tool, on a sample of 500 teenagers aged 15 to 18 with snowball sampling. Regarding the case study, a thematic content analysis of the individual interviews was carried out, while the research data of the quantitative research was analyzed with SPSS statistical analysis software. In addition, a "bottom up" content analysis was performed on the open questions of the questionnaire, which gave a qualitative tone to quantitative data.

Triangulation as a methodological choice provided clear, integrated, spherical and in-depth answers to the under-research phenomenon, illuminating every aspect of the impact of social networking sites on adolescence. The results of both researches are identical, which allowed us to generalize the conclusions to the general population of teenagers of the studied age range, while we observed with great interest, the fact that the research data obtained from the two prepared researches, did not lead to the conclusion that social media, even if they have penetrated into everyone's daily life, have the power to change the status and structure of the relationships that teenagers develop with each other, but also with their family and school environment, as we

initially assumed. On the contrary, it seems that teenagers are a very powerful age group, which demonstrates tremendous dynamics on social media, in which it imposes itself and possibly dominates, as a meta-analysis of research findings shows that new media tend to adapt to the characteristics of their most dynamic audience and not the other way around.

Key words: adolescence, communication, family environment, influence, information, internet, school environment, online risks, social media, social networking sites, social relationships.

ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

ΓΕΛ Κατερίνης	Γενικό Λύκειο Κατερίνης
Δ.Ε.Π.Υ.	Διαταραχή Ελλειμματικής Προσχολής και Υπερκινητικότητας
Ε.Ε.1	Ερευνητικό Ερώτημα 1
Ε.Ε.2	Ερευνητικό Ερώτημα 2
Ε.Ε.3	Ερευνητικό Ερώτημα 3
Ε.Ε.4	Ερευνητικό Ερώτημα 4
Ε.Ε.5	Ερευνητικό Ερώτημα 5
Ε.Κ.Α.Δ. – Ι.Τ.Ε.	Ελληνικό Κέντρο Ασφαλούς Διαδικτύου – Ίδρυμα Τεχνολογίας και Έρευνας
Ε.Κ.Π.Α.	Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών
ΕΛ.ΣΤΑΤ.	Ελληνική Στατιστική Αρχή
Ε.Υπ.1	Ερευνητικό Υποερώτημα 1
Ε.Υπ.2	Ερευνητικό Υποερώτημα 2
Ε.Υπ.3	Ερευνητικό Υποερώτημα 3
Ε.Υπ.4	Ερευνητικό Υποερώτημα 4
Η.Π.Α.	Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής
Η/Υ	Ηλεκτρονικός Υπολογιστής
ΚτΠ	Κοινωνία της Πληροφορίας
κ.ο.κ	και ούτω καθεξής
Μ.Ε.Υ.	Μονάδα Εφηβικής Υγείας
ΜΚΔ	Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης
Μ.Μ.Εν.	Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης
Μ.Μ.Επ.	Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας
Ο.Η.Ε.	Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών
Π.Τ.Δ.Ε.	Παιδαγωγικό Τμήμα Δημοτικής Εκπαίδευσης
Τ.Δ.Η.Ε.	Τμήμα Δίωξης Ηλεκτρονικού Εγκλήματος
ΤΠΕ	Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών
Α.Ρ.Α.	American Psychological Association
ARPANET	Advanced Research Projects Agency Network
Brexit	Britain exit

CAGR	Compound Annual Growth Rate
EB	Exabytes
ENISA	European Union Agency for Cybersecurity
et. al.	et alii
EU NET ADB	European Network for Adolescent Behavior
GB	Gigabyte
HBSC/WHO	Health Behaviour in School-aged Children/World Health Organization
I.A.D.	Internet Addiction Disorder
ICD	International Classification of Diseases
IP	Internet Protocol address
LSE	London School of Economics
MILNET	Military Network
M2M	Machine to Machine
PC	Personal Computer
p2p	peer to peer
SNS	Social Network Sites
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
TCP/IP	Transmission Control Protocol/ Internet Protocol
U.C.L.A.	University of California Los Angeles
VNI	Visual Networking Index
vs	versus
ZB	Zettabyte

Εισαγωγή

Η επικοινωνία αποτελεί το θεμέλιο λίθο της ανθρώπινης αλληλεπίδρασης από καταβολής κόσμου. Η απλότητα του όρου, αλλά ταυτόχρονα και η πολυπλοκότητά του, η εξέλιξη, η πρόσμιξη με τα νέα τεχνολογικά επιτεύγματα και το διαδίκτυο, η καταλυτική επίδραση που ασκεί σε ένα παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον παρουσιάζουν εξαιρετικό ενδιαφέρον και απασχολούν ιδιαίτερως την επιστημονική κοινότητα που μελετά την επικοινωνία αναγνωρίζοντας τον υδραργυρικό χαρακτήρα του όρου, προσπαθώντας να τον οριοθετήσει και να απαντήσει σε καίρια ερωτήματα που ανακύπτουν κατά τη σπουδή του. Η επικοινωνία είναι μία έννοια που μας οδηγεί πολλές φορές σε αδιέξοδα, αναλογιζόμενοι ποια είναι η λειτουργία της, ποιο είναι το αντικείμενό της, ποιος είναι ο καλύτερος ορισμός που μπορεί να περιγράψει επακριβώς τι σημαίνει, χωρίς να αποκλείσει τις δομικές της ιδιότητες, αλλά και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της. Θα μπορούσαμε να ισχυριστούμε πως είναι προαπαιτούμενο ή ενδεχομένως και αποτέλεσμα κοινωνικών συνθηκών που μεταβάλλεται ανά τους αιώνες και περνά από εποχή σε εποχή καρπώνοντας στοιχεία, μεταβαλλόμενο και εξελισσόμενο σαν ζωντανός οργανισμός που δαρβινικά μετατρέπεται σε κάτι νέο, νεωτερικό, εν συνεχεία μετανεωτερικό και παγκόσμιο. Μέχρι τον 20^ο αιώνα η επικοινωνία υπήρξε ένα εξαιρετικά ενδιαφέρον πεδίο συστηματικής μελέτης, ωστόσο η συγκυρία που την κατέστησε ιδιαίτερως ενδιαφέρουσα για την ακαδημαϊκή κοινότητα ήταν ο Α΄ Παγκόσμιος Πόλεμος, καθώς η τεχνολογική πρόοδος προκάλεσε το ενδιαφέρον για κοινωνικές αλλαγές με απώτερο στόχο τη βελτίωση της ζωής των ανθρώπων, την καταπολέμηση της τυραννίας και κυρίως τη διάδοση των βασικών αξιών του καπιταλισμού, που στηρίζεται στα μέσα επικοινωνίας, το εμπόριο, τη διαφήμιση και βεβαίως την αγορά (Littlejohn & Foss, 2012:4). Έκτοτε δε σταμάτησε ποτέ να αποτελεί αντικείμενο έρευνας, να εργαλειοποιείται κατά περίπτωση, να θέτει νέους όρους στο παγκόσμιο κοινωνικό, οικονομικό, πολιτικό, πολιτιστικό γίνεσθαι, με κορύφωση την εφεύρεση του Διαδικτύου, του μεγαλύτερου τεχνολογικού επιτεύγματος που αποτελεί επανάσταση στον τομέα της σύγχρονης επικοινωνίας, αλλά επιπλέον σηματοδοτεί και την αρχή ενός νέου Παραδείγματος.

Η παρούσα μελέτη στο Α' μέρος της εξετάζει την επικοινωνία ως παγκόσμια και καθολική κοινωνική σταθερά και επιχειρεί την ένταξή της μέσα στις σύγχρονες κοινωνιολογικές θεωρίες αναζητώντας το «χώρο» της σε αυτές με σκοπό τη σε βάθος κατανόησή της και τη διαδρομή της μέχρι σήμερα, που πλέον επιτελείται μέσω της κοινωνικής δικτύωσης σε έναν εικονικό – δυνητικό κόσμο που όμως έχει άμεση σχέση με τον πραγματικό, τον οποίο επηρεάζει, κατευθύνει, διαμορφώνει, όχι μόνο σε μακρο- αλλά και σε μικρο- επίπεδο, σε επίπεδο ατόμων, κοινωνικών, διαπροσωπικών αλλά και επαγγελματικών σχέσεων. Για να κατανοήσουμε καλύτερα, πώς εξελίχθηκε η επικοινωνία τη βάλουμε στο μικροσκόπιο, τη χωρίσαμε σε λεκτική και μη λεκτική και τη μελετήσαμε υπό το πρίσμα και την οπτική μεγάλων θεωρητικών που ασχολήθηκαν με το συγκεκριμένο πεδίο και έθεσαν τα θεωρητικά θεμέλια της διαδικασίας αυτής, αλλά μας έδωσαν και την ιστορική της εξέλιξη από τη φόρμουλα του Lasswell (1948), μέχρι το πιο πρόσφατο και πολυσύνθετο μοντέλο του Castells (2007) που εστιάζει στις σχέσεις που δημιουργούνται μεταξύ των εμπλεκόμενων και των επικοινωνιακών δικτύων, καθώς πλέον μιλάμε για μαζική επικοινωνία, με τους ανθρώπους να είναι μέλη ενός παγκόσμιου πολυμορφικού κοινού (Castells, 2007; Κάβουρα, 2016). Η λασγουελική φόρμουλα, που αποτελεί και την ιστορική ρίζα για τη μελέτη της επικοινωνίας, βασίζεται στη διά γυμνού οφθαλμού παραδοχή, ότι κατά τη διαδικασία αυτή η πληροφορία που παράγεται σε ένα συγκεκριμένο σημείο μεταφέρεται από τον αποστολέα στον αποδέκτη μέσω ενός καναλιού (Lasswell, 1948). Ωστόσο, εξαιρετικά ενδιαφέρουσα είναι και η οπτική των βιολόγων Maturana και Varela (1992: 204), οι οποίοι αμφισβήτησαν το «κανάλι» του Lasswell και όρισαν την επικοινωνία ως *«την αμοιβαία πρόκληση συντονισμένων συμπεριφορών που πραγματοποιείται ανάμεσα στα μέλη μιας κοινωνικής μονάδας. Θεωρούμε δηλαδή ως επικοινωνία έναν ιδιαίτερο τύπο συμπεριφοράς που λαμβάνει χώρα με ή χωρίς την παρουσία νευρικού συστήματος στη διάρκεια της δράσης των οργανισμών στο εσωτερικό των κοινωνικών συστημάτων»*. Επιπροσθέτως, εκτός των Maturana - Varela και ο Luhmann (1995) αμφισβήτησε τη χρηστικότητα του «καναλιού» απλοποιώντας τη διαδικασία της επικοινωνίας μέσα σε τρία βήματα, την πληροφορία, την έκφρασή της και τέλος, την κατανόησή της, που όμως για να στεφθεί με επιτυχία θα πρέπει το μήνυμα - πληροφορία να είναι κωδικοποιημένο με κοινή σαφώς κωδικοποίηση μεταξύ πομπού και δέκτη, ώστε να υπάρχει αμοιβαία

κατανόηση, η οποία είναι κομβικής σημασίας γι' αυτούς που επικοινωνούν (Κάλλας, 2019, Luhmann, 1995). Συνεπώς, σύμφωνα με τον Κάλλα (2019: 38) θα μπορούσαμε να ορίσουμε την επικοινωνία *«ως αυτο – αναφορική διαδικασία και μάλιστα ως τη διαδικασία εγκαθίδρυσης του νοήματος που περιγράφει τις καταστάσεις μίας κοινωνικής πραγματικότητας»*.

Έχοντας τα παραπάνω ως αφετηρία της σκέψης μας επιλέξαμε στη μελέτη αυτή να τοποθετήσουμε την επικοινωνία στο κέντρο ενός σύγχρονου, πολυπολιτισμικού Όλου, μιας οικουμενικής κοινωνίας, ενός παγκοσμιοποιημένου περιβάλλοντος με επίκεντρο την τεχνολογία και τις μορφές που αυτή αποτυπώνει στην καθημερινότητα ενός παγκόσμιου πολίτη που μπορεί να καταλύσει το χώρο και τον χρόνο και να βρεθεί εικονικά όπου και όποτε το επιθυμεί, χωρίς τις αντικειμενικές δεσμεύσεις που του υπαγόρευε η ζωή πριν το Διαδίκτυο.

Μελετώντας τη βιβλιογραφία σχετικά με το ρόλο της μεσοποιημένης επικοινωνίας στην καθημερινότητα των ανθρώπων και στο πώς διαμορφώνει τις μεταξύ τους κοινωνικές σχέσεις η χρήση του σημαντικότερου τεχνολογικού επιτεύγματος, του Διαδικτύου, οδηγηθήκαμε στην περαιτέρω διερεύνησή του, καθώς έχει πλέον επαναπροσδιορίσει την κοινωνική αλληλεπίδραση μεταξύ των ανθρώπων κι έχει παραγκωνίσει τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας, αφού η ψηφιακή τεχνολογία έχει διεισδύσει στα άδυτα της κοινωνικής και όχι μόνο, ζωής των ανθρώπων. Στην ιστορική ανασκόπηση της εξέλιξης του Διαδικτύου από το «reseau» (δίκτυο) του Otlet το 1934 στη Μονς του Βελγίου, μέχρι το ARPANET (Advanced Research Projects Agency) της δεκαετίας του 1960 στις Η.Π.Α. και την εισαγωγή του συμβόλου «@» το 1971 από τον Raymond S. Tomlinson, το internet αποτέλεσε το πιο ραγδαία αναπτυσσόμενο μέσο επικοινωνίας επιφέροντας σαρωτικές αλλαγές στο παγκόσμιο γίνεσθαι, σε όλους τους τομείς την ανθρώπινης ύπαρξης, σε κάθε πτυχή της καθημερινότητας των πολιτών, αν και στο σημείο αυτό θα πρέπει να τονίσουμε τη σαφή ανωτερότητα της μεταβιομηχανικής Δύσης έναντι των χωρών υπό ανάπτυξη, στις οποίες η πρόσβαση στο Διαδίκτυο μέχρι και σήμερα αποτελεί πολυτέλεια. Για να κατανοήσουμε σε αριθμούς, τι ακριβώς σημαίνει η επέλαση του internet, αρκεί να αναφέρουμε, πως στα τέλη του 1979 υπήρχαν μόλις 188 υπολογιστές συνδεδεμένοι στον παγκόσμιο ιστό και η Cisco προβλέπει, πως μέχρι το 2022 το 60% του παγκόσμιου πληθυσμού χρησιμοποιεί ήδη πάνω από 28

δισεκατομμύρια συνδεδεμένες συσκευές. Κι εδώ ακριβώς συνειδητοποιούμε, ότι εάν ο παγκόσμιος πληθυσμός είναι αυτήν τη στιγμή περίπου 8 δισεκατομμύρια άνθρωποι και το 60% είναι 4,8 δισεκατομμύρια, τότε αντιστοιχούν σε κάθε άτομο έξι συσκευές συνδεδεμένες στο Διαδίκτυο, αριθμός εξωπραγματικός, αλλά ίσως όχι και τόσο, αν υποθέσουμε, ότι πλέον υπάρχει πρόσβαση εκτός από το σταθερό υπολογιστή, από τον φορητό, από το smartphone, το tablet, τη smart-tv, ενώ πλέον υπάρχουν εφαρμογές που μέσω διαδικτύου μπορεί κάποιος να ελέγξει μέχρι και τις ηλεκτρικές συσκευές του σπιτιού του ακόμα κι αν βρίσκεται στην άλλη άκρη του κόσμου.

Το Διαδίκτυο δεν είναι ένα απλά πολυσύνθετο και πολύπλοκο μέσο επικοινωνίας. Είναι ένας «νέος» κόσμος χωρίς τις χωρικές και χρονικές δεσμεύσεις του «παλιού», αποφορτισμένος από τις κοινωνικές συμβάσεις της υλικής κοινότητας, απελευθερωμένος και «χαλαρός» που παραπέει μεταξύ του ηθικού και του μη ηθικού, του τολμηρού και του παράτολμου, του θάρρους και του θράσους, της υπερβολής και της υπερπροβολής, ενώ είναι κοινή παραδοχή, πως όλα αυτά δεν έρχονται χωρίς συνέπειες. Η ευκολία, η ταχύτητα, η υπερπληροφόρηση, η πρόσβαση σε έναν εικονικό χώρο που περιέχει σχεδόν το 100% της πανανθρώπινης γνώσης, αλλά ταυτόχρονα λειτουργεί και ως «κλειδαρότρυπα» έχουν το τίμημά τους με ιδιαίτερως σημαντικό - για τις κοινωνικές επιστήμες - τον επαναπροσδιορισμό των ανθρωπίνων σχέσεων και του τρόπου που επιτελείται πλέον η κοινωνική αλληλεπίδραση. Για χιλιετίες η επικοινωνία μεταξύ των ανθρώπων ήταν άμεση, διαπροσωπική, όμως η ψηφιακή τεχνολογία στο πέρασμά της έθεσε στο περιθώριο κάθε παραδοσιακό μέσο επικοινωνίας, ακόμα κι αυτά που εφευρέθηκαν πολύ πρόσφατα, όπως η τηλεόραση, το ραδιόφωνο, η τηλεομοιοτυπία, τα οποία αντικαταστάθηκαν από το chat, το live-streaming, το e-mail, τη βιντεοκλήση. Σμίκρυνση κι ελαχιστοποίηση της γραφειοκρατίας, ηλεκτρονικές βιβλιοθήκες, ψηφιοποίηση των αρχείων, εικονική περιήγηση σε μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους, απεικόνιση της πορείας ενός αεροπλάνου ή ενός πλοίου σε πραγματικό χρόνο, είναι μόνο ένα απειροελάχιστο δείγμα των δυνατοτήτων του παγκόσμιου ιστού. Η σχέση μας με τον υπόλοιπο -εκτός από εμάς κόσμο- άλλαξε. Το Διαδίκτυο από την πρώτη στιγμή της δημιουργίας του υπήρξε τόσο επιδραστικό που ξέφυγε από τα στενά όρια ενός επιτυχημένου τεχνολογικού επιτεύγματος και μετατόπισε το

κέντρο βάρους του στην κοινωνική του διάσταση (Dawson, 2022). Είναι αδιάψευστη πραγματικότητα, ότι η νέα ψηφιακή μορφή επικοινωνίας επηρεάζει την κοινωνία, την κοινότητα (Christakis & Fowler, 2010: 337), το άτομο, αλλά και τις δομές, το σύστημα. Οι αισιόδοξοι βλέπουν την τεχνολογική επανάσταση ως ευκαιρία για εξέλιξη, πρόοδο, ανάπτυξη, οι δε απαισιόδοξοι, ως ρομαντικοί, προβληματίζονται γιατί θεωρούν, πως αποδυναμώνονται οι ανθρώπινες σχέσεις, αφού κάποτε είχαμε προσωπικούς δεσμούς με μικρό αριθμό ανθρώπων, ενώ τώρα έχουμε χαλαρούς δεσμούς με υπερπολλαπλάσιο αριθμό ανθρώπων. Η αλήθεια ωστόσο δεν μπορεί, παρά να βρίσκεται κάπου στη μέση.

Προχωρώντας τη μελέτη αυτή θα ήταν να αδύνατο να παραλείψουμε την επίδραση της χρήσης του παγκόσμιου ιστού και της εικονικής πραγματικότητας στην ταυτότητα του ατόμου, η οποία στο δυτικό πολιτισμό έχει δύο όψεις: την ατομική και την κοινωνική, καθώς το άτομο έχει την προσωπική του ταυτότητα που σχετίζεται με τις ατομικές του ελευθερίες, αλλά την ίδια στιγμή αποτελεί μέλος μιας κοινότητας υιοθετώντας τα κοινά χαρακτηριστικά με τα υπόλοιπα μέλη που προκύπτουν από το συν-ανήκειν και την υπαγωγή σε μία ομάδα (Fukuyama, 2020). Η ατομική ταυτότητα είναι σαφώς πιο συμπαγής, καθώς πλάθεται από την πρώτη στιγμή της γέννησης και σχετίζεται με το φύλο, το όνομα, την καταγωγή, ενώ η κοινωνική είναι εύπλαστη, ευπροσάρμοστη και αδιάκοπα εξελισσόμενη. Η είσοδός μας στην εποχή της πληροφορίας δε θα μπορούσε να αφήσει την ταυτότητα ανεπηρέαστη. Ακόμα και η ατομική υφίσταται τις συνέπειες της επέλασης της τεχνολογίας, αφού αποτελεί πλέον γεγονός, ότι ο σύγχρονος άνθρωπος παραπέει μεταξύ δύο κόσμων, του πραγματικού – υλικού και του εικονικού – δυνητικού, ενώ συχνά παρατηρείται σύγχυση μεταξύ των δύο, με ολέθρια αποτελέσματα για το άτομο, αλλά και το περιβάλλον του. Η ελεύθερη και ανεμπόδιση πρόσβαση στην πληροφορία, η υπερπληροφόρηση, η υπερπληθώρα επιλογών στην παρουσίαση του Εαυτού κι ο εξωραϊσμός της πραγματικότητας, η απόκρυψη των στοιχείων του ατόμου, αλλά και η ευκολία της παραποίησης τους, κλονίζουν την ατομική ταυτότητα και διαμορφώνουν ένα διαφορετικό *φαίνεσθαι* σε σχέση με το *είναι* που επηρεάζει το *εγώ*. Ωστόσο είναι εξαιρετικά δυσδιάκριτα τα όρια μεταξύ του πραγματικού και του δυνητικού, καθώς ο ένας κόσμος παρεμβαίνει κι επεμβαίνει στον άλλο και τα μεταμοντέρνα στοιχεία της εποχής που διανύουμε θέτουν υπό αμφισβήτηση κάθε

σταθερά της προ παγκοσμίου ιστού ζωής μας (Πάνος, 2005). Η μεταβλητότητα που κυριαρχεί στο δυνητικό περιβάλλον, όπου δεν υπάρχει προσωπική επαφή με τον Άλλο και η επικοινωνία λαμβάνει χώρα μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή είναι δομικό χαρακτηριστικό της μεταμοντέρνας δυνητικής ταυτότητας και διαχωρίζεται πλήρως από την ατομική – πραγματική, καθώς η πρώτη διαμορφώνεται με βάση τις επιθυμίες μας, τις φαντασιώσεις μας και το ποιοι θέλουμε να δείχνουμε πως είμαστε σε συνάρτηση δηλαδή με το πώς προσδιοριζόμαστε από τον Άλλο, ενώ η δεύτερη διαμορφώνεται με βάση το ποιοι όντως είμαστε (Αλεξιάς, 2008; Κωλέτση, 2008; Πάνος, 2005; Πόλο & Μάνου, 2016).

Εντός του πλαισίου που περιγράψαμε παραπάνω, μας απασχολεί ιδιαιτέρως η διομαδική επικοινωνία στο διαδίκτυο και συγκεκριμένα η κουλτούρα στη δυνητική κοινότητα. Η ανάγκη του ανθρώπου να ανήκει κάπου, να μοιράζεται τις ίδιες εμπειρίες, να συμπορεύεται με τους υπολοίπους συνανθρώπους του είναι αυτονόητη, όχι μόνο στον πραγματικό κόσμο, αλλά και στον φαντασιακό. Από τα πρώτα στάδια της ζωής μαθαίνουμε, πως δεν είμαστε μόνοι μας, αλλά κάπου ανήκουμε, με κάποιους ανθρώπους συμβιώνουμε, και είμαστε μέλη μίας ομάδας, η οποία λέγεται «οικογένεια», ωστόσο όσο περνάει ο καιρός, αρχίζουμε να επεκτεινόμαστε σε μεγαλύτερου μεγέθους ομάδες, όπως το σχολείο, το πανεπιστήμιο, η εργασία μας, ένας σύλλογος, μία λέσχη ή μία αθλητική ομάδα, στις οποίες επιλέγουμε συνειδητά να ανήκουμε, γιατί μοιραζόμαστε τα ίδια ενδιαφέροντα με άλλους ανθρώπους, ή τις ίδιες ιδιότητες, ή μας αρέσουν οι ίδιες δραστηριότητες. Είναι αυτονόητο πως για να δομηθούν οι σχέσεις μιας ομάδας θα πρέπει να υπάρχει επικοινωνία μεταξύ των μελών της, οι οποίες μπορεί να είναι συγκρουσιακές, συνεργατικές ή ακόμη και ανύπαρκτες (Χαντζή, 2013), ενώ για να κατηγοριοποιήσουμε τις σχέσεις αυτές σε διαπροσωπικές ή ομαδικές θα πρέπει να εξετάσουμε εάν σχετίζονται με την ατομική ταυτότητα, συνεπώς αναφερόμαστε σε διαπροσωπικές σχέσεις, ή εάν δομούνται πάνω στην κοινωνική ταυτότητα, συνεπώς αναφερόμαστε στις διομαδικές (Κιουμή, 2017). Η επέλαση της τεχνολογίας, ωστόσο έχει δώσει μία νέα χροιά στην έννοια της ομάδας, καθώς έχει γεννηθεί ένα σύγχρονο είδος ταυτότητας, αυτό της διαδικτυακής, που κατευθύνει της σχέσεις και καθορίζει τη διομαδική επικοινωνία μεταξύ των χρηστών του διαδικτύου (Fukuyama, 2020; Gudykunst, 1995; Κιουμή, 2017; Πόλο & Μάνου, 2016; Χαντζή, 2013). Στη

φανταστική κοινότητα του Internet το συνανήκειν αποτελεί τον κεντρικό πυλώνα των online κοινωνικών μέσων, στα οποία τα άτομα απολαμβάνουν την αίσθηση της συμμετοχής σε ομάδες, ακόμα κι αν τα μέλη τους δεν έχουν γνωριστεί ποτέ, όπως συμβαίνει άλλωστε ως επί των πλείστων στη διομαδική επικοινωνία μέσω του Διαδικτύου (Anderson, 1991; Kanoura, 2014; Πόλο & Μάνου, 2016). Η ευκολία του Internet, η ανωνυμία, η χαλαρότητα και η ευελιξία που διέπει τις σχέσεις που δημιουργούνται ad hoc στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, σαφώς δε φέρουν τα αυστηρά χωροχρονικά όρια και τους κανόνες της σωματοποιημένης διομαδικής επικοινωνίας, όμως είναι πέρα για πέρα αληθινές, με τα μέλη τους να επενδύουν σε αυτές συναισθηματικά, καθώς νιώθουν την αδιαφιλονίκητη ανάγκη να ικανοποιήσουν τις επιθυμίες των συνοδοιπόρων τους, μοιράζονται τα ίδια κίνητρα, τις ίδιες αγωνίες και η επικοινωνία τους είναι πραγματική και ουσιαστική, όπως ακριβώς και στην ενσώματη καθημερινή ζωή τους (Κωλέτση, 2002), ενώ η γενικευμένη αμοιβαιότητα που προκύπτει από την επαναλαμβανόμενη αλληλεπίδραση και η εμπιστοσύνη που χτίζεται με την πάροδο του χρόνου ενισχύουν τους δεσμούς των μελών ακόμα και της δυνητικής ομάδας και θέτουν τη βάση για ένα ισχυρό κοινωνικό κεφάλαιο (Kadushin, 2019).

Είναι αδιαμφισβήτητο γεγονός, ότι η τεχνολογία έχει διεισδύσει στην καθημερινότητα των πολιτών με το Διαδίκτυο να μετρά δισεκατομμύρια συνδεδεμένες συσκευές και σχεδόν 5 δισεκατομμύρια χρήστες. Το κορυφαίο αυτό τεχνολογικό επίτευγμα χρησιμοποιείται τόσο για την ενημέρωση και την πληροφόρηση των πολιτών, όσο και για την μεταξύ τους επικοινωνία και αλληλεπίδραση σε όλα τα επίπεδα της προσωπικής, επαγγελματικής και κοινωνικής ζωής, καθιστώντας το αναντικατάστατο εργαλείο της καθημερινής ζωής, ενώ οι αναμνήσεις της προ Διαδικτύου εποχής έχουν αρχίσει να ξεθωριάζουν, με τον παραγκωνισμό των παραδοσιακών μέσων επικοινωνίας να αποτελεί μία σύγχρονη πραγματικότητα, καθώς ούτε η τηλεόραση, ούτε το ραδιόφωνο, ούτε ο έντυπος τύπος μπορούν να ανταγωνιστούν την πληθώρα πληροφοριών, την ταχύτητα, την πολυφωνία και την αμεσότητά του. Ο όγκος των δεδομένων που διαχέονται στο διαδίκτυο είναι ασύλληπτος, η πληροφορία έχει εμπορευματοποιηθεί, η έννοια της κοινότητας έχει επεκταθεί και στο δυνητικό κόσμο του διαδικτύου με τις τελευταίες δύο δεκαετίες να γίνεται λόγος για τα «κοινωνικά μέσα» (social media), αλλά και την

«κοινωνική δικτύωση» (social networking), έννοιες που έχουν πυροδοτήσει συζητήσεις ανάμεσα σε επιστημονικούς κύκλους, αλλά και επιχειρηματικούς, αφού έχουν ξαναανακατέψει την τράπουλα λόγω των μεταβολών στους όρους της παραγωγής, αλλά και της διαχείρισης της πληροφορίας, όπως επίσης και τους όρους επικοινωνίας μεταξύ των ανθρώπων, αλλά και των ανθρώπων με τις μηχανές, (Κάλλας, 2019).

Εξαιτίας της τεχνολογικής επανάστασης και των ραγδαίων εξελίξεων στα προϊόντα τεχνολογίας, τα εικονικά δίκτυα αποτελούν διαύλους σύγχρονης και ασύγχρονης επικοινωνίας διαμεσολαβημένης από μηχανές που έχουν δημιουργηθεί για να ενισχύσουν και να εξελίσσουν την ανάπτυξη του παγκοσμίου ιστού, καθιστώντας τον ένα παγκόσμιο δίκτυο μέσω του οποίου η κυκλοφορία της πληροφορίας πραγματοποιείται σε πρώτο χρόνο με τη δημιουργία της (Κάλλας, 2019; Ong, 2001; Poster, 2001). Οι άνθρωποι από καταβολής κόσμου ήταν πάντα δικτυωμένοι. Μπορούμε λοιπόν, με ασφάλεια να πούμε, ότι υπάρχουμε ως «διαδικτυακά» όντα, χιλιάδες χρόνια πριν από την εμφάνιση του Διαδικτύου, με τη διαφορά, ότι σήμερα πλέον η δικτύωση πραγματοποιείται ψηφιακά μέσω των online κοινωνικών μέσων που φιλοξενούν δισεκατομμύρια χρήστες, οι οποίοι αλληλεπιδρούν μέσω υπολογιστών, smartphone και tablet. Συγκεκριμένα, ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης ονομάζονται οι διαδικτυακές κοινότητες που επιτρέπουν την κοινωνική αλληλεπίδραση μεταξύ των χρηστών και μάλιστα σε απευθείας σύνδεση (Τζαβέλα & Τσίτσικα, 2019: 147), κι ενώ έχουμε στο μυαλό μας το Facebook, το Instagram και τα υπόλοιπα δημοφιλή μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως αρκετά πρόσφατα ψηφιακά δημιουργήματα, αρκεί να ανασύρουμε από τη μνήμη μας το classmates.com του 1995, αλλά και το Sixdegrees.com από το όχι και τόσο μακρινό 1997. Αυτό που παρουσιάζει εξαιρετικό ενδιαφέρον για τις επιστήμες τόσο της επικοινωνίας, όσο και της κοινωνιολογίας είναι το γεγονός, ότι αυτά τα δίκτυα είναι δημιουργήματα των ανθρώπων και απευθύνονται σε ανθρώπους και παρά το γεγονός, ότι θεωρούμε την επικοινωνία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης απρόσωπη και απόμακρη, ωστόσο εξακολουθούμε να αναφερόμαστε σε σκεπτόμενους ανθρώπους που αλληλεπιδρούν μεταξύ τους, αναπτύσσουν σχέσεις και δεσμούς, κάνουν επιλογές και παίρνουν αποφάσεις, ενώ έχουν τη δυνατότητα, εάν το θελήσουν να μεταβάλουν τα δίκτυά τους, ακόμα κι αν παραμένουν ενσωματωμένοι

σε αυτά ή επηρεάζονται από αυτά (Christakis & Fowler, 2010), συνεπώς αντιλαμβανόμαστε πως τα διαδικτυακά κοινωνικά δίκτυα έχουν τη δική τους ζωή και διαγράφουν τη δική τους πορεία μέσα στον ψηφιακό υπερ-κόσμο που η τεχνολογία έχει φροντίσει να ενοποιήσει υπό τη σκέπη της παγκοσμιοποίησης.

Ένα ζήτημα που μας απασχόλησε ιδιαίτερα στην παρούσα διατριβή, είναι η έννοια της δημοκρατίας και πώς αυτή πραγματώνεται στο σύγχρονο διαδικτυακό περιβάλλον και συγκεκριμένα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Η απόλυτη ελευθερία που βιώνουν οι χρήστες στο Διαδίκτυο έχει δημιουργήσει ασαφή όρια μεταξύ δημοκρατικών αρχών, ελευθεριότητας, ασυδοσίας και αναρχίας. Η διαδραστικότητα (Bakker & Sadaba, 2009) αποτελεί δομικό χαρακτηριστικό της επικοινωνίας που επιτελείται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και εγείρονται διαρκώς ερωτήματα για τον αντίκτυπο που έχει αυτή η νέα πραγματικότητα στη δημοκρατία (Flew & Iosifidis, 2020; Jha & Kodila-Tedika, 2019). Ωστόσο το Διαδίκτυο δεν είναι απλά ένα εργαλείο εκδημοκρατισμού, αλλά ταυτόχρονα είναι κι ένα όργανο απολυταρχισμού (Aday, Farrell, Lynch, Sides, Kelly & Zuckerman, 2010; Morozov, 2012), γεγονός που μας υποδεικνύει, ότι η σχέση του με τις τεχνολογίες που εξαρτώνται από αυτό, αλλά και η σχέση του με τη δημοκρατία ενδεχομένων εξαρτάται και από άλλους παράγοντες, όπως για παράδειγμα ο ρόλος της κοινωνίας των πολιτών (Jha & Kodila-Tedika, 2019: 2), αλλά και των πολιτικών οργανισμών και των οικονομικών δυνάμεων που διαφαίνονται στα αποτελέσματα της τεχνολογικής προόδου και της δύναμης της δημοκρατίας (Diamond, 2010). Τα νέα μέσα επικοινωνίας και ενημέρωσης και συγκεκριμένα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν ένα νεοσύστατο πεδίο αλληλεπίδρασης, το οποίο δεν επιτρέπει μόνο, αλλά ενισχύει την ελεύθερη έκφραση απόψεων και ιδεών, φανερώνοντας τη μεγάλη επιρροή που ασκούν στην καθημερινότητα των ανθρώπων. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαθέτουν τη σαρωτική δυναμική να υιοθετήσουν δημοκρατικές αρχές σε κάθε τους λειτουργία, καθώς οι πολίτες-χρήστες έχουν άμεση πρόσβαση ακούσια ή εκούσια στην πληροφορία από ποικίλες πηγές, τις οποίες μπορούν να διασταυρώσουν, γεγονός που παρουσιάζει θετικό πρόσημο στην ενεργή συμμετοχή τους στα πολιτικά, κοινωνικά, αλλά και πολιτιστικά δρώμενα. Το ουσιώδες είναι πως τα διαδικτυακά μέσα επικοινωνίας και ενημέρωσης είναι φιλικές προς το χρήστη πλατφόρμες, οι οποίες καλλιεργούν καθημερινά την πολιτική έκφραση σε μία πιο απλοποιημένη και

απτή φόρμουλα κορυφώνοντας την αρχή της συμμετοχής, που αποτελεί και θεμέλιο λίθο της δημοκρατίας (de Zúñiga, Huber, Strauß, 2018), ενώ οι έρευνες δείχνουν, πως είτε online, είτε offline αυτό το υβριδικό είδος συμμετοχής στα κοινά συνιστά δύο όψεις του ίδιου νομίσματος συνδυάζοντας το φαντασιακό με το πραγματικό σε όρους σύμπλευσης και δράσης μετουσιώνοντας τη δημοκρατία στην ψηφιακή της εκδοχή. Σε κάθε περίπτωση, η δημοκρατία ως θεσμός, είναι ένας ζωντανός οργανισμός που μεταλλάσσεται, μετασχηματίζεται, προσαρμόζεται στα δεδομένα του νέου Παραδείγματος και ακολουθεί τις νόρμες μίας νέας τάξης πραγμάτων, ωστόσο στο σημείο αυτό οφείλουμε να τονίσουμε πως η συμμετοχή δεν μπορεί να πραγματώνεται μόνο στη σφαίρα του φαντασιακού, αλλά και στη σφαίρα του πραγματικού, όπου λαμβάνουν υπόσταση όλες οι δημοκρατικές διαδικασίες.

Η χρήση του Διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δεν αφορά αποκλειστικά τους ενήλικους χρήστες. Αντιθέτως θα μπορούσαμε να πούμε, πως οι νέες τεχνολογίες αφορούν κυρίως τις νεαρότερες ηλικίες, καθώς σύμφωνα με τη βιβλιογραφία είναι σαφώς πιο εξοικειωμένες με το Διαδίκτυο και τα εργαλεία του, τα οποία έχουν απλοποιήσει σημαντικά την καθημερινότητά τους. Δεν υπάρχει αμφιβολία πως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν επινοηθεί για τον κόσμο των ενηλίκων, αυτό όμως δεν απέτρεψε τα παιδιά από το να μετέχουν στην Κοινωνία της Πληροφορίας. Η τεχνολογική γνώση μέσα στην οποία ανθεί η παιδική ηλικία συγκροτεί ένα πολιτιστικό πλαίσιο εντός του οποίου οι ανήλικοι αναπτύσσουν ικανότητες σε άτυπα ή τυπικά περιβάλλοντα μάθησης (Κασσωτάκης, 2001: 26; Τσιτουρίδου, 2005: 539).

Σκοπός της παρούσας διατριβής είναι η μελέτη του ρόλου που διαδραματίζει η χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης σε συνάρτηση με τους νέους τρόπους επικοινωνίας που έχει η επιβάλλει στην εφηβική ηλικία η επέλαση της τεχνολογίας, στις κοινωνικές, οικογενειακές και προσωπικές τους σχέσεις, καθώς αντιλαμβανόμαστε από τη λεπτομερή ανάλυση της βιβλιογραφίας, πως οι έφηβοι αποτελούν μία εξαιρετικά ενεργή ηλικιακή ομάδα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ενώ η χρήση τους υπεισέρχεται σε όλες τις εκφάνσεις της καθημερινής τους ζωής, όπως η εκπαίδευση, οι φιλίες, οι προσωπικές σχέσεις, οι σχέσεις με τους γονείς και το οικείο περιβάλλον. Παρά το γεγονός, ότι έχουμε συναντήσει στη βιβλιογραφία μελέτες για τη χρήση του ηλεκτρονικού υπολογιστή και του Διαδικτύου από παιδιά

και εφήβους, ωστόσο δε φαίνεται να έχει μελετηθεί σχεδόν καθόλου η επιρροή που πιθανόν να ασκεί η online κοινωνική δικτύωση στην κοινωνική τους ζωή και τις προεκτάσεις της. Συνεπώς, το ερευνητικό μας πρόβλημα αποτελεί ο ρόλος της ηλεκτρονικά μεσοποιημένης επικοινωνίας στην εφηβική ηλικία και συγκεκριμένα, η επίδραση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στους εφήβους ηλικίας 15 έως 18 ετών. Αυτό το κενό στη βιβλιογραφία καλύπτει η έρευνά μας κι εδώ έγκειται η **πρωτοτυπία** της, καθώς θεωρούμε, πως το ζήτημα της χρήσης των social media από τους εφήβους είναι μείζονος σημασίας, αφού αφορά τα ίδια τα παιδιά σε σχέση με τη σωματική, αλλά και την ψυχική τους υγεία, τους γονείς τους, τους εκπαιδευτικούς, το σχολικό και φιλικό τους περιβάλλον, τις προσωπικές και συναισθηματικές τους σχέσεις, τις καταναλωτικές τους συνήθειες, τις παρεκκλίνουσες συμπεριφορές που φαίνεται πως ευνοεί το περιβάλλον των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης, ενώ επιχειρήσαμε να εντάξουμε τη συμπεριφορά τους στα social media γενικά στη δομή της ευρύτερης κοινωνίας, της οποίας στο μέλλον θα αποτελέσουν καθοριστικούς διαμορφωτές.

Η εφηβεία είναι ένα ιδιαίτερο αναπτυξιακό στάδιο στη ζωή του ανθρώπου, κατά το οποίο συντελούνται πολύ σημαντικές αλλαγές τόσο στον ψυχικό κόσμο του νεαρού ατόμου, όσο και στην εξωτερική του εμφάνιση. Όπως αναφέρουν οι Cole & Cole (2002: 166), η εφηβεία είναι μία χαρακτηριστική μεταβατική περίοδος, η οποία οριοθετείται με πολύ συγκεκριμένους τρόπους και συντελείται με θεμελιώδεις αλλαγές στο παιδί, των οποίων τα αποτελέσματα είναι ορατά στο σώμα του, αλλά και την ψυχοσύνθεσή του. Η μετάβαση στην ενήλικη ζωή σηματοδοτεί το τέλος της παιδικής ηλικίας και αυτό εγείρει πληθώρα ερωτημάτων σχετικά με το εάν η εφηβεία αποτελεί κοινωνική κατασκευή ή ένα συγκεκριμένο βιολογικό αναπτυξιακό στάδιο, το οποίο φορτίζεται πολιτισμικά από τις εκάστοτε χωροχρονικές συνθήκες εντός των οποίων διαβιούν οι έφηβοι (Cole & Cole, 2002; Lehalle & Mellier, 2009, Piaget, 1966). Η εφηβεία στις σύγχρονες δυτικές κοινωνίες είναι στενά συνδεδεμένη με την εκπαίδευση μαθητείας ή με μία περίοδο αναμονής, έως ότου δημιουργηθούν οι κατάλληλες συνθήκες για την ανάληψη του ενήλικου ρόλου, όπως για παράδειγμα ένας γάμος, ή η οικονομική ανεξαρτησία (Aries, 1962; Cole & Cole, 2002; Piaget, 1966), συνεπώς οι διαρκώς μεταβαλλόμενες συνθήκες διαμορφώνουν ένα ρευστό κοινωνικό πλαίσιο, το οποίο καθορίζει και επηρεάζει τους παράγοντες ανάπτυξης. Η

επέλαση της τεχνολογίας και η ελεύθερη συμμετοχή στην Κοινωνία της Πληροφορίας, όπως ορίζεται στο δυτικό πρότυπο των σύγχρονων βιομηχανικά ανεπτυγμένων χωρών έχει διαφοροποιήσει το πλαίσιο μέσα στο οποίο πραγματοποιείται το πέρασμα από τη μέση παιδική ηλικία στην εφηβεία, καθώς η πρόσβαση στην πληροφορία είναι απεριόριστη εξαιτίας της χρήσης του Διαδικτύου από ολοένα και μικρότερες ηλικίες, ενώ η διαδραστικότητα που αποτελεί βασικό χαρακτηριστικό της επικοινωνίας και της ενημέρωσης από τα σύγχρονα τεχνολογικά μέσα, έχει ανοίξει τις πύλες ενός εικονικού κόσμου, μέσα στον οποίο οι έφηβοι αποτελούν πλέον ενεργά μέλη που μετέχουν στη γνώση, τη δράση, την αλληλεπίδραση και εν τέλει στη διαμόρφωση του νέου Παραδείγματος. Μέσα σε αυτό το Παράδειγμα δεν έχουν μεταβληθεί οι όροι της επικοινωνίας και της ενημέρωσης μόνο, αλλά και το πλαίσιο εντός του οποίου δομούνται οι κοινωνικές, προσωπικές και οικογενειακές σχέσεις, ενώ σημαντικές επιρροές έχει δεχτεί και η εκπαίδευση, η οποία καλείται να ακολουθήσει τις σύγχρονες τεχνολογικές επιταγές και να προσαρμοστεί στα νέα δεδομένα που επιβάλλει η νέα τάξη πραγμάτων.

Στη συνέχεια, ακολουθεί λεπτομερής ανασκόπηση της διεθνούς και ελληνικής βιβλιογραφίας που εστιάζει στη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από ανήλικους χρήστες και κυρίως εφήβους, που αποτελεί και την ηλικιακή ομάδα – στόχο της δικής μας μελέτης (Ε.Κ.Α.Δ – Ι.Τ.Ε., 2018; Ε.Κ.Α.Δ – Ι.Τ.Ε., 2019; Ε.Κ.Α.Δ – Ι.Τ.Ε., 2020), ενώ ιδιαίτερη αναφορά γίνεται στο διαδικτυακό παιχνίδι, που αποτελεί παράγοντα ενίσχυσης της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από ολοένα και μικρότερες ηλικίες (Boyd, 2008; Burroughs, 2014; Καναβού, Σταύρου, Φωτίου & Κοκκέβη, 2020; Κατερέλος & Παπαδόπουλος, 2009; Livingstone, Haddon, Görzig & Ólafsson, 2010; Τζαβέλα & Καπανιάρης, 2019). Όσον αφορά στο ρόλο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην εκπαίδευση, διαπιστώθηκε πως η εργαλειακή χρήση των νέων τεχνολογιών τόσο από τους μαθητές, όσο και από τους εκπαιδευτικούς θεωρείται πλέον δεδομένη, αλλά και επιβεβλημένη σε ένα σύγχρονο εκπαιδευτικό σύστημα, το οποίο ακολουθεί τους ρυθμούς που επιτάσσει η σημερινή εποχή (Chu & Du, 2012; Mikre, 2011; Σωτηριάδου & Παπαδάκης, 2013; Tarik, Mehboob, Khan & Ullah, 2012). Επιπλέον εξετάστηκε εκτενώς η επικίνδυνη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, αλλά και οι παρεκκλίνουσες συμπεριφορές που αναπτύσσουν τα παιδιά και οι έφηβοι στο διαδικτυακό περιβάλλον. Τα κοινωνικά δίκτυα είναι

ιδιαίτερα δημοφιλή στους ανήλικους, όχι μόνο διότι συμμετέχουν σε διαδικτυακά παιχνίδια μεγάλης κλίμακας, αλλά και γιατί ανέκαθεν αυτές οι ηλικίες είχαν την τάση να επιθυμούν τη φιλία, την ομάδα, το αίσθημα του συνανήκειν (Παπαγεωργίου, 2010: 108), ωστόσο όπως συμβαίνει στην πραγματική ζωή, έτσι και στην εικονική, τα παιδιά έχουν την τάση να είναι επιρρεπή στη συναισθηματική αστάθεια και ευάλωτα ως προς την πιθανότητα εκμετάλλευσής τους από επιτήδειους που δύνανται να τα προσεγγίσουν με σκοπό να τα βλάψουν είτε σωματικά, συναισθηματικά ή ακόμη και οικονομικά. Η διαρκής χρήση του Διαδικτύου και η συνεχής ενασχόληση με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δε συνιστά εξ ορισμού παθολογική χρήση, ωστόσο η «υπερβολική χρήση», που χαρακτηρίζεται από επανάληψη, απουσία ελέγχου και εξάρτηση, σαφώς υποδεικνύει εθισμό, καταχρηστική συμπεριφορά και αδυναμία των εφήβων να διαχειριστούν τις διαδικτυακές τους δραστηριότητες (Διαμαντοπούλου & Δαβράζος, 2015; European Parliament, 2019; Μαγκλάρα, 2019; Smahel, Helsper, Green, Kalmus, Blinka & Ólafsson, 2012; Τσίτσικα, 2012; Weinstein & Lejoyeux, 2010).

Πέραν του διαδικτυακού εθισμού που προκαλείται από την κακή διαχείριση του χρόνου που δαπανούν τα παιδιά στο Διαδίκτυο, ένας ακόμη κίνδυνος με τον οποίο έρχονται αντιμέτωπα, είναι ο διαδικτυακός εκφοβισμός (cyberbullying), που αποτελεί τη σύγχρονη εκδοχή του σχολικού εκφοβισμού (bullying) που έχει μεταφερθεί από το σχολικό περιβάλλον στις οθόνες των υπολογιστών, των smartphones και των tablets (Clark, Werth & Ahten, 2012; Donegan, 2012; Τσίτσικα, Κορμάς & Σαμαρά, 2012; Yurtkoru & Islamoğlu, 2019). Η επικινδυνότητα του διαδικτυακού εκφοβισμού είναι αδιαμφισβήτητη με τις συνέπειες να είναι μακροχρόνιες και ολέθριες για τα θύματα, όχι μόνο στην κοινωνική τους ζωή, αλλά και στη σχολική τους επίδοση (Hinduja & Patchin, 2018; Σφακιανάκης & Αθανασίου, 2017). Επιπλέον, φαινόμενα όπως η σεξουαλικοποίηση των παιδιών και των εφήβων, η διαδικτυακή αποπλάνηση (grooming), όπως επίσης και το διαδικτυακό «ψάρεμα» (catfishing) είναι συνήθη στο περιβάλλον των μέσων κοινωνικής δικτύωσης με τους εφήβους να θυματοποιούνται πιο εύκολα σε σχέση με άλλες ηλικιακές ομάδες (APA, 2007; Bigler, Tomasetto & McKenney, 2019; Γάκη & Αντωνίου, 2016; Davis, 2018; Δημητρακοπούλου & Τσίτσικα, 2019; Lamb & Koven, 2019; Lanning, 2018; Hartney, 2018). Στο 5^ο Κεφάλαιο του Α' μέρους γίνεται μία αναλυτική παρουσίαση των

δεδομένων των προϋπαρχουσών ερευνών σχετικά με τη μη ορθή χρήση του Διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από παιδιά και εφήβους με εξαιρετικά ενδιαφέροντα αποτελέσματα που φωτίζουν διάφορες όψεις του εν λόγω φαινομένου.

Το Α' μέρος της διατριβής ολοκληρώνεται με το ρόλο της οικογένειας και του σχολείου στην προστασία από τους διαδικτυακούς κινδύνους, καθώς το Διαδίκτυο είναι ένας ατέρμων κόσμος χωρίς ορίζοντα και χωρίς σύνορα, όπου η πληροφορία ρέει άφθονη και άνευ περιορισμών και τα παιδιά, αλλά κυρίως οι έφηβοι έχουν πρόσβαση σε μία εικονική δεξαμενή πληροφοριών που κατέχει σχεδόν ολοκληρωτικά την πανανθρώπινη γνώση. Οι περισσότερες έρευνες εστιάζουν στο πώς το διαδίκτυο και τα σύγχρονα τεχνολογικά επιτεύγματα επηρεάζουν τους οικογενειακούς δεσμούς σε συνάρτηση με το χρόνο που περνούν συνήθως τα μέλη μιας οικογένειας ή στο πώς τα μέσα συνήθως αφαιρούν από τον κοινό τους χρόνο, όμως εξαιρετικό ενδιαφέρον έχει και το πώς επηρεάζεται η συνοχή της οικογένειας από τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και το πώς δομούνται οι σχέσεις μεταξύ γονέων και εφήβων στη σύγχρονη πραγματικότητα (Διαμαντοπούλου & Δαβράζος, 2014; Κορρέ, 2012; Lee & Chae, 2007; Nie, Hillygus & Erbring, 2008; Williams & Merten, 2011). Όσον αφορά στο ρόλο του σχολείου, θα πρέπει να τονίσουμε, πως όπως έχει προκύψει και από τα αποτελέσματα των ερευνών της διατριβής, οι εκπαιδευτικοί αποτελούν σημαίνοντα πρόσωπα στη ζωή των εφήβων, και ο ρόλος τους πέρα από παιδαγωγικός είναι και ουσιώδης για την προστασία των παιδιών από τους κινδύνους που ελλοχεύουν στην καθημερινότητά τους και κυρίως από τους διαδικτυακούς κινδύνους με τους οποίους έρχονται συχνά αντιμέτωπα (Ασλανίδου & Οικονόμου, 2006; Βαγγελάτος, Θεόδωρος, Καραμολέγκος & Νικολετσέας, 2015; Παλάζη & Εφόπουλος, 2016; Μπαλής, Ταγκόπουλος & Σταμούλη, 2013; Πανσεληνάς, 2010, Τσίτσικα, 2011).

Εντός αυτού του θεωρητικού πλαισίου, προχωρήσαμε στο Β' μέρος της διατριβής, στο οποίο αναλύεται η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε, με σκοπό να διερευνηθεί σε βάθος ο ρόλος της ηλεκτρονικά μεσοποιημένης επικοινωνίας στην εφηβική ηλικία και συγκεκριμένα, η επίδραση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στους εφήβους ηλικίας 15 έως 18 ετών ως προς τις κοινωνικές, οικογενειακές και προσωπικές τους σχέσεις και πώς αυτές δομούνται στο σύγχρονο

διαδικτυακό περιβάλλον. Επιμέρους στόχους των ερευνών που εκπονήθηκαν αποτέλεσαν η διερεύνηση των τρόπων με τους οποίους επιτελείται η λειτουργία της επικοινωνίας μεταξύ των εφήβων στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, ο βαθμός επίδρασής τους στις κοινωνικές, οικογενειακές και προσωπικές σχέσεις των εφήβων, οι παράγοντες που διαμορφώνουν τη διαδικτυακή τους ταυτότητα, οι επιρροές που δέχονται οι έφηβοι από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όπως επίσης και ο βαθμός ενημέρωσης και ετοιμότητας των εφήβων, ώστε να αντιμετωπίσουν τους κινδύνους που παραμονεύουν στις διαδικτυακές πλατφόρμες, στις οποίες διατηρούν προσωπικούς λογαριασμούς.

Για να επιτευχθούν οι παραπάνω ερευνητικοί στόχοι, εκπονήθηκαν δύο έρευνες, μία ποιοτική και μία ποσοτική, καθώς θεωρήθηκε, πως η τριγωνοποίηση (Babbie, 2018; Cohen et al., 2007; Flick, 2017; Mertens, 2009; Συμεού, 2007; Παπαναστασίου & Παπαναστασίου, 2014) είναι ο καταλληλότερος τρόπος για να μελετηθεί σφαιρικά και σε βάθος το πολύπλευρο φαινόμενο της επίδρασης των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στην εφηβική ηλικία και συγκεκριμένα στις κοινωνικές, οικογενειακές και προσωπικές σχέσεις των εφήβων ηλικίας από 15 έως 18 ετών. Η συνδυαστική αυτή μέθοδος, μας επέτρεψε να συλλέξουμε δεδομένα από δύο οντολογικά διαφορετικές μεθοδολογίες, στις οποίες ο ίδιος ο σκοπός της παρούσας διατριβής μας έχει οδηγήσει. Αξιοποιώντας δύο διαφορετικές πηγές πληροφοριών (Mertens, 2009: 305), δεν αποτέλεσε στόχο μόνο η γενίκευση των αποτελεσμάτων σε ολόκληρο τον πληθυσμό των εφήβων μέσω της ποσοτικής έρευνας, αλλά και η σε βάθος διερεύνηση των αιτιακών σχέσεων (Χριστοδούλου, 2022), οι οποίες αναδύονται μέσω της ποιοτικής έρευνας, όπως επίσης και η επεξήγηση των δεδομένων, καθώς δημιουργείται μία μορφή αλληλεξάρτησης της μίας έρευνας από την άλλη, αφού καμία από μόνη της δε θα μπορούσε να μας δώσει ασφαλή, σαφή και συγκεκριμένα αποτελέσματα, παρά μόνο ελλιπείς προσεγγίσεις του υπό έρευνα φαινομένου. Όσον αφορά στην ποιοτική έρευνα, επιλέχθηκε η μελέτη περίπτωσης των μαθητών και μαθητριών του 4^{ου} Γενικού Λυκείου Κατερίνης της Περιφερειακής Ενότητας Πιερίας, η οποία εισχωρεί στα βαθύτερα αίτια που οδηγούν τα υποκείμενα της έρευνάς μας σε στάσεις, αντιλήψεις, αλλά και συμπεριφορές, τις οποίες καλούμαστε μέσω της οπτικής των εφήβων να κοινωνήσουμε τη δική τους πραγματικότητα και να νοηματοδοτήσουμε τάσεις και

συμπεριφορές που προκύπτουν συνδυαστικά από το οικογενειακό περιβάλλον, τους εκπαιδευτικούς φορείς, το κοινωνικό περιβάλλον, τις προσωπικές και φιλικές τους σχέσεις, αλλά και το παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον, του οποίου αποτελούν ισότιμα με τους ενήλικες μέλη. Επιπλέον, για να υπάρξει μία ολοκληρωμένη εικόνα του φαινομένου και να είναι δυνατόν τα συμπεράσματα που εξήχθησαν από τη μελέτη περίπτωσης να γενικευθούν στον πληθυσμό των εφήβων με παρόμοια χαρακτηριστικά με των υπό έρευνα, πραγματοποιήθηκε συμπληρωματικά στο πλαίσιο της τριγωνοποίησης και μία ποσοτική έρευνα, η οποία έδωσε μία διαφορετική οπτική του ζητήματος, καθώς ποσοτικοποίησε στοιχεία και δεδομένα, αποκαλύπτοντας μία νέα διάσταση της έρευνας και προσδίδοντας μία οπτική μεγαλύτερης κλίμακας πέραν του μικρόκοσμου της μελέτης περίπτωσης, η οποία αφορά μόνο τα συμμετέχοντα υποκείμενα και συγκεκριμένα τους μαθητές και τις μαθήτριες του 4^{ου} Γενικού Λυκείου Κατερίνης. Ο συνδυασμός των δύο ερευνών έδωσε σαφείς, ολοκληρωμένες, σφαιρικές και σε βάθος απαντήσεις στο υπό διερεύνηση ερευνητικό μας πρόβλημα, φωτίζοντας κάθε πλευρά της επίδρασης των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στην εφηβική ηλικία.

Η μελέτη περίπτωσης είναι ένα ιδιαίτερο και απαιτητικό είδος ποιοτικής έρευνας, ενώ επιλέξαμε το 4^ο ΓΕΛ Κατερίνης ως την υπό εξέταση περίπτωση, καθώς πληροί συγκεκριμένα κριτήρια, όπως ότι μελετάται ένα φαινόμενο κατά την εξέλιξη του (Adelman, Kemmis & Jenkins, 1980; Crowe, Cresswell, Robertson, Hubby, Avery & Sheikh, 2011; Kaarbo & Beasley, 1999, Παπαναστασίου & Παπαναστασίου, 2014), η συλλογή πληροφοριών αφορά στις στάσεις και τις αντιλήψεις μίας συγκεκριμένης ηλικιακής ομάδας, η οποία χαρακτηρίζεται από ένα ιδιαίτερο αναπτυξιακό στάδιο. Επιπλέον, το σχολικό περιβάλλον είναι μοναδικό και δυναμικό, γι' αυτό και η μελέτη περίπτωσης ερευνά και αποτυπώνει τις αιτιακές, πολύπλοκες και εκτεταμένες συσχετίσεις γεγονότων, συμπεριφορών και αντιλήψεων στη μοναδική υπό διερεύνηση δράση της χρήσης των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης από εφήβους που βρίσκονται στο ηλικιακό εύρος από 15 έως 18 ετών (Βάμβουκας, 2010). Ένα ακόμη κριτήριο που ενισχύει την ανάγκη εκπόνησης μελέτης περίπτωσης, είναι πως τα δεδομένα συλλέγονται σε πραγματικό περιβάλλον, ενώ η περίπτωσή μας είναι συγκεκριμένη, σκόπιμη κι επιπλέον χαρακτηρίζεται από οριοθετημένα χρονικά περιθώρια, όπως επίσης και από τη δική της ξεχωριστή ταυτότητα (Cohen, Manion &

Morrison, 2007; Μαγγόπουλος, 2014; Rashid, Rashid, Warraich, Sabir & Waseem, 2019). Ωστόσο ακριβώς αυτά τα χαρακτηριστικά καθιστούν δύσκολη τη διερεύνηση όλων των πτυχών ενός προβλήματος σε μία μόνο μελέτη (Rashid et al., 2019; Cruzes, Dybå, Runeson & Höst, 2015), γι 'αυτό άλλωστε επιλέξαμε συμπληρωματικά να διεξαχθεί και μία ποσοτική έρευνα, ώστε να διερευνήσουμε σφαιρικά το υπό εξέταση φαινόμενο της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από τους εφήβους.

Στο 2^ο Κεφάλαιο της διατριβής παρουσιάζονται εκτενώς τα κριτήρια επιλογής της συγκεκριμένης μεθοδολογίας, όπως επίσης τα πλεονεκτήματα, αλλά και τα μειονεκτήματα της μελέτης περίπτωσης, τα οποία έρχεται να υπερκεράσει η ποσοτική μας έρευνα. Η μελέτη περίπτωσης έχει θέσει εγγενώς τις οριοθετήσεις και τους περιορισμούς της, ενώ ως προς την επιλογή των συμμετεχόντων, επιλέχθηκε μία μη πιθανοτική δειγματοληψία και συγκεκριμένα, η βολική, καθώς οι συμμετέχοντες της έρευνας είναι ανήλικοι μαθητές, οπότε θα έπρεπε να υπάρχει τόσο η συγκατάθεση των μαθητών, όσο και των γονέων/κηδεμόνων τους, ώστε να συμμετάσχουν τα παιδιά. Συνεπώς, η συμμετοχή τους ήταν εθελοντική, με βάση τη διαθεσιμότητα και την επιθυμία κάθε παιδιού ξεχωριστά, με βασική προϋπόθεση την έγγραφη συγκατάθεση των γονέων/κηδεμόνων, σύμφωνα με τις Αρχές Δεοντολογίας για την εκπαιδευτική έρευνα με παιδιά του Παιδαγωγικού Τμήματος Δημοτικής Εκπαίδευσης και τον Κώδικα Δεοντολογίας και Καλής Πρακτικής του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Το ερευνητικό εργαλείο της μελέτης περίπτωσης των μαθητών και μαθητριών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης αποτέλεσε η ημιδομημένη ατομική συνέντευξη (Babbie, 2018; Βάμβουκας, 2010; Cohen et al., 2007; Flick, 2017; Καλογεράκη, 2020; Μαγγόπουλος, 2014; Mertens, 2009; Παπαναστασίου & Παπαναστασίου, 2014; Τσιώλης, 2014), η οποία μας έδωσε την ευκαιρία μέσα από έναν παραγωγικό διάλογο με 9 συμμετέχοντες μαθητές και 11 συμμετέχουσες μαθήτριες να γνωρίσουμε τις στάσεις και τις αντιλήψεις τους σχετικά με την επίδραση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης σε εφήβους της ηλικίας τους. Η ημιδομημένη συνέντευξη αποδείχθηκε ένα εξαιρετικά χρήσιμο εργαλείο για την εκμείευση σημαντικών δεδομένων από τους μαθητές και τις μαθήτριες του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης, ενώ στη συνέχεια πραγματοποιήθηκε μία θεματική ανάλυση περιεχομένου των εν λόγω συνεντεύξεων (Βάμβουκας, 2010; Flick, 2017; Ίσαρη & Πουρκός, 2015; Τσιώλης, 2016; Τσιώλης,

2017, Τσιώλης, 2018), που οδήγησε σε ενδιαφέροντα ευρήματα που φωτίζουν διαφορετικές πτυχές των πιθανών επιδράσεων της χρήσης των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στην εφηβική ηλικία, και συγκεκριμένα της ψηφιακά μεσοποιημένης επικοινωνίας στην κοινωνική τους ζωή.

Ταυτόχρονα με τη μελέτη περίπτωσης των μαθητών και μαθητριών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης διεξήχθη και η ποσοτική έρευνα, της οποίας τα ερευνητικά ερωτήματα και υποερωτήματα είναι κοινά με την ποιοτική, ώστε τα αποτελέσματά και των δύο μεθοδολογιών που επιλέχθηκαν για τη διερεύνηση του ερευνητικού μας προβλήματος να μπορούν να έρθουν σε αντιπαραβολή, να συσχετιστούν και εν συνεχεία να εξαχθούν συμπεράσματα που θα ικανοποιήσουν το γενικότερο σκοπό της παρούσας διατριβής. Για το λόγο αυτό, το ερευνητικό μας πρόβλημα, η ερευνητική υπόθεση, τα ερευνητικά ερωτήματα και υποερωτήματα παραμένουν ίδια και για τις δύο εκπονηθείσες έρευνες. Με την τριγωνοποίηση, όχι μόνο ενισχύσαμε την αξιοπιστία και την εγκυρότητα και των δύο ερευνών που εκπονήσαμε, αλλά ταυτόχρονα πετύχαμε να καλύψουμε τα μεθοδολογικά κενά που ενδεχομένως ενυπάρχουν και στις δύο μεθοδολογικές προσεγγίσεις.

Η ποσοτική έρευνα διεξήχθη σε δείγμα 500 εφήβων, το οποίο επιλέχθηκε επίσης με μη πιθανοτική δειγματοληψία και συγκεκριμένα με δειγματοληψία χιονοστιβάδας (ή αλλιώς αλυσιδωτή), η οποία μας επέτρεψε να εντοπίσουμε αρχικά μία μικρή ομάδα, η οποία διαθέτει τα προεπιλεγμένα χαρακτηριστικά και μετέπειτα η μικρή αυτή ομάδα λειτούργησε ως «πληροφοριοδότης» φέρνοντάς μας σε επαφή με άλλα άτομα που φέρουν τα ίδια χαρακτηριστικά (Babbie, 2018: 358; Cohen et al. 2007: 173; Mertens, 2009: 372; Τσιώλης, 2014: 57), δηλαδή με εφήβους που πληρούν τα συγκεκριμένα ηλικιακά κριτήρια, 15 έως 18 ετών, αλλά ταυτόχρονα διατηρούν και προσωπικούς λογαριασμούς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Η δειγματοληψία χιονοστιβάδας που έχει επιλεγεί ως στρατηγική επιλογής συμμετεχόντων, οδήγησε σε συμμετέχοντες που βρίσκονται κι εκτός των γεωγραφικών ορίων της Περιφερειακής Ενότητας Πιερίας, η οποία θεωρήθηκε ως γεωγραφικός περιορισμός για τη διεξαγωγή της μελέτης περίπτωσης, ωστόσο εντός των γεωγραφικών ορίων της χώρας μας, εφ' όσον μελετώνται έφηβοι που κατοικούν στον ελλαδικό χώρο. Όπως και στη μελέτη περίπτωσης έτσι και στην ποσοτική μας έρευνα, ένας περιορισμός που τέθηκε εξαιτίας της ανηλικότητας των μελετώμενων ηλικιών είναι

η έγγραφη εξασφάλιση της συναίνεσης των συμμετεχόντων, αλλά και των γονέων/κηδεμόνων τους πριν προχωρήσουν στη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου, το οποίο αποτέλεσε και το ερευνητικό μας εργαλείο για τη συλλογή δεδομένων.

Σύμφωνα με τον Παρασκευόπουλο (1993: 98), ο ερευνητής μπορεί να επιλέξει ανάμεσα σε κάποια έτοιμα-σταθμισμένα ερωτηματολόγια, σε αυτοσχέδια ερωτηματολόγια που χρησιμοποιήθηκαν από άλλους ερευνητές στα πλαίσια των δικών τους μελετών ή να κατασκευάσει ο ίδιος το δικό του ερευνητικό εργαλείο που δύναται να καλύψει τις ανάγκες της δικής του έρευνας. Στη δική μας περίπτωση, για το σχεδιασμό του ερωτηματολογίου αξιοποιήσαμε τις ερωτήσεις των ημιδομημένων ατομικών συνεντεύξεων της μελέτης περίπτωσης, για την οποία πραγματοποιήθηκε και πιλοτική συνέντευξη, ώστε να ελέγξουμε, εάν η διατύπωση των ερωτημάτων είναι κατανοητή, εάν το πλήθος τους είναι κουραστικό για έναν έφηβο στο συγκεκριμένο ηλικιακό εύρος και βεβαίως, εάν οι απαντήσεις μπορούν να οδηγήσουν σε δεδομένα που μετά από επεξεργασία μας οδηγούν σε ασφαλή συμπεράσματα επί των ερευνητικών ερωτημάτων και υποερωτημάτων. Εφ' όσον κρίθηκαν κατάλληλες οι ερωτήσεις, στη συνέχεια προχωρήσαμε στην προσαρμογή τους στο νέο μας ερευνητικό εργαλείο, το οποίο κατασκευάστηκε σε Google Form.

Στο 3^ο Κεφάλαιο του Β' μέρους της διατριβής περιγράφεται επακριβώς η διαδικασία που ακολουθήθηκε για την κατασκευή του ερωτηματολογίου, όπως επίσης αναλύεται η δομή του, αλλά και ο τρόπος κυκλοφορίας του, ο οποίος αποτέλεσε μία επίπονη διαδικασία με διαρκή παρέμβαση της ερευνήτριας, καθώς λόγω της ανηλικότητας του δείγματος, οφείλαμε πριν τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου από τους συμμετέχοντες, να εξασφαλίσουμε την έγγραφη ενημέρωση και συναίνεση των γονέων/κηδεμόνων. Παρά τις δυσκολίες που προέκυψαν, αλλά και το γεγονός, ότι η διαδικασία αυτή ήταν αρκετά χρονοβόρα, συμπληρώθηκε το δείγμα – στόχος των 500 εφήβων (αγόρια και κορίτσια) από διάφορες περιοχές του ελλαδικού χώρου και στη συνέχεια τα ερευνητικά δεδομένα που προέκυψαν από την ποσοτική μας έρευνα ποσοτικοποιήθηκαν και αναλύθηκαν με το λογισμικό στατιστικής ανάλυσης SPSS (De Vaus, 2011; Norris, Qureshi, Howitt & Cramer, 2017; Συμεωνάκη, 2015), ενώ τα αποτελέσματα της Περιγραφικής, αλλά και της Επαγωγικής Στατιστικής παρουσιάζονται στο 3^ο Κεφάλαιο του Β' μέρους της

παρούσας διατριβής. Επιπλέον για την ανάλυση των ανοιχτών ερωτήσεων του ερωτηματολογίου ακολουθήθηκε μία απλή επαγωγική ανάλυση περιεχομένου (bottom up) (Babbie, 2018; Glasser & Strauss, 1967; Mason, 2011: 258; Τσιώλης, 2014), όπου κατηγοριοποιήθηκαν οι απαντήσεις των εφήβων και αναδείχθηκαν οι δημοφιλέστερες κατηγορίες για τον ποιοτικό εμπλουτισμό των ποσοτικών δεδομένων που προέκυψαν, αλλά και το συσχετισμό των απαντήσεων των εν λόγω ερωτήσεων με τις απαντήσεις που δόθηκαν από τους συμμετέχοντες και τις συμμετέχουσες της μελέτης περίπτωσης του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης. Εν κατακλείδι, τα δεδομένα που προέκυψαν τόσο από την ποιοτική όσο και από την ποσοτική έρευνα, μπορούμε με ασφάλεια να πούμε, πως ταυτίζονται απόλυτα, γεγονός που μας επιτρέπει να γενικεύσουμε τα εξαγόμενα συμπεράσματα στο γενικό πληθυσμό των εφήβων ηλικίας 15 έως 18 ετών που κατοικούν στον ελλαδικό χώρο.

Στο Γ' μέρος της διατριβής παρουσιάζονται αναλυτικά τα συμπεράσματα που προέκυψαν από την επεξεργασία και την ανάλυση των ερευνητικών μας δεδομένων, ενώ πραγματοποιήθηκε μία κριτική αποτίμηση των αποτελεσμάτων της μελέτης περίπτωσης του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης και της ποσοτικής έρευνας. Η αντιπαραβολή, η σύγκριση, η ερμηνεία και η μετα-ανάλυση των αναδυόμενων στοιχείων έφερε στο φως σημαντικά ευρήματα που απαντούν με σαφήνεια στα ερευνητικά ερωτήματα και υποερωτήματα των ερευνών που εκπονήθηκαν. Δόθηκαν απαντήσεις σε καίρια ερωτήματα που απασχολούν την επιστημονική κοινότητα, αλλά ταυτόχρονα απασχολούν την εκπαιδευτική κοινότητα, τους γονείς, αλλά και τους ίδιους τους εφήβους, οι οποίοι αποτελούν μία εξαιρετική ηλικιακή ομάδα προς μελέτη.

Η παρούσα διατριβή ολοκληρώθηκε με προτάσεις για μελλοντική έρευνα, καθώς τα σύγχρονα μέσα επικοινωνίας κι ενημέρωσης και συγκεκριμένα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αποτελούν ένα πολυεπίπεδο πεδίο, το οποίο επιτρέπει τη διερεύνηση πληθώρας φαινομένων που παρατηρούνται στους κόλπους τους στον άξονα της ορθής έως της μη ορθής χρήσης τους και αφορούν κάθε ηλικιακή ομάδα, της οποίας τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά μπορούν να προσδώσουν ενδιαφέροντα δεδομένα, ανάλογα με τη μεθοδολογία που θα ακολουθηθεί κατά περίπτωση. Το συνεχώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον εντός του οποίου διαβιούμε αποτελεί ανεξάντλητη πηγή ερευνητικών δεδομένων, τα οποία ερχόμενα στην επιφάνεια αναμένεται να φέρουν στο φως ενδιαφέροντα στοιχεία που αδιαμφισβήτητα θα

συμβάλουν στην πρόοδο και την εξέλιξη της επιστήμης, αλλά και τη βαθύτερη κατανόηση του κόσμου τόσο σε μακρο- όσο και σε μικρο-επίπεδο.

ΜΕΡΟΣ Α΄

Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΩΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΚΑΙ ΚΑΘΟΛΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΣΤΑΘΕΡΑ – ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ – ΟΨΕΙΣ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΣΤΟ ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΜΕΝΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ – ΠΑΙΔΙΚΗ ΗΛΙΚΙΑ ΚΑΙ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ – ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΔΙΚΤΥΩΣΗ – ΕΦΗΒΟΙ ΧΡΗΣΤΕΣ ΤΩΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

1. Η επικοινωνία ως παγκόσμια - καθολική κοινωνική σταθερά

Η επικοινωνία είναι ο θεμέλιος λίθος της κοινωνικής αλληλεπίδρασης. Είτε μέσω της ομιλίας, είτε μέσω της μετάδοσης ενός μηνύματος με τη φυσική παρουσία των εμπλεκομένων, είτε ακόμη και χωρίς αυτή, τα άτομα μπορούν να ανταλλάξουν πληροφορίες, σκέψεις και αντιλήψεις μέσω λέξεων, χειρονομιών, σημάτων (Πόλο & Μάνου, 2016: 17). Σύμφωνα με τους Hogg και Vaughan (2010), η επικοινωνία είναι μία αμφίδρομη διαδικασία, μέσω της οποίας οι άνθρωποι νοηματοδοτούν τα μηνύματα χρησιμοποιώντας έναν κοινό κώδικα, επηρεάζοντας τους άλλους, αλλά και οι ίδιοι επηρεαζόμενοι, με αποτέλεσμα τη δόμηση των διαπροσωπικών σχέσεων. Μέσω της επικοινωνίας παράγεται μία μορφή δράσης γι' αυτό και ο Thomson (1999) θεωρεί, ότι για να καταφέρουμε να την αναλύσουμε θα πρέπει να ξεκινήσουμε πρωτίστως από την ανάλυση της δράσης αυτής σε συνάρτηση με το κοινωνικό πλαίσιο μέσα στο οποίο εντάσσεται. Τα άτομα εντάσσονται μέσα σε κοινωνικά σύνολα και αλληλεπιδρούν μεταξύ τους έχοντας το καθένα τους στόχους του. Σύμφωνα με αυτούς τους στόχους ενεργούν και έχοντας ως δεδομένες τις κοινωνικές συνθήκες, τα άτομα καταλαμβάνουν διάφορες θέσεις, ανάλογα με τους πόρους που έχουν στη διάθεσή τους (Thomson, 1999: 33). Όταν οι συνθήκες αυτές διατηρούνται και ισχυροποιούνται παρατηρείται μία σταθερότητα με αποτέλεσμα τη θεσμοποίηση τους. Οι θεσμοί είναι αυτοί που καθοδηγούν τα άτομα στα πεδία αλληλόδρασης και ταυτόχρονα δημιουργούν και νέες ανάγκες για τα άτομα που καταλαμβάνουν νέες θέσεις εργασίας μέσα σε αυτά (Thomson, 1999: 33). Κυρίαρχο ρόλο μέσα σε αυτό το κοινωνικό μοντέλο έχει η εξουσία. Τα είδη της εξουσίας είναι η οικονομική, η πολιτική,

η καταναγκαστική – στρατιωτική εξουσία, ενώ ιδιαίτερη έμφαση δίνεται και στη συμβολική εξουσία, όπως για παράδειγμα η βιομηχανία των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας, η οποία χρησιμοποιεί τα μέσα πληροφόρησης και συσχετίζεται με πολιτιστικούς θεσμούς, όπως για παράδειγμα τα σχολεία και τα πανεπιστήμια. Η επικοινωνία πράγματι έχει ιδιαίτερη δύναμη, δεν είναι τυχαίο, ότι έχει επικρατήσει η φράση ότι «ο τύπος είναι η τέταρτη εξουσία» και αυτό συμβαίνει, διότι μέσω αυτής γίνεται εφικτός ο συντονισμός της συλλογικής δράσης, αλλά και η κοινωνικοποίηση του ανθρώπου (Μπιτσάνη, 2004: 1).

Ο McQuail (2009) έκανε λόγο για τις αξίες της επικοινωνίας που διέπουν μία σύγχρονη δυτική κοινωνία. Οι αξίες αυτές είναι «η ελευθερία, η ισότητα και η τάξη». Η θεμελιώδης αρχή κάθε δημοκρατίας είναι αυτή της ελευθερίας, με ιδιαίτερα ισχυρό το αίσθημα της ελευθεροτυπίας, της ελευθεροστομίας και γενικότερα της ελευθερίας της έκφρασης. Οποιαδήποτε στέρηση αυτών των κεκτημένων της σύγχρονης δύσης είναι αιτία πολιτικών αντιπαραθέσεων, εξεγέρσεων και διαμαρτυριών, διότι η αποστέρηση κάθε δικαιώματος που πηγάζει από το αίσθημα της ελευθερίας θίγει την ταυτότητα, την ακεραιότητα, την αυτοδιάθεση και την ελευθερία έκφρασης του ατόμου. Όσον αφορά στην ισότητα και τη δικαιοσύνη, ο McQuail τις συσχετίζει με την πολιτική εξουσία, η οποία βάση του κανονιστικού της ρόλου θα πρέπει να εξασφαλίζει τη δίκαιη πρόσβαση όλων στα Μ.Μ.Επ. και να διασφαλίζει την πολυφωνία και την πολυγνωμία, ώστε τα άτομα να αποκτούν μία σφαιρική άποψη επί όλων των πληροφοριών που παρέχονται στα μέσα (McQuail, 2009: 112). Σχετικά με την τάξη, ο θεωρητικός, κάνει λόγο για την αμφίσημη θέση που κατέχει μέσα σε μία κοινωνία υπό το πρίσμα της δημόσιας επικοινωνίας. Ο προβληματισμός προκύπτει από το γεγονός, ότι τα ίδια τα μέσα που μπορούν να επιβάλουν την τάξη και να φέρουν την ισορροπία και την αρμονία σε μία κοινωνία, μπορούν σύμφωνα με την εξουσία να φέρουν και την αναρχία, καθώς πολύ συχνά ενοχοποιούνται για τη διατάραξη της τάξης (McQuail, 2009: 116). Χαρακτηριστικά αναφέρεται:

«...Από τη μία συμβάλλει στη διαμόρφωση και στη διατήρηση της προσωπικής ταυτότητας και της συνοχής της ομάδας, από την άλλη, όμως, μπορεί να αποτελέσει πηγή διαταραχής ή απειλής, όταν εισβάλλει με ξένες αξίες ή όταν λειτουργεί κατασταλτικά. Η θεωρία της μαζικής επικοινωνίας υπογραμμίζει τη διπλή επίδραση

των μέσων στην κοινωνία, κεντρομόλο και φυγόκεντρο, διαφορίζουσα και συνενωτική (Carey, 1969 και McQuail, 1987).¹»

Η επικοινωνία είναι μία θεμελιώδης ανθρωπολογική εμπειρία (Wolton, 2005: 21). Είναι δεδομένο πως, όπου υπάρχει κοινωνία, υπάρχει και επικοινωνία, η οποία είναι έννοια εξαρτημένη από το πολιτιστικό πρότυπο και φορτισμένη από την αντιπροσώπευση του Άλλου, αφού βασικά της χαρακτηριστικά είναι η διάδοση της πληροφορίας μεταξύ των ατόμων και η αλληλεπίδραση μεταξύ τους (Wolton, 2005: 23). Ταυτόχρονα, οι κοινωνικές διαδικασίες που συντελούνται για το μετασχηματισμό και την εξέλιξη των εκάστοτε επικοινωνιακών συστημάτων και αξιών που διέπουν μία κοινωνία, σε μη συνάρτηση με το χωροχρόνο, έχουν ως θεμέλιο λίθο τη μαζική κουλτούρα, η οποία μπορεί να θεωρηθεί και υποκατάστατο της μυθολογίας, ή ακόμη και της θρησκείας (Μπράλιντζερ, 1999: 76). Από το 4.000 π.Χ. που βρέθηκαν τα πρώτα σημάδια γραφής στη Μεσοποταμία (Ψυχογιός, 2004: 37) μέχρι σήμερα έχουν παρέλθει πολλές χιλιάδες χρόνια. Πριν από την εποχή της γραφής, ο λόγος βασιζόταν στη μνήμη (Jeanneney, 1999: 35). Η ανάγκη για ένα ολοκληρωμένο σύστημα γραφής από τους Σουμέριους στην πόλη Ουρούκ, σύμφωνα με τον Ψυχογιό (2004), σχετίζεται άρρηκτα με το γεγονός, ότι η εν λόγω πόλη ήταν μία από τις πρώτες μητροπόλεις στην ιστορία της ανθρωπότητας. Η συγκέντρωση μεγάλου πληθυσμού σε έναν τόπο με «πρώτα φαινόμενα θεοκρατικής/ πολιτικής εξουσίας» οδήγησε στη δημιουργία ενός τρόπου επικοινωνίας μεταξύ τους. Από το 4.000 π.Χ. μέχρι και σήμερα, στον τομέα της επικοινωνίας, είτε γραπτή, είτε προφορική, είτε έντυπη και οπτικοακουστική ή και ηλεκτρονική έχουν συντελεστεί άπειροι μετασχηματισμοί, ακολουθώντας τις κοινωνικές, οικονομικές, επιστημονικές επιταγές που πρόσταζε η κάθε εποχή.

1.1. Ο ρόλος της επικοινωνίας στις σύγχρονες κοινωνικές θεωρίες

Η επικοινωνία ανέκαθεν υπήρξε ένα ευρύτατο πεδίο μέσα στο οποίο συντελούνται και αυτοεκπληρώνονται οι ανθρώπινες σχέσεις, η εξέλιξη του κόσμου,

¹ McQuail, N. (2009). Μαζικά Μέσα και Δημόσιο Συμφέρον: Προς ένα πλαίσιο κανόνων λειτουργίας των μέσων. Στο Στο James Curran & Michael Gurevitch (Επιμ.), *Μ.Μ.Ε. και Κοινωνία* (σελ. 103-122). Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.

η πρόοδος της επιστήμης που μας έφερε στο σήμερα με τα τεχνολογικά επιτεύγματα να πρωτοστατούν στον τομέα της διάχυσης της πληροφορίας και την ιλιγγιώδη ανάπτυξή της να δίνει ώθηση στην ανεμπόδιση επικοινωνία σε όλα τα μήκη και πλάτη της γης και όχι μόνο. Αδιαμφισβήτητα μέσω αυτής υφίσταται η συνέχεια και η εξέλιξη και για το λόγο αυτό αποτέλεσε κι ένα σημαντικότερο ερευνητικό πεδίο από αρχαιότερων χρόνων με το Σωκράτη να έχει αφιερώσει όλη τη ζωή του επιζητώντας την, με τη διαλεκτική και τη μαιευτική μέθοδο να αποσκοπούν ακριβώς στην εκπλήρωση του σκοπού της: τη διερεύνηση και την αναζήτηση της αλήθειας. Γι' αυτό και για τους αρχαίους Έλληνες «φιλοσοφώ» σήμαινε οπωσδήποτε «επικοινωνώ» (Στυλιανού, 2002: 250). Ωστόσο, η επικοινωνία δεν είναι ένα πεδίο που απασχόλησε μόνο τους αρχαίους Έλληνες φιλοσόφους, αλλά διαχρονικά αποτελεί έναν χώρο που πολλοί διανοητές προσπάθησαν να κατακτήσουν, ακόμα και αν έφυγαν από την «αγορά» που ήταν ο κατ'εξοχήν τόπος πραγμάτωσής της και κλείστηκαν σε ένα δωμάτιο κατά το μεγαλύτερο μέρος της ζωής τους με χαρακτηριστικά παραδείγματα τους Σπινόζα και Καντ (Στυλιανού, 2002).

Σήμερα όσο ποτέ, η έννοια της επικοινωνίας κατέχει ξεχωριστή θέση ανάμεσα στα φιλοσοφικά ερωτήματα που απασχολούν την νεότερη και σύγχρονη σκέψη και διανόηση. Με την επέλαση την τεχνολογίας, η πληροφορία έχει αποκτήσει μεγαλύτερη αξία και από τους πολύτιμους λίθους, με συνέπεια να προκύπτουν ερωτήματα κοινωνικής, ηθικής και πολιτικής σημασίας που οφείλουν να απαντηθούν. Ωστόσο, οφείλουμε να ξεκαθαρίσουμε πως σε κάθε εποχή τα φιλοσοφικά ερωτήματα που θέτουν οι διανοητές έχουν τη χροιά που αποκομίζουν από την ιστορία, το παρόν, το παρελθόν και τις ανάγκες που εξυπηρετούν σε κάθε χρονικό σημείο που βρίσκονται. Είναι δεδομένο ότι η μετανεωτερική εποχή στην οποία βαδίζουμε έχει πολύπλοκα χαρακτηριστικά, τα οποία οι σύγχρονοι φιλόσοφοι οφείλουν να λάβουν υπόψη τους, ώστε να μπορέσουν να εξηγήσουν τον τρόπο λειτουργίας ενός νέου παγκοσμιοποιημένου χρονο-χωροταξικού συστήματος μέσα στο οποίο δραστηριοποιείται ο σύγχρονος πολίτης, ένας παγκόσμιος άνθρωπος που λίγη σημασία έχει από πού κατάγεται, η γλώσσα που μιλάει και οι πολιτισμικές παραδόσεις, τις οποίες διδάχθηκε. Άλλωστε αυτή είναι και η θεμελιώδης αρχή της μετανεωτερικότητας, η ρήξη με την παράδοση, η σύγκρουση του παλιού με το νέο, η άρνηση του παρελθόντος.

Ένα πεδίο που έχει απασχολήσει ιδιαίτέρως τις κοινωνικές επιστήμες είναι το πέρασμα από την νεωτερικότητα στην ύστερη νεωτερικότητα, δύο έννοιες που σηματοδοτούν δύο διαφορετικές περιόδους, όχι μόνο σε χρονολογική βάση, αλλά κυρίως νοηματοδοτούν δύο διαφορετικά Παραδείγματα, δύο διαφορετικούς κόσμους, κοσμοθεωρίες, αντιλήψεις. Όσον αφορά στην νεωτερικότητα ο Giddens (2001) σε πρώτη ανάγνωση κάνει λόγο για «τρόπους κοινωνικής ζωής ή οργάνωσης» που έκαναν την εμφάνισή τους στην Ευρώπη κατά τον 17^ο αιώνα, όμως με την πάροδο του χρόνου εξαπλώθηκαν χωρικά σε παγκόσμιο επίπεδο. Η εποχή αυτή αρνείται τους προσανατολιστικούς γνώμονες περασμένων χρόνων και επιχειρεί να αυτοπροσδιοριστεί και να δημιουργήσει ένα νέο αξιακό και κανονιστικό πλέγμα, μέσα στο οποίο θα αναδυθούν νέοι κανόνες, αυτοαναφερόμενοι, μακριά από παραδοσιακά πρότυπα, τα οποία αποτελούν τροχοπέδη σε μία νέα τάξη πραγμάτων που ευαγγελίζεται η νεωτερικότητα (Giddens, 2001; Habermas, 1993: 22; Levine & Τσιμπούκη, 2002; Thomson, 1999). Επιπλέον, σύμφωνα με τον Blumenberg (1985), η νεωτερικότητα ήταν ουσιαστικά η μοναδική περίοδος που αυτοπροσδιορίστηκε ως εποχή, καθορίζοντας και οριοθετώντας με αυτόν τον τρόπο και τις υπόλοιπες εποχές.

Ο Hegel ήταν ο πρώτος φιλόσοφος, ο οποίος ανέπτυξε καθαρά μία έννοια της νεωτερικότητας και γι' αυτό το λόγο σ' αυτόν πρέπει να ανατρέξουμε, αν θέλουμε να κατανοήσουμε την εσωτερική σχέση μεταξύ νεωτερικότητας και ορθολογικότητας, που μέχρι τον Weber παρέμεινε αυτονόητη, σήμερα όμως αμφισβητείται. Για τον Hegel, οι νεώτεροι χρόνοι χαρακτηρίζονται από μία υποκειμενικότητα που προκύπτει από το γεγονός της αυτοαναφοράς, όπου «το ίδιο του πνεύματος είναι εν εαυτό παρ' εαυτώ». Για να κατανοήσουμε βαθύτερα την υποκειμενικότητα που υπογραμμίζει ο Hegel, σύμφωνα με τον Habermas (1993: 33) πρέπει να αποδεχτούμε τέσσερις συνδηλώσεις, α) ο ατομισμός είναι η αρχή που υποδεικνύει, ότι σε έναν σύγχρονο κόσμο εξ ορισμού αναγνωρίζεται η «απεριόριστα ξεχωριστή ιδιαιτερότητα», β) ο καθένας έχει δικαίωμα στην κριτική, γ) αναγνωρίζεται η αυτονομία του πράττειν και δ) η φιλοσοφία αποκτά συνείδηση του εαυτού της. Ο θεωρητικός χρησιμοποιεί κατ' αρχήν την έννοια της νεωτερικότητας σε ιστορικά πλαίσια αναφοράς ως εννοιολογικό χαρακτηρισμό της εποχής: οι νεώτεροι χρόνοι και οι μοντέρνοι χρόνοι. Αυτοί οι όροι σχετίζονται με την αγγλική και γαλλική χρήση των όρων «modern times», «temps modernes» και χαρακτηρίζουν περίπου στο 1800

τους τρεις τότε προηγούμενους αιώνες (Habermas, 1993). Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου έχουμε τρία ιδιαίτερος σημαντικά γεγονότα που έλαβαν χώρα, την Αναγέννηση, τη Μεταρρύθμιση και την ανακάλυψη του «νέου κόσμου». Αυτά τα μείζονα γεγονότα (περίπου στο 1500) αποτελούν και την αφετηρία της εποχής μεταξύ του Μεσαίωνα και των νεώτερων χρόνων (Habermas, 1993). Ο Hegel χρονολογεί την αρχή του παρόντος στην τομή, την οποία ο Διαφωτισμός και η Γαλλική Επανάσταση σημαίνουν για τους περισσότερο σκεπτόμενους σύγχρονους του απερχόμενου 18ου και του αρχόμενου 19ου αιώνα. Σύμφωνα λοιπόν, με το Γερμανό ιδεαλιστή, *«με αυτή τη μεγαλόπρεπη ανατολή του ήλιου, φτάνουμε στο έσχατο στάδιο της ιστορίας, στον κόσμο μας, στις μέρες μας».*

Μαζί με την έκφραση «μοντέρνα» ή «νεώτερη» εποχή αρχίζουν να παίρνουν αξία και οι έννοιες της επανάστασης, της προόδου, της χειραφέτησης, της εξέλιξης, της κρίσης. Ορισμένες μάλιστα, μεγάλες φυσιογνωμίες της κλασικής κοινωνιολογίας έχουν υποστηρίξει, πως ό,τι σήμερα αποκαλούμε «κουλτούρα» διαδραμάτισε ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο – ακόμη και να υπήρξε ίσως ένας από τους κυριότερους αιτιώδεις παράγοντες – στην ιστορική μετάβαση στην νεωτερικότητα (Elias, 1997; Gieben & Hall, 2003). Συντελείται μία ριζική κοινωνική αλλαγή, καθώς η θρησκεία κάποτε διαπερνούσε κάθε διάσταση της κοινωνικής ζωής (μια θρησκευτική ή «ιερή» κουλτούρα, θα μπορούσαμε να πούμε), ενώ τώρα μεταβαίνουμε σε μια πιο κοσμική κουλτούρα, η οποία κυριαρχείται από υλιστικές και τεχνολογικές αξίες που διέπουν σήμερα τις σύγχρονες, ανεπτυγμένες βιομηχανικές κοινωνίες (Δασκαλάκης, 2009). Αυτή η διαδικασία πολιτισμικής αλλαγής, χαρακτηρίστηκε από τον N. Elias (1997) ως «διαδικασία εκπολιτισμού». Ο Elias (1997) αποδίδει την τάση ειρήνευσης της μεσαιωνικής κοινωνίας στην ανάπτυξη ατομικών ηθικών μορφών περιορισμού και ελέγχου. Μελετά τη διάχυση των κοινωνικών κωδίκων συμπεριφοράς και την εθιμοτυπία (Gieben & Hall, 2003). Σύμφωνα με το Γερμανό κοινωνιολόγο, αυτή η διαδικασία είχε συνοδευτεί και από την ανάδειξη του κράτους ως συστήματος κοινωνικής ρύθμισης. Το σύγχρονο κράτος βοήθησε στην ανάπτυξη της εσωτερικής ειρήνης μέσω της μονοπώλησης του ελέγχου των μέσων επιβολής της βίας. Με κάποιο περιέργο τρόπο, ο Elias θεωρεί, ότι ο έλεγχος του νεωτερικού κράτους στα μέσα επιβολής της βίας σε μία δεδομένη επικράτεια βοήθησε στην ανάπτυξη του

«πολιτισμού», που απαίτησε μια νέα ατομική αίσθηση και ικανότητα αυτο-περιορισμού (Gieben & Hall, 2003).

Πέρα όμως, από την ιστορική διάσταση της νεωτερικότητας πρέπει να αναγνωρίσουμε πως αναφερόμαστε σε ένα ιδιόρρυθμο κοινωνιολογικό αίνιγμα, με πολλές προεκτάσεις κοινωνικές, οικονομικές, φιλοσοφικές, πολιτιστικές. Ο όρος «νεωτερικότητα» ή αλλιώς «μοντερνισμός», όπως αναφέρεται στον Bell (1999), έχει επιζήσει πάνω από 130 χρόνια, ανανεώνοντας και ενδυναμώνοντας τις επιθέσεις του στην κοινωνική διάρθρωση. Ο μοντερνισμός, προκαταλαμβάνοντας ακόμα και το μαρξισμό, έχει επιτεθεί στην αστική κοινωνία και μάλιστα χωρίς καν να διαθέτει την ενισχυμένη οργάνωση ενός πολιτικού κόμματος. Ο μοντερνισμός, ιδώμενος στο σύνολό του, παρουσιάζει μία καταπληκτική αντιστοιχία με μια κοινή παραδοχή της κοινωνικής επιστήμης προς τα τέλη του 19ου αιώνα. Επιμένει στην *«έλλειψη νοήματος που διέπει τη φαινομενικότητα κι επιζητεί να αποκαλύψει την υπόγεια δομή της φαντασίας»* (Bell, 1999). Υποστηρίζεται πως αυτό το κοινωνιολογικό αίνιγμα, αποτελεί την απάντηση σε δύο μεγάλες κοινωνικές αλλαγές που έγιναν το 19ο αιώνα, η μία στο πεδίο της αισθητηριακής αντίληψης του κοινωνικού περιβάλλοντος και η άλλη στη συνείδηση που έχουμε για το εγώ. Η επανάσταση που έγινε στις επικοινωνίες και τις μεταφορές έφερε έναν αποπροσανατολισμό της αίσθησης του χώρου και του χρόνου, καθώς η κίνηση και η ταχύτητα απέκτησαν άλλη δυναμική πια. Όσον αφορά στο «εγώ», έχουμε μία τεράστια αλλαγή, αφού χάνεται η θρησκευτική βεβαιότητα με αποτέλεσμα να δημιουργείται μία νέα συνείδηση της ύπαρξης του ανθρώπου και μία νέα αντίληψη περί της πίστης στη μετά θάνατο ζωή. Οι δύο αυτές νέες συνιστώσες έφεραν τον κόσμο σε ένα καινούριο Παράδειγμα.

Τον 19ο αιώνα για πρώτη φορά στην ιστορία, οι άνθρωποι κατάφεραν να ταξιδέψουν ταχύτερα από όσο ταξίδευαν με τα πόδια ή πάνω σε κάποιο ζώο και άρχισαν να αλλάζουν παραστάσεις, καθώς με τις μετακινήσεις τους άρχισαν να βλέπουν διαφορετικές εικόνες και αναπαραστάσεις. Μπορούσε κανείς να «πετάξει» στον ουρανό, καθώς εφευρέθηκε το αερόστατο και αργότερα το αεροπλάνο. Ο χωροχρόνος μεταβάλλεται και αποκτά νέο νόημα στις συνειδήσεις των ανθρώπων. Οι μεταβολές όμως αυτές δεν είχαν αντίκτυπο μόνο στο φυσικό κόσμο, αλλά και στον κοινωνικό. Με τις νέες συνθήκες ο κόσμος άρχισε να μετακινείται, οι πληθυσμοί των πόλεων άρχισαν να αυξάνονται, καθώς υπήρξε μία γεωγραφική και κοινωνική

κινητικότητα. Ανατρέπονται οι παραδοσιακές μορφές του «παλιού κόσμου» και δίνουν τη θέση τους στον αστικό ιστό (Bell, 1999; Δασκαλάκης, 2009).

Η αίσθηση της κίνησης και της μεταβολής καθιέρωσε καινούριες ισχυρές συμβάσεις και νόρμες με τις οποίες οι άνθρωποι έκριναν τις εμπειρίες τους με βάση τις αισθήσεις τους. Η παρακμή της θρησκείας και κυρίως η μη πίστη πλέον στη μετά θάνατο ζωή δημιούργησε ένα κενό μεταξύ ανθρώπων και θείου. Με τη ρήξη αυτή ξεκίνησε ένας αγώνας δρόμου για την κατάκτηση της «θεικής γνώσης», για να καταφέρει δηλαδή, ο άνθρωπος να αποδείξει την ισότητά του με το θεό. Από την προσπάθεια αυτή ξεκίνησε ο διάλογος για την έννοια του υποκειμένου. Από το 19ο αιώνα το άτομο άρχισε να θεωρείται μοναδικό, με ατομικές φιλοδοξίες. Το αντιδουλωτικό συναίσθημα κυριαρχεί, οι γυναίκες θέλουν να αναγνωριστούν τα δικαιώματά τους, δίνεται τέλος στην παιδική εργασία. Το άτομο ξεφεύγει πλέον από τις υλικές αναγκαιότητες και αποζητά την πνευματική εξύψωση και απελευθέρωση, αποζητά έναν τρόπο να φτάσει στην ευτυχία και την ευημερία (Bell, 1999). Ο μοντέρνος άνθρωπος πέφτει στην παγίδα της μεγαλομανίας του αυτοκαθορισμού, έχει εμμονή με το να ξεπερνάει τα όριά του. Το πνεύμα της εποχής (το *Zeitgeist* κατά τον Hegel) χαρακτηρίζει το παρόν, ως μεταβατικό, ενώ αναμένουμε ένα διαφορετικό μέλλον και ταυτόχρονα αποκόπτεται από τον μέχρι τώρα κόσμο της ύπαρξής και του αυτοπροσδιορισμού του, με ένα ακαθόριστο συναίσθημα υποκειμενικότητας και αβεβαιότητας να πλανάται και να προαναγγέλλει, ότι το νέο έρχεται και η ρήξη με το παρελθόν είναι αναπόφευκτη (Habermas, 1993: 21).

Η αστική κοσμοαντίληψη με βασικά χαρακτηριστικά την ορθολογικότητα, τον ρεαλισμό και την πραγματικότητα, κυριαρχούσε ήδη από τα μέσα του 19ου αιώνα, όχι μόνο στην τεχνο-οικονομική σφαίρα, αλλά και στην κουλτούρα, κυρίως στο θρησκευτικό πρόγραμμα, όπως και στο εκπαιδευτικό σύστημα, το οποίο μετέδιδε στα παιδιά τα «σωστά» πρότυπα συμπεριφοράς. Αυτή η αστική κοσμοαντίληψη θριάμβευε παντού, χωρίς να συναντήσει αντιστάσεις, εκτός από τη σφαίρα της κουλτούρας (Bell, 1999). Ξεκινάει σιγά σιγά μία περίοδος κατά την οποία η αντιαστική κουλτούρα προσπαθεί να αυτονομηθεί από την κοινωνική δομή, αρνούμενη τις αστικές αξίες στο χώρο της τέχνης και υποστηρίζοντας έναν αντιρρησιακό τρόπο ζωής. Από το 1910 και μετά η πρωτοπορία ξεκίνησε την επίθεση εναντίον της παραδοσιακής κουλτούρας. Η παραδοσιακή αστική οργάνωση της ζωής

έχει τώρα πια ελάχιστους υποστηρικτές στη σφαίρα της κουλτούρας και δε διαθέτει κάποιο καθιερωμένο σύστημα πολιτιστικών νοημάτων. Αυτό που συμβαίνει σήμερα είναι ένα «διαζύγιο» ανάμεσα στην πολιτιστική και την κοινωνική σφαίρα και τέτοιου είδους «διαζύγια» είναι οι προάγγελοι για πιο άμεσες κοινωνικές επαναστάσεις (Bell, 1999).

Οι κοινωνικές επαναστάσεις έχουν δύο εφελθήρια. Το πρώτο είναι η αυτονομία της κουλτούρας, πραγματοποιημένη στην τέχνη, η οποία αρχίζει σιγά σιγά να περνάει στον τρόπο ζωής των ανθρώπων. Δεν υφίσταται διάκριση πλέον μεταξύ τέχνης και πραγματικής ζωής, ό,τι επιτρέπεται στη μία, αυτομάτως επιτρέπεται και στην άλλη. Το δεύτερο είναι ο διαφορετικός τρόπος ζωής που άρχισε να υιοθετεί μία μειονότητα, ωστόσο μεγάλη σε αριθμό, η οποία άρχισε να κυριαρχεί στην πολιτιστική σκηνή. Ο «μποέμικος» τρόπος ζωής, αν και περιορίζεται σε μία πολύ μικρή ομάδα ατόμων, ωστόσο γίνεται ιδιαιτέρως δημοφιλής, καθώς προβάλλεται από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας. Στη βάση αυτή λοιπόν, η δεκαετία του 1960 αποτελεί ορόσημο, ως ένα ιστορικό τέλος και ταυτόχρονα μία ιστορική αρχή, καθώς φεύγουμε πλέον από την νεωτερικότητα (το μοντερνισμό) και περνάμε στη μετα-νεωτερικότητα, ή κατά το Habermas, στην ύστερη νεωτερικότητα.

Η δεκαετία του 1960 υπήρξε καθοριστική για την ανάδειξη μίας νέας εποχής, της μετανεωτερικής. Ο Kuhn, σε πλήρη αντίθεση με το Λογικό Θετικισμό που ήταν και η κυρίαρχη θεωρητική θεμελίωση μέχρι τότε, εισήγαγε την έννοια του «Παραδείγματος», όπου ένα επιστημονικό επίτευγμα συγκροτεί ένα ιστορικό-επιστημονικό Όλο και αποκτά ένα είδος επιστημολογικής αυτονομίας, ενώ ταυτόχρονα δημιουργεί και μία παράδοση επιστημονικής έρευνας (Γκίβαλος, 2005: 261). Το διαδίκτυο, που αποτελεί πεδίο μελέτης της παρούσας διατριβής και έχει ως αφετηρία τη δεκαετία του 1960 συνετέλεσε σε αυτήν την αλλαγή Παραδείγματος. Αυτό το ριζοσπαστικό τεχνολογικό επίτευγμα αποτελεί μία ολότητα οργανικού τύπου με στοιχεία ιστορικο-επιστημονικού χαρακτήρα, όπου τα χαρακτηριστικά του συνδέονται με έναν άρρηκτο τρόπο. Όπως θα αναλύσουμε και σε επόμενο κεφάλαιο της διατριβής, το διαδίκτυο, ένα νέο επαναστατικό εργαλείο στα χέρια της επιστήμης, αλλά και του ατόμου κατόρθωσε να εκμηδενίσει το διάνυσμα του χωροχρόνου και να φέρει σε επαφή τους χρήστες του, που πλέον επικοινωνούν και αλληλεπιδρούν μέσα από μία οθόνη. Τα απτά χαρακτηριστικά μιας αναδυόμενης μετανεωτερικής

εποχής συγκεντρώνονται σε ένα τεχνολογικό επίτευγμα που άλλαξε το ρου της ιστορίας κι έφερε νέα δεδομένα στην καθημερινή, προσωπική, αλλά και επαγγελματική ζωή των ατόμων, των οργανισμών, του κράτους, των δομών, των φορέων, των συλλογικοτήτων. Σε αυτήν την νέα ύστερη νεωτερικότητα, η ανθρωπότητα διανύει μία μεταβατική περίοδο, τόσο σημαντική, όσο και η μετάβαση από την αγροτική στη βιομηχανική κοινωνία (Δασκαλάκης, 2009; Δασκαλάκης & Φασούλης, 2013: 21). Η επικοινωνία απέκτησε μία μεταμοντέρνα χροιά, όπου ο χρόνος και ο χώρος δεν έχουν καμία ουσιαστική αξία, αφού εκμηδενίζονται με την λιγγιώδη διάχυση των πληροφοριών σε κάθε γωνιά του πλανήτη.

1.1.1. Η επικοινωνιακή δράση του Habermas

Μέσα σε αυτό το πλαίσιο ο Habermas, εκπρόσωπος της δεύτερης γενιάς της Σχολής της Φρανκφούρτης, εισάγει τη θεωρία της επικοινωνιακής δράσης με την οποία επιχειρεί μία διττή κοινωνιολογική προσέγγιση της κοινωνίας μέσω των εννοιών του βιοκόσμου και του συστήματος (Γκίβαλος, 2010: 227; Μαγκλάρας, 2013: 129). Ο γερμανός φιλόσοφος προσπαθεί να δείξει, ότι η ελεύθερη και συμμετρική κοινωνία, σε συνδυασμό με τη μη βίαιη αναζήτηση του καλύτερου επιχειρήματος μπορεί να πραγματωθεί, δεν είναι ένα κοινωνικά ανέφικτο ιδεώδες, αλλά μέσω μιας ορθολογικής ανασυγκρότησης αποτελεί ένα κανονιστικό πλαίσιο της κοινωνικής μας ζωής, ακόμα κι αν η πραγματικότητα έρχεται να παρεμποδίσει την τήρηση αυτού του πλαισίου (Στυλιανού, 2002: 252). Ο Habermas, σε αντίθεση με το δάσκαλό του, Adorno, συνεχίζει να αποδέχεται την ορθολογικότητα με το ιστορικό της background, αλλά και τις κριτικές δυνατότητες που αναπόφευκτα περιέχει ο Λόγος (Ράπτη, 2013).

Στη «Θεωρία του επικοινωνιακού πράττειν» διακρίνουμε δύο κατευθυντήριους άξονες: τον κανονιστικό, όπου στόχος είναι να καταδείξει μία ελεύθερη και απεριόριστη επικοινωνία, η οποία μπορεί να εγγυηθεί την ορθολογικότητα των αποφάσεων και των επιλογών μας και τον ερμηνευτικό, που είναι περιγραφικός και μας υποδεικνύει την πραγματικότητα της κοινωνίας μέσα στην οποία ζούμε και δρούμε και τις ουσιαστικές δυνατότητες που μας καθιστούν

ενεργούς μέσα μία «δυνητικά απεριόριστη επικοινωνιακή κοινότητα» (Cohen, Manion & Morrison, 2007; Στυλιανού, 2002: 252). Ουσιαστικά, ο Habermas προσπάθησε να επαναπροσδιορίσει έναν ευρύτατο Λόγο, ο οποίος θα μπορούσε να απαλλάξει τον ίδιο το Λόγο «από την καλπάζουσα τεχνοκρατία» (Ντόλας, 2008), καθώς το επικοινωνιακώς πράττειν προϋποθέτει *«μία υπερβατολογική και πραγματολογική ανάλυση όλων των δυνατών διαδικασιών συνεννόησης, οι οποίες αποτελούν απαραίτατους όρους της ανθρώπινης ύπαρξης»* (Στυλιανού, 2002: 252). Για τον γερμανό διανοητή είναι αδύνατο να κατανοήσουμε τον τρόπο με τον οποίο συγκροτούνται οι ατομικές, αλλά και οι συλλογικές ταυτότητες, εάν δεν κατανοήσουμε πρώτα τις επικοινωνιακές αλληλοδράσεις μεταξύ των δρώντων υποκειμένων μιας ορισμένης κοινωνίας, το πεδίο δηλαδή της διυποκειμενικότητας για να μιλήσουμε σε όρους της φιλοσοφίας της γλώσσας (Στυλιανού, 2002). Συνεπώς, αν θέλουμε να καταλάβουμε σε βάθος τι είναι αυτό που καθορίζει τον τρόπο επικοινωνίας δύο δρώντων υποκειμένων, σύμφωνα με τον Habermas θα πρέπει πρωτίστως να αντιληφθούμε το κανονιστικό πλαίσιο που ρυθμίζει τις αξιώσεις και τις βάσεις ενός διαλόγου. Σε ένα διάλογο υπάρχει ένας απώτερος στόχος από τα υποκείμενα, η αναζήτηση της αλήθειας μέσω στιβαρών επιχειρημάτων, όμως για να επιτευχθεί αυτός ο σκοπός, η επικοινωνία θα πρέπει να είναι απολύτως ελεύθερη και να απουσιάζει κάθε εξωτερικός παράγοντας που μπορεί να επηρεάσει την αβίαστη αναζήτηση της αλήθειας στην οποία αποσκοπούν οι συνδιαλεγόμενοι (Cohen, Manion & Morrison, 2007; Στυλιανού, 2002; Τάσης, 2012).

Σύμφωνα με τον Τάση (2012, 2019: 139), *«η έννοια της διυποκειμενικότητας αφορά στη μεταδοσιμότητα, την κατανόηση και την αποδεκτότητα ενός υποκειμενικού νοήματος σε ένα άλλο δρων υποκείμενο»*. Οι συνθήκες αυτές βέβαια προϋποθέτουν ένα διάλογο και μία παραγωγική διαλεκτική διαδικασία κατά την οποία οι συνδιαλεγόμενοι επιχειρηματολογώντας θα καταλήξουν σε μία κοινά αποδεκτή αλήθεια. Όμως τι συμβαίνει σε περίπτωση διαφωνίας; Διαφωνία άλλωστε μπορεί να υπάρξει και μέσα από τη σύγκρουση συμφερόντων, άρα και ρήξη. Κατά τον Habermas, για να συνεχιστεί ο σωκρατικός παραγωγικός διάλογος θα πρέπει να υπάρξουν συνθήκες, οι οποίες εξασφαλίζουν τη συναίνεση και για να επιτευχθεί αυτή θα πρέπει τα επιχειρήματα που χρησιμοποιούν οι συνομιλητές να διέπονται από αξιώσεις εγκυρότητας. Η περί αληθείας αξίωση εγκυρότητας σχετίζεται με τα

πραγματικά γεγονότα και την αντικειμενική κατάσταση. Η περί ορθότητας αξίωση αφορά τις διαπροσωπικές σχέσεις και το γεγονός, ότι το προτασιακό περιεχόμενο των όσων λέμε είναι ορθό με βάση το αξιακό σύστημα, τις κοινωνικές νόρμες, το κανονιστικό πλαίσιο που ορίζει την ορθή λειτουργία της κοινωνίας. Η περί ειλικρίνειας αξίωση εγκυρότητας διασφαλίζει την ειλικρίνεια και την αλήθεια των λεγομένων των συνομιλητών με βάση τα προσωπικά τους βιώματα, χωρίς να προσπαθήσουν να εξαπατήσουν ο ένας τον άλλον (Τάσης, 2012)². Συνεπώς, η ελεύθερη και ανεμπόδιστη επικοινωνία είναι εκείνη η χρήση της γλώσσας κατά την οποία οι ομιλητές μπορούν μέσω των τριών προαναφερθεισών αξιώσεων εγκυρότητας – να ανταλλάξουν μηνύματα που θα είναι πλήρη νοήματος, αληθή, δικαιολογημένα και ειλικρινή.

Ο Habermas (1993) ασκώντας κριτική στους Hegel και Marx τονίζει πως το ζητούμενο θα ήταν «να μην συμπεριλάβουν πάλι τη διαίσθηση της ηθικής ολότητας στον ορίζοντα αυτοαναφοράς των υποκειμένων που γνωρίζουν και πράττουν, αλλά να εξηγήσουν σύμφωνα με το μοντέλο της αβίαστης διαμόρφωσης της βούλησης μέσα σε μια επικοινωνιακή κοινωνία που υπακούει στις αναγκαιότητες της συνεργασίας» και συνεχίζει, «στον Heidegger και τον Derrida το ζητούμενο θα ήταν να μην αποδώσουν τους νοηματοδημιουργικούς ορίζοντες της ερμηνείας του κόσμου σε μία ενθαδική ύπαρξη, που σχεδιάζει τον εαυτό της με τρόπο ηρωικό, ή σε ένα γίγνεσθαι που στο βάθος διαμορφώνει τις δομές, αλλά σε επικοινωνιακά δομημένους κόσμους της ζωής, οι οποίοι αναπαράγονται με τη βοήθεια του απτού μέσου του πράττειν που είναι προσανατολισμένο προς τη συνεννόηση» (Habermas, 1993: 365). Στο σημείο αυτό ο Habermas στο «Φιλοσοφικό λόγο της Νεωτερικότητας» (1993) μετατοπίζει την ιδέα της γνώσης από τα αντικείμενα, στα υποκείμενα, τα οποία μέσω της συνεννόησης δύνανται να επικοινωνούν μέσω της γλώσσας, αλλά και να πράττουν, ουσιαστικά προτείνει μία αλλαγή Παραδείγματος, ενώ ο Hegel, αλλά και ο Marx δεν κατάφεραν να προχωρήσουν σε μία τόσο θεμελιώδη αλλαγή, όπως επίσης και ο Foucault παρά το γεγονός, ότι στράφηκε σε μία θεωρία εξουσίας, η οποία τελικά δεν κατάφερε να αποδειχθεί και παρέμεινε αδιέξοδη. Η συνεννόηση και μετέπειτα η συναίνεση, έννοιες θεμελιώδεις στη θεωρία της επικοινωνιακής

²Επιπλέον πληροφορίες για τις αξιώσεις εγκυρότητας του Habermas ανακτήθηκαν από τον ιστότοπο <https://athens.indymedia.org/post/639934/> αγνώστου συγγραφέα.

δράσης έχουν ως προαπαιτούμενο για το διάλογο μία κοινή αντίληψη, ένα κοινό πολιτισμικό υπόβαθρο (Τάσης, 2012). Ο βιόκοσμος του Habermas περιλαμβάνει ακριβώς αυτή τη συνθήκη, είναι η παρακαταθήκη της ανθρώπινης πράξης, η κεκτημένη γνώση, οι κοινωνικές συμβάσεις και επιταγές, η νομιμοποιημένη τάξη οργάνωσης που διασφαλίζει το ανήκειν των υποκειμένων, το κανονιστικό πλαίσιο μέσα στο οποίο δρουν και διαμορφώνει τις ικανότητες της επικοινωνίας, αλλά και της ανάληψης ευθύνης και δράσης που καθιστούν το άτομο μέλος της κοινωνίας (Γκίβαλος, 2011; Μαγκλάρας, 2013: 137; Τάσης, 2012). Σύμφωνα με τον Καβουλάκο (1996: 243), *«ο βιόκοσμος μπορεί να ερμηνευτεί ως ένα πολιτισμικά παραδεδομένο και γλωσσικά αρθρωμένο απόθεμα ερμηνευτικών προτύπων, τα οποία χρησιμοποιούνται από τα επικοινωνούντα υποκείμενα για τις ανάγκες ενός διυποκειμενικού ορισμού των καθέκαστων σημαντικών πρακτικών περιστάσεων. Ο βιόκοσμος είναι ένα σύνολο αυτονόητων και ακλόνητων πεποιθήσεων, που συνθέτουν την αναγκαία στέρεη βάση της καθημερινής μας επικοινωνίας»*

Σε συνέχεια της διφυούς αναλυτικής προσέγγισης του γερμανού φιλόσοφου πέραν του βιόκοσμου που περιλαμβάνει την κοινωνική ενσωμάτωση, την τέχνη, την επιστήμη, τις αξίες που στηρίζονται σε ένα κράτος δικαίου και αναγάγει το άτομο σε πολίτη, ο Habermas αναγνωρίζει και το σύστημα, το οποίο περιλαμβάνει τη συστημική ενσωμάτωση, την οικονομία, τις εξουσιαστικές σχέσεις, το βεμπεριανό πράττειν που υπαγορεύει την ισχύ, το χρήμα, το κέρδος, τον ανταγωνισμό και καθιστά πλέον το άτομο, ιδιώτη (Γκίβαλος, 2011³; Μαγκλάρας, 2013). Ωστόσο, ο βιόκοσμος και το σύστημα δεν μπορούν παρά να αλληλεπιδρούν και να αποτελούν τον κόσμο σε δύο σφαίρες. Μεταξύ τους υπάρχει μία εξελικτική δυναμική, η οποία έχει την αφετηρία της *«στις κρίσεις που δημιουργούνται στο χώρο των συστημάτων και οφείλονται σε προβλήματα παραγωγής και αναπαραγωγής»*⁴. Η κρίση του συστήματος επιζητά νέες κανονιστικές – λειτουργικές δομές, ώστε να μπορέσουν να ξεπεραστούν τα προβλήματα που προκύπτουν και αυτή η ιστορικοκοινωνική διαδικασία οδηγεί το βιόκοσμο στην εξέλιξή και την πρόοδό του.

³ Γκίβαλος, Μ. (2011). Φάκελος σημειώσεων του μαθήματος «Μετανεωτερικότητα και σύγχρονα προβλήματα κοινωνικοποίησης στο εκπαιδευτικό περιβάλλον». ΕΚΠΑ, ΠΤΔΕ, Αθήνα.

⁴ όπ. παρ.

Η θεωρία της επικοινωνιακής δράσης αποτελεί ένα συμπαγές θεωρητικό έρεισμα για τις σύγχρονες πολυπολιτισμικές κοινωνίες σε συνάρτηση με την υλιγγιώδη ταχύτητα εξέλιξης και ανάπτυξης της τεχνολογίας που, καθώς αναδεικνύει την αναγκαιότητα προσδιορισμού του Εαυτού σε σχέση με τον Άλλο (Βαβίτσας, 2019)⁵, και τις κοινωνικές συνθήκες που επιτρέπουν την αλληλεπίδραση μεταξύ τους, αφού ο ένας αποτελεί προϋπόθεση του άλλου. «Τα υποκείμενα δεν εμφανίζονται ως πρωτουργοί, οι οποίοι ανταπεξέρχονται σε καταστάσεις με τη βοήθεια καταλογίσιμων πράξεων», αλλά ως προϊόντα παραδόσεων, μέσω των οποίων αυτοπροσδιορίζονται, έχοντας την ιδιότητα του ανήκειν σε κοινωνικές ομάδες και μεγαλώνοντας μέσα σε συγκεκριμένες διαδικασίες κοινωνικοποίησης. Ο κόσμος της ζωής αναπαράγεται όσο εκπληρώνονται τρεις θεμελιώδεις λειτουργίες, οι οποίες υπερβαίνουν το δρων υποκείμενο και αυτές είναι: η συνέχεια των πολιτιστικών παραδόσεων, η συγκρότηση ομάδων μέσα σε ένα κανονιστικό πλαίσιο συμπεριφορών και αξιών και τέλος η κοινωνικοποίηση των γενιών που έρχονται. Αυτές οι τρεις λειτουργίες, σύμφωνα με τον Habermas (1993: 369) θέτουν τη βάση για έναν επικοινωνιακά δομημένο κόσμο.

1.1.2. Η επικοινωνία στη Συστημική Θεωρία του Luhmann

Σε αντίθεση με τη θεώρηση του Habermas, ο Luhmann, δεν ενδιαφέρεται για τα υποκείμενα και τους δρώντες, εστιάζει κατά κύριο λόγο στην πολυπλοκότητα του νοήματος, την προσδοκία, ενώ ταυτόχρονα διακρίνει τα ψυχικά και κοινωνικά συστήματα από τη μία και το περιβάλλον από την άλλη, αναγνωρίζοντας ψυχολογικούς όρους στην επικοινωνία, κάτι που δε συναντήσαμε στη θεωρία του Habermas. Ο Luhmann (1992)⁶ υποστηρίζει πως όπως στη ζωή, έτσι και στη συνείδηση, η επικοινωνία είναι αναγκαία πραγματικότητα, μία σχεσιακή κατάσταση *suī generis*. Ανατέλλει μέσω μίας σύνθεσης τριών διαφορετικών επιλογών, της επιλογής της πληροφορίας, της επιλογής της έκφρασης αυτής της πληροφορίας και

⁵ Βαβίτσας, Θ. (2019). *Ο βιόκοσμος στον Habermas και μία απόπειρα εννοιολογικής προσέγγισης*. Όπως ανακτήθηκε από τον ιστότοπο: <https://www.tameteora.gr/aporseis-sxolia/aporseis/281709/o-biokosmos-ston-habermas-kai-mia-apopeira-en/>

⁶ Luhmann, N. (1992). *Autopoiesis. What is communication?* *Communication Theory*, 2(3), 251-259.

τέλος αυτής της κατανόησης ή μη κατανόησης της έκφρασης της πληροφορίας. Καμία από αυτές τις συνθήκες δεν μπορεί να σταθεί από μόνη της, μόνο και οι τρεις μαζί μπορούν να δημιουργήσουν την επικοινωνία. Αυτό σημαίνει πως η επικοινωνία μπορεί να πραγματοποιηθεί, όταν γίνεται αντιληπτή μία διαφορά στην έκφραση και την πληροφορία και αυτό σχετίζεται με τη συμπεριφορά του Άλλου (Luhmann, 1992: 252; Maurer, 2010: 5⁷ & Seidl, 2004: 7⁸). Σύμφωνα με τη Maurer (2010), επικοινωνία δεν γίνεται αντιληπτή ως γέφυρα μεταξύ υποκειμένων, αλλά είναι δομικά άρρηκτη με τη συνείδηση και για το λόγο αυτό οριοθετείται από τη δική της αυτοποιητική διαδικασία. Με αυτόν τον τρόπο το άτομο συλλαμβάνει την επικοινωνία ως αναγκαία πραγματικότητα, η οποία απογυμνώνεται από τα υποκείμενα κι ενώ πράγματι εξαρτάται από τη συνείδηση, ωστόσο δεν μειώνεται η αξία της εξαιτίας αυτής. Για τον Luhmann (1995: 140)⁹, η επικοινωνία είναι η διαδικασία της επιλογής και συσχετίζοντάς την με την παρατήρηση, το ζήτημα της πολυπλοκότητας των συστημάτων μετατρέπεται σε ζήτημα σχετικά με τις προσδοκίες, που είτε πραγματώνονται, είτε όχι (Τάσης, 2012). Η πιο σημαντική λειτουργία ενός συστήματος είναι η σύλληψη και η αναζήτηση τρόπων και μέσων που θα οδηγήσουν στη μείωση της πολυπλοκότητας διαμέσου της προσδοκίας (Μαγκλάρας, 2013: 95; Μακρυδημήτρης & Καρκατσούλης, 1995: 20; Τάσης, 2012), ενώ κάθε επιλογή που κάνει το άτομο αποτελεί μία πιθανότητα από όλες τις ενδεχόμενες επιλογές, μειώνοντας μέσω αυτής την πολυπλοκότητα λόγω των καθημερινών προσδοκιών. Ο Luhmann διαχωρίζει τον τρόπο που επεξεργάζεται κάθε άτομο ένα βίωμα από την πράξη που βρίσκεται μεταξύ της πραγματικότητας και της προσδοκίας (Luhmann, 1992; Μαγκλάρας, 2013; Τάσης, 2012). Σε περίπτωση που το σύστημα διαψεύσει τις προσδοκίες τότε το άτομο απογοητεύεται με αποτέλεσμα το ψυχικό σύστημα να εξαρτάται από την επιλογή ενός άλλου συστήματος και αυτό ο Luhmann το ονομάζει διπλή ενδεχομενικότητα, δηλαδή μία κατάσταση κατά την οποία, «οι δυνατότητες

⁷ Maurer, K. (2010). Communication and Language in Niklas Luhmann's Systems – Theory. *Pandemonium Germanicum*, 16, 1-21.

⁸ Seidl, D. (2004). *Luhmann's theory of autopoietic social systems*. Ludwig – Maximilians Universität München, Munich Scholl of Management. Όπως ανακτήθηκε από τον ιστότοπο: https://www.researchgate.net/profile/David_Seidl2/publication/277293382_Luhmann's_theory_of_autopoietic_social_systems/links/564db64b08aefe619b0e109f/Luhmanns-theory-of-autopoietic-social-systems.pdf

⁹ Luhmann, N. (1995). *Social Systems*. California: Stanford University Press.

που εμφανίζονται προς επιλογή στο ένα σύστημα επηρεάζονται και καθορίζονται από τις δυνατότητες ενός άλλου συστήματος» διαμορφώνοντας μία σχέση αλληλεξάρτησης και αλληλόδρασης (Τάσης, 2012). Ο Luhmann διακρίνει σε ένα σύστημα δύο τύπους ενδεχομενικότητας, την εσωτερικού και την οντολογικού τύπου. Όταν ένα σύστημα διαφοροποιείται εξαναγκάζει τα υποσυστήματά του σε ενδεχομενικές σχέσεις, φανερώνεται δηλαδή μία εξάρτηση ενός υποσυστήματος από τα υπόλοιπα, αποτελώντας τον εσωτερικό χαρακτήρα αυτής της ενδεχομενικότητας. Ο οντολογικός χαρακτήρας προκύπτει από το γεγονός, ότι τα συστήματα δύνανται να αποκτήσουν και άλλες μορφές ύπαρξης. Αυτή η διπλή ενδεχομενικότητα έγκειται στο ότι τα συστήματα προσανατολίζουν τη δική τους μορφή ύπαρξης σε συνάρτηση με την ενδεχομενικότητα των άλλων συστημάτων (Γκίβαλος, 2005: 326). Στο σημείο αυτό παρατηρούμε μία ευθεία σχέση, αλλά όχι ανάλογη, της περιπλοκότητας που προκύπτει πάντοτε από τη σχέση του συστήματος με το περιβάλλον του και της ενδεχομενικότητας που σχετίζεται με τους διάφορους τρόπους που συμπεριφέρεται το σύστημα κατά περίπτωση (Γκίβαλος, 2005: 326).

Εξίσου σημαντικά με τα κοινωνικά συστήματα είναι και τα ψυχικά, τα οποία επίσης είναι φορείς νοήματος. Ωστόσο, σε αντίθεση με τα κοινωνικά συστήματα, τα ψυχικά νοηματοδοτούνται όχι από την επικοινωνία, αλλά από τη σκέψη. Ουσιαστικά τα ψυχικά συστήματα αναπαράγουν τους εαυτούς τους στη βάση της συνείδησης: μόνο η σκέψη μπορεί να παράξει σκέψη (Seidl, 2004: 10) και για το λόγο αυτό, αυτού του είδους τα συστήματα, όχι μόνο είναι κλειστά σε σχέση με άλλα, αλλά είναι κλειστά ακόμα και μεταξύ τους. Κανένα ψυχικό σύστημα δεν μπορεί έχει άμεση πρόσβαση σε κάποιο άλλο, δηλαδή οι σκέψεις ενός ατόμου ποτέ δεν μπορούν να αποτελέσουν μέρος του ψυχικού συστήματος ενός άλλου ατόμου. Ως λειτουργικά κλειστά συστήματα τόσο τα ψυχικά, όσο και τα κοινωνικά καθίστανται περιβάλλοντα μεταξύ τους: οι σκέψεις δεν μπορούν να γίνουν επικοινωνία και η επικοινωνία δεν μπορεί να μετατραπεί σε σκέψη. Αμοιβαίες επιρροές παραμένουν σε δομικό επίπεδο και τα δύο είδη συστημάτων είναι δομικά συσχετιζόμενα, με τον Luhmann να αναφέρεται σε αυτήν την ιδιαίτερη διασύνδεση, ως αλληλοεισχώρηση (interpenetration) (Seidl, 2004: 10). «Η σχέση μεταξύ νοήματος και συστήματος είναι διττή. Τα συστήματα αποτελούν μορφώματα που συγκροτούν νοήματα, αλλά ταυτόχρονα τα ίδια τα συστήματα συγκροτούνται από νοήματα. Τα συστήματα

παράγουν συνεχώς νοήματα, που είναι συμβατά με τη δομή τους, αλλά παράλληλα συγκροτούν τη δομή και την οντότητά τους με την αποκρυστάλλωση των νοηματικών δομών» (Γκίβαλος, 2005: 328). Ωστόσο, οι δυνατότητες που δεν μπορούν να αξιοποιηθούν δε σημαίνει ότι χάνονται, αντιθέτως αποθηκεύονται και σε περίπτωση μεταβολής του νοήματος, μπορούν να επαναχρησιμοποιηθούν, εάν το επιτρέπουν οι συνθήκες της εκάστοτε εποχής και δεν έχουν αυτοακυρωθεί λόγω χρόνου (Γκίβαλος, 2005).

Στη συστημική θεωρία του, ο Luhmann εισάγει και τις έννοιες της αυτοοργάνωσης (self-organization) και της αυτοποίησης (autopoiesis), που έχει δανειστεί από την νευροεπιστήμη και την γνωσιακή επιστήμη που σε συνδυασμό επιχείρησαν μία πρωτόγνωρη επιστημονική και φιλοσοφική σύνθεση αναλύοντας τον εγκέφαλο και τα νοητικά φαινόμενα (Maturana & Varela, 1992 & Seidl, 2004). Η αυτοποίηση σημαίνει αυτοαναπαραγωγή. Τα αυτοποιητικά συστήματα είναι συστήματα που αναπαράγουν τον εαυτό τους, όπως για παράδειγμα ένα φυτό αναπαράγει τα δικά του κύτταρα από τα δικά του κύτταρα. Σύμφωνα με τον Seidl (2004), ο Luhmann, υποστηρίζει πως η βασική ιδέα της αυτοποίησης έγκειται στο γεγονός, ότι μπορεί να εφαρμοστεί, όχι μόνο σε βιολογικά – έμβια συστήματα, αλλά και μη βιολογικά. Ο θεωρητικός δανείστηκε μία θεωρία που κατά βάση ανήκει στη βιολογία, την αναδιαμόρφωσε και με τις απαραίτητες προσαρμογές και αναγωγές την εφάρμοσε στο κοινωνικό σύστημα. Με παρόμοιο τρόπο σε αυτόν των βιολογικών συστημάτων και τα κοινωνικά νοούνται ως συστήματα, τα οποία αναπαράγουν τα δικά τους στοιχεία στη βάση των δικών τους στοιχείων (Γκίβαλος, 1995; Seidl, 2004: 2). Σε αντίθεση με τα αλλοποιητικά συστήματα, τα αυτοποιητικά παράγονται από το ίδιο το σύστημα και όλες οι διαδικασίες που ακολουθούνται είναι αυτοποιητικές. Υπό αυτήν την έννοια, τα αυτοποιητικά συστήματα είναι λειτουργικά κλειστά: δεν υπάρχουν λειτουργίες που να μπαίνουν εντός του συστήματος ή να βγαίνουν εκτός. Βέβαια, το γεγονός ότι είναι λειτουργικά κλειστά, δεν σημαίνει ότι αναφερόμαστε σε κλειστά μοντέλα συστημάτων. Μόνο σε ό,τι αφορά τις λειτουργίες τους τα αυτοποιητικά συστήματα είναι κλειστά, διότι σε κάθε άλλη περίπτωση βρίσκονται σε πλήρη επαφή και διάδραση με το περιβάλλον τους (Seidl, 2004: 3). Το κοινωνικό σύστημα μπορεί να διαμορφώσει ειδικές σημασιολογίες, οι οποίες του επιτρέπουν να ανταποκριθεί στις διαδικασίες της λειτουργικής κλειστότητας, αλλά και να

αναγνωρίσει τις εξωτερικές επικοινωνιακές πράξεις, όπως επίσης και να καθορίσει τις διαφορές σε σχέση με αυτές. Αυτή ακριβώς η κλειστότητα των λειτουργιών ενός συστήματος σε συνδυασμό με την ανοικτότητά του ως προς το περιβάλλον του εγείρει προβληματισμούς σχετικά με την αυτονομία του. Η αυτονομία δεν περιορίζεται μόνο στο εσωτερικό του και γι' αυτό δε σχετίζεται με την αυτοποίησή του (Γκίβαλος, 2005: 333). Το σύστημα μπορεί να είναι αυτόνομο σε σχέση με το περιβάλλον του σε ό,τι αφορά τις εσωτερικές λειτουργίες του, όμως σε ό,τι έχει να κάνει με την πρόσληψη γεγονότων ή με την αντίληψη καταστάσεων, δεν είναι αυτόνομο, αντιθέτως εξαρτάται από το περιβάλλον του για να μπορέσει να νοηματοδοτήσει ένα γεγονός, μία κατάσταση ή μία διαδικασία. Η επικοινωνία μεταξύ αυτόνομων συστημάτων (π.χ. κομμάτων, εθνών, συνδικάτων και συνδέσμων βιομηχανιών κ.λ.π.) προϋποθέτει μια αμοιβαία «κατανόηση» των κοινοποιούμενων πληροφοριών και νοηματικών ενεργημάτων. Αυτή η διαδικασία επικοινωνίας δεν είναι ούτε αυτονόητη, ούτε πάντα πραγματοποιήσιμη» (Γκίβαλος, 2005: 334).

Πώς όμως στη συστημική θεωρία του Luhmann τα συστήματα καταφέρνουν να συντονίζονται μεταξύ τους; Στη θεωρία της επικοινωνιακής δράσης, ο Habermas προϋποθέτει μία εγγενή ορθολογικότητα εντός της γλώσσας, ο Luhmann ωστόσο, αναγνωρίζει διαφορετικά είδη ορθολογικότητας εντός των συστημάτων (Τάσης, 2012). Αυτό σημαίνει, ότι τα συστήματα δε διαθέτουν κοινή αναφορά, πώς όμως καταφέρνουν και συντονίζονται με τα αυτά του περιβάλλοντός τους; Η απάντηση του Luhmann είναι ότι «τα συστήματα αναγνωρίζουν τη διαφορά», όπως επίσης είναι σε θέση να αναγνωρίσουν και τη διαφορά των κριτηρίων ορθολογικότητας μεταξύ των διαφόρων συστημάτων του περιβάλλοντός τους, αντλώντας πληροφορίες για τη δική τους λειτουργία (Γκίβαλος, 2005; Leydesdorff, 2000; Seidl, 2004; Τάσης, 2012). Ο Luhmann ονομάζει αυτή την έκφανση εσωτερικού αναστοχασμού συστημική ορθολογικότητα. Η ορθολογικότητα αυτή διατηρεί μία ισορροπία μεταξύ των συστημάτων, τα βοηθάει να επικοινωνούν μεταξύ τους να διαμοιράζονται πληροφορίες και να αντιστοιχώνται σε κάθε σύστημα, ανάλογα με τις ανάγκες του. Ο Luhmann, σε αντίθεση με τον Habermas, κατά τον οποίο, επίκεντρο της επικοινωνιακής δράσης είναι η διυποκειμενικότητα, ερευνά τη διάκριση μεταξύ συστήματος και περιβάλλοντος (Γκίβαλος, 2005; Τάσης, 2012; Ritsert, 1996; Seidl, 2004).

Ολοκληρώνοντας, μπορούμε να πούμε πως, η επικοινωνία στη λουμανική αντίληψη, αποτελεί θεμελιακό στοιχείο της πραγματικότητας (Κοντάκος, 2017: 31¹⁰; Μαγκλάρας, 2013: 112) και νοείται ως ένα διακριτό λειτουργικό σύστημα της κοινωνίας, που αποτελεί επεξεργασία μιας επιλογής (Καραντζής, 2019:47¹¹). Κατά τη διαδικασία της επικοινωνίας απαραίτητη προϋπόθεση είναι η παρατήρηση, μία αφηρημένη διαδικασία, στην οποία συμμετέχουν περισσότερα του ενός συστήματα. Η επικοινωνία για τον Luhmann (1995) αποτελεί μια αυτοαναφορική διαδικασία, η οποία στοχεύει στην αυτοαναπαραγωγή της μέσω της οποίας αναπαράγονται κοινωνικά συστήματα, συνεπώς κάθε μεταβολή που δύναται να υπάρξει στην ίδια, επιφέρει ταυτόχρονα και κοινωνική αλλαγή (Καραντζής, 2019: 47, Μαγκλάρας, 2013: 114). «*Η επικοινωνία ως εγχείρημα του ίδιου του συστήματος, διαθέτει δομή, προκειμένου να υπάρξει, η οποία συντίθεται από την πληροφορία, την έκφραση και την κατανόησή της, ενώ αυτά τα δομικά στοιχεία, ως αυτοαναφορικό και αυτοποιητικό σύστημα, έχει την ικανότητα να τα διαφοροποιεί και να τα συνθέτει*» (Καραντζής, 2019; Κοντάκος, 2017; Luhmann, 1995).

Επιπροσθέτως, η γλώσσα αποτελεί σημαντικότερο παράγοντα που καθορίζει την επικοινωνιακή διαδικασία. Ουσιαστικά βοηθά στη δομική σύζευξη συνείδησης και επικοινωνίας, η οποία, χαρακτηρίζεται σύμφωνα με την τριαδική δομή γλώσσας, που πρότεινε ο Peirce, από τη συντακτική, σημασιολογική και πραγματολογική της δομή (Καραντζής, 2019: 48). Όπως στη λουμανική θεωρία, έτσι και στην χαμπερμασιανή, η γλώσσα αποτελεί θεμέλιο λίθο της θεωρίας της επικοινωνιακής δράσης, καθώς η επικοινωνιακή ικανότητα στηρίζεται τόσο στην γνωστική ικανότητα, που σχετίζεται με το κανονιστικό πλαίσιο μέσα στο οποίο διενεργούνται οι τυπικές λειτουργίες, όσο και στην γλωσσική, η οποία μέσω των γλωσσικών κανόνων επιτρέπει την αμοιβαία κατανόηση (Καραντζής, 2019; Περπερίδης, 2008)¹². Επιπλέον,

¹⁰ Κοντάκος, Α. (2017). Πληροφορία, Επικοινωνία και Μέσα: Η Πραγματικότητά τους και η Παιδαγωγική τους. Μια Συστημική Οριοθέτηση. Στο Α. Θ. Κοντάκος & Π. Ι. Σταμάτης (Επ. Επιμ.), *Επικοινωνία και Εκπαίδευση, τ.2, Θεωρίες και Μοντέλα Επικοινωνίας στην Εκπαίδευση*, 23-85. Αθήνα: Διάδραση.

¹¹ Καραντζής, Θ. (2019). *Η λειτουργία της επικοινωνίας στην ανάπτυξη του σχολικού κλίματος: η οπτική των εκπαιδευτικών της σχολικής μονάδας*. Αδημοσίευτη Διπλωματική Εργασία. Τμήμα Επιστημών της Προσχολικής Αγωγής και του Εκπαιδευτικού Σχεδιασμού. Πανεπιστήμιο Αιγαίου.

¹² Περπερίδης, Π. (2008). *Το Επικοινωνιακό Μοντέλο του J. Habermas και η συμβολή του στην Κριτική Παιδαγωγική Θεωρία*. Διδακτορική Διατριβή. Τμήμα Φιλοσοφία - Παιδαγωγικής. Α. Π. Θ.

ο Habermas υποστηρίζει, ότι η επικοινωνιακή ικανότητα υπόκειται σε μια εξελικτική διαδικασία ανάπτυξης, που όμως στη σύγχρονη εποχή παρεμποδίζεται και στο τέλος αποδυναμώνεται, φθάνοντας στο σημείο, άλλοι τομείς της κοινωνικής ζωής, να ασκούν έλεγχο και να διαχειρίζονται καταστάσεις εργαλειοποιώντας την ορθολογικότητα (Καραντζής, 2019). Για το λόγο αυτό, ο Habermas επιμένει στην άποψή του, ότι η επικοινωνία μεταξύ των συστημάτων παραμένει με βάση τις συστημικές αρχές τουλάχιστον ατελής, καθώς τα κοινωνικά συστήματα χρησιμοποιούν τη γλώσσα ως μορφή επικοινωνιακής δράσης, ωστόσο η ίδια η γλώσσα αποτυπώνει νοήματα μέσω των σημείων και αφού τα συστήματα διατηρούν την νοηματική τους αυτονομία, σαφώς δεν μπορούν να διαμορφώσουν ένα ανώτερο πεδίο αναφοράς, ώστε να συγκροτηθούν τύποι συναίνεσης και συμφωνίας (Γκίβαλος, 2005: 349).

Από την πλευρά της, η συστημική θεωρία υποστηρίζει, πως η χαμπερμασιανή θεώρηση με τη διαφοροποίηση του στρατηγικού και του επικοινωνιακού πράττειν οδηγεί την επικοινωνία σε υποχρεωτική συμφωνία, όμως η πραγματικότητα αποδεικνύει πως αυτό δεν θεωρείται δεδομένο, καθώς η επικοινωνία ενδέχεται να καταλήξει και σε διαφωνία και όλες αυτά τα ενδεχόμενα για την έκβαση της επικοινωνιακής διαδικασίας είναι αποδεκτά μέσα σε ένα θεσμοποιημένο κανονιστικό πλαίσιο (Γκίβαλος, 2005: 350).

Αυτό που είναι βέβαιο πάντως, είναι πως και η θεωρία της επικοινωνιακής δράσης, αλλά και η συστημική θεωρία του Luhmann μας δίνουν δύο διαφορετικές, ωστόσο ιδιαίτερα χρήσιμες προσεγγίσεις για να κατανοήσουμε βαθύτερα, αλλά και να δώσουμε απαντήσεις στο πώς λειτουργεί σήμερα σε ένα παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον, ένα κοινωνικό υπερ-σύστημα, το οποίο διαρκώς μεταβάλλεται και προοδεύει με μοχλό τη συνεχώς εξελισσόμενη τεχνολογία, η οποία έχει επιφέρει τεράστιες αλλαγές σε παγιωμένους θεσμούς, αλλά και δομές, καθώς εργαλειοποιείται η υπερδύναμη της πληροφορίας και αναδεικνύεται ο κάτοχός της σε κυρίαρχο του παιχνιδιού. Έχουμε μία κριτική θεωρία του Habermas που δίνει απαντήσεις μεν, αλλά κινδυνεύει να οδηγηθεί στην «γλωσσοποίηση του ασυνείδητου» και στην αναζήτηση βιολογικού υπόβαθρου των γλωσσικών δομών (Γκίβαλος, 2005; Τάσης, 2012) και από την άλλη έχουμε μία εξαιρετικά χρήσιμη, όμως περιγραφική θεωρία του Luhmann που αδυνατεί να δώσει απαντήσεις στο πώς

δημιουργούνται νέα συστήματα και πώς εξαφανίζονται τα παλαιότερα. Η αυτοποίηση του Luhmann αδυνατεί να μας εξηγήσει πως αυτοδημιουργείται η κοινωνία, αλλά και πώς αναπαράγεται το σύστημα των συστημάτων, το οποίο παραμένει αναλλοίωτο μεν, με διαφορετική μορφή σε κάθε χρονική περίοδο δε (Τάσης, 2012). Από την άλλη ο Habermas δεν καταφέρνει να αναγνωρίσει την πολυπλοκότητα της σύγχρονης κοινωνίας, εμμένει στη διπολική του θεωρία περί διαχωρισμού συστήματος και βιόκοσμου, ενώ σαφέστατα σύστημα και βιόκοσμος δεν αποτελούν δύο διαφορετικούς κόσμους, αλλά τις δύο όψεις του ίδιου νομίσματος. Μία σύγχρονη κριτική θεωρία θα πρέπει να διερευνά όχι μόνο τη δημόσια σφαίρα και τις επικοινωνιακές της συνθήκες, αλλά και τους μηχανισμούς παραγωγής αμφισβητώντας τις δομές εξουσίας, δίνοντας λύσεις σε προβληματισμούς που προκύπτουν αποβλέποντας όχι στην αποκλειστική περιγραφή τους, αλλά στη ριζική επίλυσή των ζητημάτων που ανακύπτουν μετασχηματίζοντας ολοκληρωτικά το θεσμικό πλαίσιο της υπάρχουσας κοινωνίας (Γκίβαλος, 2005; Τάσης, 2012).

Σήμερα, στην εποχή της μεσοποιημένης επικοινωνίας, η κριτική θεωρία, άρρηκτα συνδεδεμένη με τη διυποκειμενικότητα και την αστική δημοσιότητα, έρχεται αντιμέτωπη με τις συνθήκες της μαζικής τηλεθέασης, αλλά και της πληροφοριακής κοινωνίας εν τέλει (Στρατηλάτης, 2015: 297)¹³. Οι αλλαγές που επέφερε η βιομηχανική επανάσταση σε συνδυασμό με τη δημιουργία ενός πλέγματος αναγκών – επιθυμιών που οδήγησαν τη λαϊκή κουλτούρα σε μία καταναλωτική, αποδυνάμωσε το χώρο του έντυπου λόγου και μετέπειτα της κινούμενης εικόνας, οδηγώντας σε μία θορυβώδη νίκη της οικονομικής και επιχειρησιακής ορθολογικότητας, ενώ σύμφωνα με τον Στρατηλάτη, η μαζική πλέον επικοινωνία με κύριες αξίες το μήνυμα και το λόγο της εικόνας, που αποτελεί σύζευξη της πραγματιστικής πληροφορίας και του νοηματικού λόγου της γλώσσας των ιδιαίτερων ατομικών βιωμάτων (Πλειός, 2001), αντιτάσσεται στο αναστοχαστικό πρότυπο επικοινωνίας της παραδοσιακής αστικής δημοσιότητας.

¹³ Στρατηλάτης, Κ. (2015). Η κριτική θεωρία στην εποχή της μεσοποιημένης επικοινωνίας. *Επιστήμη και Κοινωνία: Επιθεώρηση Πολιτικής και Ηθικής Θεωρίας*, 19, 297-334.

«Η ηθική συνείδηση του υποκειμένου, η κριτική του δύναμη και οι κανονιστικές υποδείξεις που απορρέουν από τον συνδυασμό ηθικής και κρίσης δεν μπορούν να στηριχθούν σε μια απλώς νοητή – πνευματική κίνηση του σκεπτόμενου υποκειμένου. Ο υπερβατολογικός ιδεαλισμός θα πρέπει να δώσει τη θέση του στη φιλοσοφία – κοινωνική θεωρία της διυποκειμενικότητας (Habermas, 1993) – και τούτο σημαίνει, μεταξύ άλλων, ότι η κριτική θεωρία θα πρέπει να αναζητήσει τις απαρχές και τα θεμέλιά της σε πεδία που δεν υπερβαίνουν την ηθική – ιστορική εμπειρία και άρα εμφανίζονται ως εμμενή προς τις μορφές «επικοινωνιακής δράσης» και το γενικό περίγραμμα των συνθηκών μεσοποίησης και μαζικής διαμεσολάβησης που επηρεάζουν τους τύπους και τους χαρακτήρες της ηθικής συνείδησης σήμερα». (Στρατηλάτης, 2015: 299).

1.1.3. Η επικοινωνία στη θεωρία της δομοποίησης του Giddens

Ο Giddens στο έργο του «Οι συνέπειες της νεωτερικότητας», αποστασιοποιείται από τις προηγούμενες σύγχρονες κοινωνιολογικές θεωρίες, θεωρώντας πως οι κοινωνιολόγοι συχνά ασχολούνται περισσότερο με τον μετασχηματισμό του παραδοσιακού σε νεωτερικό κόσμο πραγματευόμενοι τις έννοιες της διαφοροποίησης ή της λειτουργικής εξειδίκευσης (Giddens, 2001), παρά με το φαινόμενο της αποσύνδεσης των συστημάτων, δηλαδή «της εκρίζωσης των κοινωνικών σχέσεων από τοπικά πλαίσια αλληλεπίδρασης και την αναμόρφωσή τους σε απροσδιόριστα χωροχρονικά διαστήματα» (Giddens, 2001: 37). Ο θεωρητικός εισάγει την έννοια του χρήματος ως συμβολικό δείκτη, ο οποίος τυγχάνει ευρείας διαπραγμάτευσης σε πολλές θεωρίες, όχι μόνο οικονομικές, αλλά ευρύτερα κοινωνιολογικές και ασκεί κριτική στο έργο των Parsons και του Luhmann, παρά το γεγονός, ότι έχουν κάποια κοινά σημεία, με κύρια διαφωνία του Giddens, ως προς το ότι ούτε η εξουσία, αλλά ούτε κι η γλώσσα, μπορούν να θεωρηθούν ισοδύναμες με το χρήμα ή ακόμα και με άλλους μηχανισμούς αποσύνδεσης των συστημάτων. Οι έννοιες της εξουσίας και της γλώσσας δεν αποτελούν ιδιαίτερες κοινωνικές μορφές, αλλά κατά κύριο λόγο είναι χαρακτηριστικά της κοινωνικής δράσης. Μέσα σε αυτό το νεωτερικό σχήμα, ο Giddens (2001) επισημαίνει τα τρία θεμέλια της δυναμικής της νεωτερικότητας, το διαχωρισμό χρόνου και χώρου, την ανάπτυξη των μηχανισμών

αποσύνδεσης που εκριζώνουν τη δραστηριότητα της κοινωνίας, θέτοντάς την σε μεγαλύτερη χωροχρονική κλίμακα και τέλος την αναστοχαστική ιδιοποίηση της γνώσης, καθώς αποτελεί κινητήριο μοχλό της κοινωνικής ζωής και «αναπόσπαστο μέρος του συστήματος αναπαραγωγής», απομακρύνοντάς την από τη σταθερότητα του παρελθόντος και της παράδοσης.

Σε αντιδιαστολή με τη θεωρία της επικοινωνιακής δράσης του Habermas και τη συστημική θεωρία του Luhmann, ο βρετανός θεωρητικός εισήγαγε τη θεωρία της δομοποίησης (structuration theory) στα έργα του «Central Problems in Social Theory» (1979) και «The Constitution of Society» (1984). Η δομοποίηση του Giddens ήρθε για να γεφυρώσει τις διαφορές μεταξύ των θεωρήσεων που έδιναν έμφαση στο υποκείμενο και τη δράση του και αυτών που τόνιζαν τη σημασία των δομών και των συστημάτων, ενώ συνδυάζει τις μέχρι πρότινος ασύμβατες έννοιες της «δομής» (structure) και της «δράσης» (agency). Οι δύο αυτές έννοιες είναι αλληλοεξαρτώμενες και έχουν μία σχέση δυαδικότητας (Giddens, 1979: 69). Η δομή αφ' ενός σχετίζεται με την κοινωνική ζωή και τον αναθεωρητικό χαρακτήρα που τη διακατέχει θεμελιωδώς, αφ' ετέρου εξαρτάται από τη δράση. Με πιο απλά λόγια, τα συστήματα είναι αποτελέσματα των δομικών πρακτικών, όμως ταυτόχρονα συνιστούν και το μέσο πραγμάτωσής τους. Σύμφωνα με τον Giddens (1979), η δομή είναι ταυτόχρονα αναγκαστική και επιτρεπτική, που σημαίνει ότι, τα δομικά χαρακτηριστικά της ταυτόχρονα επιδρούν τόσο στο υποκείμενο που δρα, όσο και στο αντικείμενο, δηλαδή την κοινωνία. Συνεπώς, η δομή δεν νοείται ως εμπόδιο στη δράση, αλλά ως παράγωγό της, πράγμα που γίνεται αντιληπτό και στις πιο ριζοσπαστικές κοινωνικές μεταβολές.

Ο Μουζέλης (1997) εντοπίζει το επίκεντρο της θεωρίας της δομοποίησης στην έννοια της δομής και την έννοια του κοινωνικού συστήματος, τονίζοντας πως για τον βρετανό θεωρητικό η δομή πλησιάζει περισσότερο προς τη γλωσσολογία παρά την κλασική κοινωνιολογία, παραλληλίζοντάς την με τη γλώσσα του Saussure, καθώς φέρει κανόνες, αλλά και πόρους και υπάρχει μη εξαρτώμενη από το χωρο-χρόνο. Βεβαίως σε αυτήν τη θεώρηση υπάρχουν κάποιες δυσκολίες, καθώς δεν μπορούμε άκριτα να πούμε, πως η δομή δεν επηρεάζεται από τον τόπο και το χρόνο, γιατί υπάρχουν κάποιοι υλικοί πόροι που εξαρτώνται ακριβώς από αυτό, όπως για παράδειγμα οι φυσικοί πόροι. Ο Μουζέλης εντοπίζει αυτήν την αδυναμία στη θεωρία

του Giddens περιλαμβάνοντας σε αυτήν την παραδοχή τους κανόνες, αφήνοντας στην άκρη την έννοια της δομής. Ωστόσο, στη θεωρία της δομοποίησης οι δομές περιλαμβάνουν τόσο τους κανόνες, όσο και τους πόρους και μπορούμε να τις διαχωρίσουμε σε σημασιολογικές, δηλαδή νοήματα και κώδικες που αποτελούν ερμηνευτικά σχήματα, σε δομές κυριαρχίας, οι οποίες σχετίζονται με τη συμπεριφορά του υποκειμένου, το οποίο προσπαθεί να επηρεάσει τα άτομα και τρίτον, σε δομές νομιμοποίησης (Γκίβαλος, 2011; Craib, 2009; Seyfarth, 2000¹⁴). Επιπροσθέτως, οι κανόνες μπορεί να είναι γενικοί, εθιμικοί ή ακόμη και μαθηματικοί – λογικοί κανόνες. Σύμφωνα με τον Μουζέλη (1997: 48),

«[...]Στη θεωρία του Giddens η δομή, όντας ένα σύνολο κανόνων και πόρων, αποτελεί και το μέσον (medium) συμπεριφοράς και την έκβαση (outcome) της συμπεριφοράς που κατ' επανάληψη οργανώνει. Αποτελεί μέσον μεν διότι η κοινωνική συμπεριφορά παράγεται διαμέσου της χρήσης της δομής, έκβαση δε διότι οι κανόνες και οι πόροι αναπαράγονται στο χρόνο και το χώρο διαμέσου της παραγωγής αυτής της συμπεριφοράς. [...] Πράγματι, όλοι οι θεσμικοί χώροι αναπαράγονται διαμέσου της δυαδικότητας της δομής, διαμέσου των φορέων δράσης, οι οποίοι χρησιμοποιούν και επομένως αναπαράγουν σύνολα κανόνων και πόρων».

Πέραν της εννοιολόγησης της δομής, ο Giddens εντοπίζει τους θεσμούς, τους οποίους δε θεωρεί ταυτόσημους με τις οργανώσεις, όπως συνήθως αντιλαμβάνονται οι περισσότεροι και αποτελεί ένα μεγάλο μέρος της κοινωνιολογικής νόησης, αλλά τους νοηματοδοτεί ως πρακτικές που έχουν βαθιές ρίζες στο χώρο και το χρόνο, όπως για παράδειγμα ο γάμος (Craib, 2009: 244)¹⁵. Από την άλλη, τα συστήματα αποτελούν πρότυπα σχέσεων τα οποία μέσω των κοινωνικών πρακτικών δομούνται και αναδομούνται. Σύμφωνα με τον Craib (2009), οι δομικές ιδιότητες στη θεωρία της δομοποίησης φέρουν παρόμοια χαρακτηριστικά με αυτά των διαρθρωτικών μεταβλητών στη θεωρία του Parsons, όπως άλλωστε αποδέχεται και ο ίδιος ο Giddens (2001), αποτελώντας αφηρημένες κατηγορίες που επικουρούν την

¹⁴ Seyfarth, B. (2000). Structuration Theory in Small Group Communication: A Review and Agenda for Future Research. *Annals of the International Communication Association*, 23(1), 341-380.

¹⁵ Craib, I. (2009). Η θεωρία της δομοποίησης. Στο Μαρία Πετμεζίδου – Τσουλουβή (Επιμ.), *Σύγχρονη Κοινωνιολογική Θεωρία* (β' τόμος). Δομισμός, μεταδομισμός, δομοποίηση, επικοινωνιακή δράση (σελ. 225-267). Αθήνα: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης.

ταξινόμηση των θεσμών, αλλά με διαφορετικές μορφές. «Κάθε δομική ιδιότητα μας οδηγεί σε έναν θεσμό και τα συγκροτήματα θεσμών μας οδηγούν σε διαφορετικά κοινωνικά συστήματα». Τα συστήματα δομούνται και αναδομούνται μέσα στις κοινωνικές πρακτικές (Βαγιανός, 2015¹⁶; Craib, 2009; Γκίβαλος, 2011; Giddens, 1979; Μουζέλης, 2009). Σύμφωνα με τον Βαγιανό (2015), ο βρετανός θεωρητικός συνδέει τους νεωτερικούς θεσμούς με μηχανισμούς εμπιστοσύνης που παρέχουν ένα σύστημα ασφάλειας αποδεσμευμένο από χωροχρονικά όρια. Η εμπιστοσύνη είναι μείζονος σημασίας, καθώς σχετίζεται με τη συνάρτηση της αξιόπιστης γνώσης με την επιστήμη, με τους δεσμούς που αποκτά ο άνθρωπος με αυτή μέσω των εκπαιδευτικών συστημάτων και το σεβασμό που τρέφει για την τεχνική γνώση, ενώ ταυτόχρονα τη γνώση αυτή την ενσωματώνει σε κάθε έκφανση της καθημερινότητάς του. Επιπλέον ο Giddens κάνει λόγο και για την οντολογική ασφάλεια, έναν «υπαρξιακό προβληματισμό» που συνδέεται με την παιδική ηλικία και τονίζει τη σημαντικότητα της συμβολής των γονέων, όπως επίσης και της ρουτίνας που δημιουργεί ένα αίσθημα ασφάλειας και αναγνωρισιμότητας των καταστάσεων χωρίς το φόβο του άγνωστου (Βαγιανός, 2015: 6).

Ποιος είναι όμως ο ρόλος της επικοινωνίας στη θεωρία της δομοποίησης του Giddens; Όπως είδαμε και προηγουμένως, η διαδικασία της δομοποίησης, δηλαδή η παραγωγή, αλλά και αναπαραγωγή της κοινωνικής δομής διαμέσου της αλληλόδρασης των ατόμων επιτυγχάνεται διαμέσου της γλώσσας και συγκεκριμένα του διαλόγου. Σύμφωνα με τον Γκίβαλο (2011), οι βασικές έννοιες που περιγράφουν τη δομή είναι η σημασιολογία, «η κυριαρχία και η νομιμοποίηση», ενώ μέσω των ερμηνευτικών σχημάτων, των πόρων και των κανόνων, τα άτομα δρουν και οι δράσεις αυτές αντιστοίχως είναι η επικοινωνία, η ισχύς και η επικύρωση. Συνεπώς για τον Giddens η επικοινωνία έχει θεμελιώδη θέση στη θεωρία του, καθώς οι μηχανισμοί της νοηματοδότησης που αντιστοιχούν στις κοινωνικές σχέσεις έχουν ως θεμέλιο την επικοινωνία, στην οποία στηρίζεται η ανθρώπινη αλληλεπίδραση. Ο βρετανός θεωρητικός μάλιστα, αναφέρει πως η μεσοποιημένη επικοινωνία είναι ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες που καθιστούν δυνατή την πληθώρα

¹⁶ Βαγιανός, Δ. (2015). *Anthony Giddens – Zygmunt Bauman περί Νεωτερικότητας*. Όπως ανακτήθηκε στις 15/11/2020 από τον ιστότοπο https://www.academia.edu/1493931/Anthony_Giddens_Zygmunt_Bauman_περί_Νεωτερικότητας

των επιλογών που έχει ο άνθρωπος στη μετανεωτερική εποχή (Giddens, 1991: 82), ενώ οι Lash and Urry (1994)¹⁷ ενισχύουν την άποψη του Giddens, ότι τα μέσα μαζικής επικοινωνίας και κυρίως η τηλεόραση αποτελούν φορείς κοινωνικοποίησης των επί μέρους θεσμών και «μετατρέπουν κάθε άτομο σε σημαντικό πρωταγωνιστή των διεργασιών του και των συμβολικών του κόσμων». Το υποκείμενο μπορεί να συμμετάσχει στις εσωτερικές διεργασίες των διαφόρων θεσμών και με βάση τις προσωπικές και ατομικές επιλογές του να αμφισβητήσει ή και να κρίνει ακόμα πρόσωπα, αξίες, ιδέες και νοοτροπίες (Πλειός, 1998: 91)¹⁸.

Στο παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον η επίδραση των μέσων επικοινωνίας είναι αδιαμφισβήτητα τεράστια και όπως επισημαίνει ο Giddens (2001) στις «Συνέπειες της Νεωτερικότητας», ένας σχολιαστής έγραφε το 1892, ότι η δύναμη των εφημερίδων των μοντέρνων χρόνων είναι τόσο μεγάλη που ένας κάτοικος χωριού πια έχει καλύτερη και πληρέστερη εικόνα μίας κατάστασης, από έναν πρωθυπουργό εκατό χρόνια πριν. Ο θεωρητικός δεν μένει ωστόσο, μόνο στην ενημέρωση των ανθρώπων σήμερα, αλλά ανακαλύπτει μέσα σε αυτήν την ενημέρωση και τη συγκέντρωση της γνώσης. Συνεπώς, υπάρχει μία σύνδεση μεταξύ της τεχνολογίας, της επικοινωνίας και της παγκοσμιοποίησης, προκαλώντας επιτάχυνση σε διάφορες εξελίξεις, στις οποίες περιλαμβάνεται και η γρήγορη εξέλιξη των θεσμών (Βαγιανός, 2015: 8). Η αναστοχαστικότητα είναι αυτή που καθιστά την νεωτερικότητα ριζοσπαστική στο παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον, με αποτέλεσμα να υπάρξει μία υπέρβαση των σύγχρονων κοινωνιών, όπου θα δημιουργηθούν νέα κοινωνικά κινήματα στη βάση της σύγχρονης μεσοποιημένης επικοινωνίας (Βαγιανός, 2015; Giddens, 2001).

Αρκετοί ερευνητές έχουν ασχοληθεί με το ρόλο της επικοινωνίας στη θεωρία της δομοποίησης (Bisel, 2010; Heracleous, 2010; McPhee, Poole & Iverson, 2013). Συγκεκριμένα, στη δομή του Bisel (2010), στο μοντέλο δράσης, η επικοινωνία έχει δυαδικό ρόλο, είναι δράση και ταυτόχρονα συντελεστής δομικής αναπαραγωγής, που σημαίνει πως ανακλά ταυτόχρονα την προσανατολισμένη στοχοθεσία, αλλά και τη συμβατική ρουτίνα. Παραδόξως, ο Giddens αποδέχεται την εκ προθέσεως χρήση

¹⁷ Lash S. & Urry J. (1994). *Economies of Signs and Space*. London: Sage Publications.

των σημείων, αλλά αρνείται, το γεγονός ότι ο σκοπός ή η πρόθεση ενυπάρχουν ως παρούσα ιδέα στο μυαλό μας, η οποία εκφράζεται με τα σημεία (McPhee, Poole & Iverson, 2013). Επίσης ισχυρίζεται πως τα ερμηνευτικά σχήματα είναι τυποποιημένα αποθέματα γνώσης, με αποτέλεσμα να βρίσκεται στη μέση του διλήμματος μεταξύ ελεύθερης δράσης και αιτιοκρατίας. Πάντως για τον βρετανό θεωρητικό, η επικοινωνία και μάλιστα η επικοινωνία με ηλεκτρονικά μέσα αποτελεί την κινητήρια δύναμη της παγκοσμιοποίησης, ειδικά λόγω της ψηφιακής επανάστασης, με τη διάδοση των νέων μέσων, ιδιαιτέρως της τηλεόρασης και πλέον του διαδικτύου, να έχει ως συνέπεια την εξάρτηση ενός αρκετά μεγάλου μέρους του κοινού για την ενημέρωση και την ψυχαγωγία του. Η νέα πραγματικότητα έχει σημαντικότερη επίδραση στη δημόσια σφαίρα, αλλά και στην πολιτική συμπεριφορά (Giddens, 2001) με τη «μεσοποιημένη εμπειρία (*mediated experience*), ήδη από την επινόηση της γραφής, να έχει σε μεγάλο βαθμό επηρεάσει τόσο την ταυτότητα όσο και τη βασική διάρθρωση των κοινωνικών σχέσεων» (Giddens, 1991).

Στη θεωρία της δομοποίησης ασκήθηκε έντονη κριτική σχετικά με τις δυσκολίες και τις αστοχίες που προκύπτουν, σε διάφορα επιστημονικά πεδία, παρά το γεγονός, ότι ακόμη και οι επικριτές του αναγνωρίζουν τη μεγάλη αξία του έργου του στη σύγχρονη κοινωνιολογία. Συγκεκριμένα, η θεωρία της δομοποίησης δεν ικανοποιεί πλήρως τους ερευνητές, όταν εφαρμόζεται στο πεδίο των πληροφοριακών συστημάτων, καθώς ο Giddens δεν κάνει ιδιαίτερη αναφορά στο ζήτημα της τεχνολογίας και μάλιστα την υποβαθμίζει υποστηρίζοντας «*πως δεν κάνει τίποτα, εκτός από ό,τι εμπλέκεται στις πράξεις των ατόμων*» και δεν προοδεύει προς κάποια κατεύθυνση, καθώς ωθείται «*εν αγνοία της*» (Ellul, 1965: 89; Giddens, 2001: 203; Jones & Karsten, 2003: 11)¹⁹, ενώ δεν παρέχει και καμία μεθοδολογική εφαρμογή στον τομέα αυτόν²⁰. Εν τούτοις η θεωρία της δομοποίησης έχει χρησιμοποιηθεί στο πεδίο των πληροφοριακών συστημάτων με κάποιες τροποποιήσεις και παραλλαγές (Barley, 1986; Desanctis & Poole, 1994; Jones & Karsten, 2008; Orlikowsky & Roby, 1991; Walsam, 1993). Επιπλέον, σύμφωνα με τον Smith (2006), η θεωρία του Giddens είναι αρκετά «βολονταριστική και ιδεαλιστική»,

¹⁹ Jones, M. & Karsten, H. (2003). Review: Structuration Theory and Information Systems Research. *Research Papers in Management Studies*. Judge Institute of Management, University of Cambridge.

²⁰ Πληροφορίες αντλήθηκαν στις 3/12/2020 από τον ιστότοπο του Π.Μ.Σ. του Πανεπιστημίου Αιγαίου, αγνώστου συγγραφέα: http://www.icsd.aegean.gr/website_files/metaptyxiako/754944593.pdf

με τον βρετανό θεωρητικό να φαίνεται πως υποτιμά τα σημαντικά χαρακτηριστικά τόσο του πολιτισμού, όσο και των θεσμών, που είναι η καταστολή και ο περιορισμός, ενώ δείχνει να πιστεύει στη δύναμη του ατόμου που μπορεί να μετασχηματίσει την κοινωνία, με βασική προϋπόθεση να χρησιμοποιήσει σωστά και δημιουργικά τη «δομή» που έχει στο μυαλό του (Smith, 2006: 226).

Μία ακόμη κριτική που ασκείται στη θεωρία της δομοποίησης, είναι πως ο Giddens δεν καταφέρνει να διαφοροποιήσει επαρκώς τα άυλα από τα υλικά μέσα, δηλαδή τις γνώσεις, τις δεξιότητες και τις δυνατότητες από το χρήμα, τα όπλα για παράδειγμα, και κατ' επέκταση την εξουσία (Sewell, 1992; Smith, 2006). Η σημερινή πραγματικότητα στο παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον που διαβιούμε όμως, έρχεται να τον διαψεύσει, καθώς τα πολιτισμικά – άυλα μέσα δείχνουν να υστερούν ως προς το βαθμό επιρροής που ασκούν στην κοινωνική ζωή των ατόμων έναντι των υλικών. Αυτό το αντιλαμβανόμαστε πολύ απλά αναλογιζόμενοι το γεγονός, ότι κάποιες δεκαετίες πριν το status quo των ανθρώπων εξαρτώταν από τη μόρφωση και το επάγγελμα που ασκούσαν, ενώ πλέον εξαρτάται από την καταναλωτική τους δύναμη, ανεξαρτήτως μορφωτικού και επαγγελματικού επιπέδου. Για να περιγράψουμε επ' ακριβώς αυτό που συμβαίνει σήμερα το status quo εξαρτάται πέραν της καταναλωτικής δύναμης και από την επιρροή που ασκεί κανείς στη μάζα, δηλαδή στο κοινό μέσω των social media.

Ολοκληρώνοντας, θα πρέπει να τονίσουμε τη συμβολή του Giddens στον τομέα της σύγχρονης κοινωνιολογίας, καθώς τα έργα του και συγκεκριμένα η θεωρία της δομοποίησης, έχει καταφέρει σε έναν τεράστιο βαθμό να αναλύσει τις πολύπλοκες σχέσεις μεταξύ δομών, συστημάτων και της επικοινωνίας που ως συνδεδετικός κρίκος βοηθάει στην εξέλιξη και το μετασχηματισμό των κοινωνικών σχέσεων και κατ' επέκταση των κοινωνιών, συμβάλλοντας στις ραγδαίες εξελίξεις που έλαβαν χώρα τόσο σε κοινωνικό, όσο και πολιτικό-οικονομικό επίπεδο με μοχλό την τεχνολογία. Ο Giddens με κεντρικούς άξονες του έργου του, την αναστοχαστικότητα, το ρίσκο και τη διακινδύνευση, το χώρο και το χρόνο, αλλά και τη θεωρία της δομοποίησης τονίζει τη σημαντικότητα του ατόμου στη σύγχρονη μετανεωτερική εποχή και προτείνει τη συνεργασία των φορέων κοινωνικής πρακτικής χρησιμοποιώντας την αναστοχαστικότητα ως μέσο διάλυσης των υπαρξιακών φόβων, ενώ δείχνει εμπιστοσύνη στους τεχνοκράτες, αλλά και τους

ρεαλιστές φορείς κοινωνικής πρακτικής (Βαγιανός, 2012: 14). Με αυτόν τον τρόπο επιτυγχάνεται η ισορροπία και η σταθερότητα που ενισχύει την οντολογική ασφάλεια εξασφαλίζοντας στον άνθρωπο, ότι μπορεί να καθορίσει τον κοινωνικό κόσμο και στην πραγματικότητα, όντως το άτομο με όπλο την τεχνολογία μπορεί όχι μόνο να διαμορφώσει, να μετασχηματίσει και να καθορίσει, αλλά και να κατακτήσει το κοινωνικό του σύμπαν, αποδεικνύοντας την τεράστια δύναμη και επιρροή που μπορεί να ασκήσει μέσω του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Δεν είναι λίγα τα παραδείγματα ανθρώπων που μέσω ενός κοινωνικού δικτύου αναδείχθηκαν και κατέκτησαν την κορυφή σε ελάχιστο χρόνο, με ελάχιστο κόπο και θεωρούνται πλέον «influencers», απολαμβάνοντας χρήμα, δόξα, φήμη και ένα τεράστιο κοινό, συνήθως νεαρό, που κυριολεκτικά ακολουθεί τις τάσεις που επιβάλλει το πρότυπό τους, από τον τρόπο ντυσίματος, τις διατροφικές συνήθειες, τις κοινωνικές και συναισθηματικές σχέσεις, τον καταναλωτισμό. Αυτή ακριβώς η νέα πραγματικότητα έρχεται να επαναπροσδιορίσει τις έννοιες της εξουσίας, του χρήματος, της επιρροής στη μάζα και θέτει σε νέα τροχιά το ρόλο της επικοινωνίας, που αποτελεί το όχημα αυτού του ριζοσπαστικού αναδυόμενου μοντέλου της σύγχρονης «υπερμοντέρνας» κοινωνίας του υπερκαταναλωτισμού, της υπερπληροφόρησης, του υπερατομικισμού, της υπερβολής.

1.1.4. Η επικοινωνία στη θεωρία της πρακτικής του Bourdieu

Μία από τις σημαντικότερες μορφές της σύγχρονης Κοινωνιολογίας αδιαμφισβήτητα υπήρξε ο Pierre Bourdieu με το έργο του να βρίσκει ανταπόκριση και αποδοχή από διαφορετικά ακροατήρια, καθώς στις θεωρίες του κατάφερε να συνθέσει το μικρο- με το μακρο-επίπεδο, ενώ αν πρέπει να τον εντάξουμε σε κάποιο κοινωνιολογικό χώρο, τότε θα τοποθετήσουμε τις θεωρίες του μεταξύ των δομικών συγκρουσιακών θεωρήσεων (Λάμνιαν, 2002: 124). Ο Γάλλος κοινωνιολόγος με το πλούσιο ερευνητικό του έργο έδωσε το έναυσμα για περαιτέρω εφαρμογές της θεωρίας του σε πολλαπλά ερευνητικά πεδία και επιστήμες με έμφαση στην εκπαίδευση, τις πολιτιστικές σπουδές, την ανθρωπολογία, τις κοινωνικές επιστήμες, ενώ τα διάφορα θεωρητικά μοντέλα που ανέπτυξε σε συνδυασμό με την διεύρυνση

θεωρητικά ενδιαφερουσών εννοιών, όπως το πολιτιστικό κεφάλαιο, η έξις (habitus), το πεδίο αξιοποιήθηκαν και συνεχίζουν να αξιοποιούνται από πληθώρα ερευνητών που ενδιαφέρονται τόσο για θεωρητικές, όσο για μεθοδολογικές και ερευνητικές προσεγγίσεις των ερευνητικών πεδίων (Smith, 2006). Επιπλέον, ο Bourdieu, αν και δεν ακολουθεί πιστά τη μαρξική και βεμπεριανή θεωρία, ωστόσο στηρίζεται σε αυτές και θεωρεί το έργο του μέρος ενός ευρύτερου θεωρητικού πλαισίου (Bourdieu, 2018), σε αντίθεση με τις προηγούμενες θεωρίες που εξετάσαμε, έχοντας με αυτόν τον τρόπο ένα συγκριτικό πλεονέκτημα, αφού γίνεται αποδεκτός τόσο στους μαρξικούς κύκλους, όσο και σε αυτούς που ανήκουν σε ένα ευρύτερο φάσμα αριστερών στοχαστών που δεν αποδέχονται τον ορθόδοξο μαρξισμό (Smith, 2006). Ο γάλλος θεωρητικός στο έργο του «η Διάκριση» (1979), υιοθετεί μία ρασιοναλιστική φιλοσοφία της γνώσης και μέσω της εμπειρικής παρατήρησης του κοινωνικού κόσμου «επιχειρεί να αναδείξει τις βαθύτερες αιτίες και τις κρυφές δυνάμεις που οδηγούν τα κίνητρα των ατόμων, αλλά και των συλλογικοτήτων» (Παναγιωτόπουλος, 2018)²¹. Ο Bourdieu μελετώντας το γούστο, το οποίο υπήρξε πεδίο φτωχής ανάλυσης με απειροελάχιστες και σύντομες αναφορές στον Βέμπερ, τον Ελίας και τον Βέμπλεν, προσπάθησε να διεισδύσει στα έγκατα της νόμιμης κουλτούρας και να φέρει την έννοια αυτή στην πραγματική της διάσταση, δηλαδή στο πεδίο της καθημερινότητας και της αισθητικής κατανάλωσης της οικογένειας (Παναγιωτόπουλος, 2018: 14).

Η αναστοχαστική κοινωνιολογία του γάλλου θεωρητικού συγκεντρώνεται στη θεωρία της πρακτικής που θεμελιώνεται γύρω από την εννοιολόγηση της έξις (habitus), του κεφαλαίου και του πεδίου (Bourdieu, 2018; Γκίβαλος, 2011; Hesmondhalgh, 2006; Λάμνιαν, 2002; Smith, 2006; Thomson, 1999, Χριστοδούλου, 2017²²). Ο Bourdieu μετατοπίζει το ενδιαφέρον του από το υποκείμενο, σε αυτό που ο ίδιος αποκαλεί κοινωνική πρακτική και σύμφωνα με τον Smith (2006), «αντιλαμβάνεται την πρακτική ως αντανάκλαση και αναπαραγωγή τόσο των αντικειμενικών κοινωνικών σχέσεων όσο και των υποκειμενικών ερμηνειών του κόσμου». Πυρήνας αυτής της αντίληψης είναι η ιδέα της **έξις**, την οποία ο Γάλλος

²¹ Ο Νίκος Παναγιωτόπουλος προλογίζει τη δέκατη τρίτη έκδοση (2018) του βιβλίου του Pierre Bourdieu, «Η Διάκριση: Κοινωνική κριτική της καλαισθητικής κρίσης».

²² Χριστοδούλου, Μ. (2017). *Διαδρομές του βίου μετά το Λύκειο. Λήψη απόφασης, ταυτότητες και ρίσκο στην εφηβεία*. Πάτρα: OPPORTUNA.

ορίζει ως «*συστήματα σταθερών, αλλά και μεταθέσιμων διαθέσεων, διαρθρωμένων δομών προορισμένων να λειτουργούν ως διαρθρωτικές δομές, δηλαδή, ως αρχές της γέννησης και της διάρθρωσης των πρακτικών*» (Bourdieu, 1977; Smith, 2006). Το habitus,²³ όπως ο ίδιος προσδιορίζει «*ως δομή δομημένη και δομούσα, εισάγει στις πρακτικές και στη νόηση κάποια πρακτικά σχήματα συγκρότησης που προέρχονται από την ενσωμάτωση των κοινωνικών δομών, οι οποίες, με τη σειρά τους, προέρχονται από την ιστορική εργασία των γενεών που διαδέχονται η μία την άλλη*» (Bourdieu, 2000: 156). Ο Bourdieu τοποθετεί το habitus, την έξη, ως «*μορφή σχέσης με την κουλτούρα*» (Παναγιωτόπουλος, 2018: 18) στο κέντρο της θεωρίας της πρακτικής κι ενώ πολλοί μελετητές της κοινωνιολογίας τον αντιμετωπίζουν ως θεωρητικό της αναπαραγωγής, ουσιαστικά ο ίδιος αναγνωρίζει την αξία της ιστορίας στην έξη και μάλιστα ενισχύει αυτό το επιχείρημά του θεωρώντας πως «*κάθε κοινωνιολογία θα πρέπει να είναι ιστορική και κάθε ιστορία κοινωνιολογική*» (Bourdieu, 2018). Η έξη, μία αρκετά πολύπλοκη έννοια, στους κόλπους της συγκεντρώνει όλη την κοσμοθεωρία του ατόμου, το γούστο του, τον τρόπο ζωής του, τις ικανότητες και τις δυνατότητές του, τους στόχους, τα κίνητρα και τις προσδοκίες του από τη ζωή. Αυτή είναι που μας επιτρέπει να κατανοούμε καταστάσεις, διαδικασίες και όλες τις εκφάνσεις της ανθρώπινης ζωής υπό το πρίσμα και την οπτική γωνία του καθενός, είναι ένα πλέγμα στοιχείων και διαθέσεων που φέρουμε στο μυαλό μας, το σώμα μας και επηρεάζει τα κίνητρα και τις αποφάσεις μας σε δεδομένα χωροχρονικά σημεία (Smith, 2006), είναι η προδιάθεση που ενυπάρχει μέσα μας και ρυθμίζει την προσαρμοστικότητα της συμπεριφοράς μας σε κάθε κατάσταση που βιώνουμε, σε κάθε επιλογή που κάνουμε και σε κάθε απόφαση που παίρνουμε. Ωστόσο, η έξη σχετίζεται άμεσα και είναι σε απόλυτη συνάρτηση με τις ταξικές ανισότητες του συστήματος, αφού το άτομο έχει την τάση να υιοθετεί και να αναπαράγει τις αντικειμενικές δομές από τις οποίες προέρχεται (Bourdieu, 1977). Όπως είναι απόλυτα λογικό, η οικογένεια, ο πρώτος και σημαντικότερος κοινωνικοποιητικός παράγοντας και έπειτα το σχολείο, εξίσου σημαντικός φορέας κοινωνικοποίησης διαμορφώνουν το habitus που συνοδεύει το άτομο σε όλη του τη ζωή. Οι θεσμοί αυτοί έχουν την τάση να ευνοούν τους ανθρώπους από πλούσιες

²³ Από το λατινικό habeo που σημαίνει έχω, κατέχω.

οικογένειες σε αντίθεση με αυτούς που προέρχονται από χαμηλότερα κοινωνικά στρώματα (Λάμνιας, 2002; Παναγιωτόπουλος, 1990; Smith, 2006; Thomson, 1999), διότι η έξη, βρίσκεται στο παρελθόν, συνδέεται με το παρόν και επηρεάζει το μέλλον.

Σύμφωνα με τους Bourdieu και Passeron (1996), στον πυρήνα των ταξικών κοινωνιών διαμορφώνονται διαφορετικοί τύποι κουλτούρας, τους οποίους οικειοποιείται κάθε παιδί από την αρχή της κοινωνικοποίησής του, μέσω της οικογένειας και του περιβάλλοντός στο οποίο διαβιεί. Στο σχολείο συναντά κανείς δύο τύπους κουλτούρας, την κοινωνικά αποδεκτή και νομιμοποιημένη κυρίαρχη κουλτούρα και αυτή που φέρει το παιδί από το οικογενειακό του περιβάλλον. Συνεπώς τα παιδιά από τα ανώτερα κοινωνικά στρώματα, εξοικειωμένα με την κυρίαρχη κουλτούρα του σχολείου μπορούν πιο εύκολα να προσαρμοστούν και στο τέλος να πετύχουν, σε αντίθεση με τα παιδιά, για παράδειγμα των αγροτών ή των εργατών, που δεν έχουν την ίδια εξοικείωση και επομένως λιγότερες πιθανότητες να έχουν καλύτερες σχολικές επιδόσεις (Bourdieu & Passeron, 1996; Γκίβαλος, 2011; Θάνος & Τόλιος, 2013; Λάμνιας, 2002). Οι δυνατότητες που φέρει ένα παιδί από το οικογενειακό του περιβάλλον, συγκεντρώνονται σε αυτό που αποκαλεί ο Bourdieu πολιτιστικό κεφάλαιο. Βεβαίως, ο θεωρητικός πέραν του πολιτιστικού κεφαλαίου, στο σχήμα του αναδεικνύει το οικονομικό, αλλά και το κοινωνικό κεφάλαιο, όπου το χρήμα μπορεί να αποκτηθεί από οποιονδήποτε και οι μόνιμες κοινωνικές σχέσεις μπορούν να δημιουργήσουν διαφοροποιημένες ευκαιρίες κοινωνικής ανέλιξης και εξέλιξης, αντίστοιχα (Γκίβαλος, 2011; Λάμνιας, 2002). Όμως το πολιτιστικό κεφάλαιο είναι αρκετά πολύπλοκη έννοια και στην εσωτερικευμένη του μορφή συνδέεται άρρηκτα με την έξη, καθώς η έξη είναι ένα υποκειμενικό σύστημα από εσωτερικευμένες δομές, αλλά όχι ατομικό (Λάμνιας, 2002: 157). Η εξωτερική μορφή του, έχει σχέση με τα απτά πολιτιστικά αγαθά, όπως, για παράδειγμα τα συγγράμματα και τα έργα τέχνης, όμως δεν πρέπει να παραβλέπουμε πως η κατοχή τέτοιου είδους πολιτιστικών αγαθών δε συμβαδίζει απαραίτητως και με την κατανόησή τους και γι' αυτό το λόγο προϋποτίθεται η ύπαρξη μιας εσωτερικευμένης μορφής πολιτιστικού κεφαλαίου. Η τρίτη μορφή πολιτιστικού κεφαλαίου είναι η θεσμοποιημένη και αποκτάται μέσα από τα εκπαιδευτικά ιδρύματα και τους τίτλους σπουδών που αποκτά το άτομο κατά την εκπαιδευτική διαδικασία (Bourdieu, 2018;

Bourdieu & Passeron, 1996; Γκίβαλος, 2011; Λάμνιαν, 2002; Παναγιωτόπουλος, 1990; Παναγιωτόπουλος, 2018).

Το πολιτιστικό κεφάλαιο λειτουργεί στο ευρύτερο πλαίσιο των κοινωνικών δομών και γι' αυτό το λόγο ο Bourdieu χρησιμοποιεί στη θεωρία του την έννοια του **πεδίου** που περιγράφει τους διάφορους τομείς της κοινωνικής ζωής, από την εκπαίδευση, την τέχνη, την εργασία, την πολιτική και τα λοιπά (Bourdieu, 2005; Bourdieu, 2018; Hesmondhalgh, 2006; Παναγιωτόπουλος, 1990; Smith, 2006: 219). Για τον θεωρητικό, το πεδίο είναι ένα «*σύμπαν μέσα στο οποίο εντάσσονται οι κοινωνικοί δρώντες και οι θεσμοί που παράγουν, αναπαράγουν ή διαδίδουν την τέχνη, τη λογοτεχνία ή την επιστήμη. Αυτό το σύμπαν είναι ένας κοινωνικός κόσμος όπως όλοι οι άλλοι, που υπακούει όμως σε περισσότερο ή λιγότερο ειδικούς κοινωνικούς νόμους. Η έννοια του πεδίου είναι ακριβώς εδώ για να υποδείξει αυτόν το σχετικά αυτόνομο χώρο, αυτόν το μικρόκοσμο που διαθέτει τους δικούς του νόμους. Αν και υπόκειται, όπως ο μακρόκοσμος σε κοινωνικούς νόμους, αυτοί οι νόμοι δεν είναι ίδιοι*» (Bourdieu, 2005: 24-25). Τα πεδία, αν και εντάσσονται στον μακρόκοσμο, ωστόσο διαθέτουν κάποια σχετική αυτονομία και το κατά πόσο αυτόνομο είναι ένα πεδίο σε σχέση με τα άλλα είναι ένα πολυπαραγοντικό ερώτημα, αρκετά δύσκολο να απαντηθεί, καθώς η αυτονομία έχει δυσκολίες ως προς την ποσοτικοποίηση και τη μέτρησή της. «*Όσο πιο αυτόνομα είναι τα πεδία, τόσο λιγότερο υπάγονται στους εξωτερικούς κοινωνικούς νόμους*» (Bourdieu, 2005: 35). Τα άτομα προσπαθούν να πετύχουν μέσα στα πεδία αυτά αναπτύσσοντας ειδικές μορφές πολιτισμικού κεφαλαίου, αλλά το πόσο εύκολα ή δύσκολα θα τα καταφέρουν εξαρτάται από την έξη τους. Πάντα υπήρχε και πάντα θα υπάρχει διαμάχη μεταξύ των πεδίων, όπως επίσης και των ατόμων εντός αυτών, με χαρακτηριστικό παράδειγμα την τέχνη, όπου ο κάθε καλλιτέχνης προσπαθεί να κυριαρχήσει στο χώρο του κι ενώ φαίνεται πως οι συγκρούσεις αφορούν στη συμβολική αξία του έργου τέχνης, στην ουσία του πράγματος το κίνητρο είναι οικονομικό, αφού οι καλλιτέχνες προσπαθούν να μετατρέψουν το πολιτισμικό τους κεφάλαιο σε οικονομικό (Smith, 2006: 220). Για να θριαμβεύσει κανείς σε ένα πεδίο και να καταξιωθεί, θα πρέπει να η δράση του στον αγώνα αυτόν να συνοδεύεται από στιβαρά επιχειρήματα, αποδείξεις και απορρίψεις και τα όπλα του αυτά να είναι τόσο ισχυρά με συσσωρευμένο επιστημονικό κεφάλαιο, ώστε οι ανταγωνιστές του να μην μπορούν

να αντικρούσουν και να συμφωνήσουν τουλάχιστον, ότι ο δρων δηλώνει το «πραγματικό» και τείνει στην «αντικειμενική πραγματικότητα» που μέσα στο συγκεκριμένο πεδίο, τη δεδομένη χρονική στιγμή εκδηλώνεται μέσω των αναπαραστάσεων (Bourdieu, 2005). Αναμφίβολα οι φορείς δράσης κατασκευάζουν την κοινωνική πραγματικότητα και μέσα στο πεδίο του ο καθένας δίνει αγώνα για να επιβάλει την κρίση του, όμως αυτό πάντα συμβαίνει σύμφωνα με τις αρχές και τα συμφέροντα που καθορίζονται από τη θέση που κατέχει στον κοινωνικό κόσμο, το οποίο προτίθεται να διατηρήσει, να μεταβάλει ή να μετασχηματίσει (Ignatow & Robinson, 2017: 952; Παναγιωτόπουλος, 1990: 63).

Σύμφωνα με τη θεωρία της πρακτικής του Bourdieu, η διάκριση που σχετίζεται με ταξινομητικές πρακτικές, αλλά και με τα προϊόντα αυτών (πράξεις, έργα, λόγοι) δεν είναι το αποτέλεσμα της διαδικασίας μίας συνειδητής στόχευσης ή το αποτέλεσμα μιας ενεργούς κυριαρχίας, αλλά *«μία πρακτική διεργασία της έξεως, δηλαδή των γενετήριων σχημάτων κατάταξης και κατατάξιμων πρακτικών που λειτουργούν μέσα στην πρακτική, και τα οποία είναι το προϊόν της ενσωμάτωσης, με τη μορφή διαθέσεων μιας διαφορεικής θέσης μέσα στον κοινωνικό χώρο»* (Παναγιωτόπουλος, 1990: 63). Παρατηρούμε λοιπόν, πως ο Bourdieu επεκτείνει τη θεωρία του σε ένα ευρύτατο φάσμα της κοινωνικής ζωής και οι επιστημονικές τεκμηριώσεις του αγγίζουν διάφορους τομείς, ενώ διερευνούν σε βάθος τον τρόπο με τον οποίο πραγματώνεται η αναπαραγωγή των διάφορων μορφών κοινωνικής πρακτικής.

Σε μία τόσο διευρυμένη θεωρία είναι αρκετά δύσκολο να βρούμε τη θέση της επικοινωνίας, ωστόσο υπάρχουν αρκετές αναφορές στη βιβλιογραφία για εφαρμογές του έργου του γάλλου κοινωνιολόγου στο εν λόγω πεδίο (Benson, 2006; Couldry, 2003a; Couldry, 2003b; Hesmondhalgh, 2006; Johansson, 1994; Shin, 2016; Rothenberger, Auer & Pratt, 2017), ενώ αρκετές μελέτες έχουν αντικείμενο την ψηφιακή εποχή και τις ανισότητες που έχουν δημιουργηθεί στους κόλπους της (Calderón Gómez, 2020; Kvasny, 2005; Willig, Waltrop & Moller-Hartley, 2015; Sterne, 2003), εξαιτίας της ανάγκης για υλικοτεχνικό εξοπλισμό, στον οποίο δεν έχουν όλοι οι άνθρωποι πρόσβαση, ή δεν έχουν την ίδια πρόσβαση σε όλες τις μορφές. Σύμφωνα με τους Ignatow και Robinson (2017), το πλαίσιο που έθεσε ο Bourdieu έχει μεγάλη επίδραση στην ψηφιακή κοινωνιολογία, καθώς παρέχει σημαντικότερα

εφόδια στην ανάλυση ενός δυναμικά αναπτυσσόμενου κοινωνιολογικού υποπεδίου. Η ανατολή μιας ψηφιακά μεσοποιημένης επικοινωνίας έχει δημιουργήσει ένα εντελώς καινούριο πλαίσιο εφαρμογής της μπουρντεσιανής θεωρίας, κατά την οποία οι έννοιες κεφάλαιο, πεδίο και έξη αποκτούν νέο προσαρμοσμένο νόημα, με την τεχνολογία να δημιουργεί τόσο πρωτογενείς, όσο και δευτερογενείς μορφές της έξης και του κεφαλαίου, αλλά και να διαμορφώνει ένα νέο πεδίο κοινωνικής οργάνωσης. Η κοινωνία της πληροφορίας έχει διαμορφώσει έναν νέο κόσμο, στον οποίο τα άτομα δραστηριοποιούνται σε ένα δυνητικό - φαντασιακό περιβάλλον, όπου εκφράζουν τους εαυτούς τους με συμβολικές μορφές και ερμηνεύουν την έκφραση του Άλλου, χρησιμοποιώντας τα «μέσα πληροφορίας και επικοινωνίας», όπως τα ονομάζει ο Thomson (1999). Οι πηγές αυτές περιλαμβάνουν πληροφορίες για τις ικανότητες, τις δεξιότητες και τις γνώσεις που είναι απαραίτητες για την παραγωγή πολιτιστικού κεφαλαίου, ενώ ταυτόχρονα το άτομο μπορεί να προχωρήσει σε πράξεις, που δύνανται να επηρεάσουν το ρου των γεγονότων και να πρωταγωνιστήσει στις κοινωνικές εξελίξεις με τις ανάλογες συνέπειες που επιφέρει μία τέτοια πράξη (Thomson, 1999: 40). Αυτή η διαδικασία βέβαια δεν είναι μονόδρομη αλλά αμφίδρομη, αφού μπορεί να υπάρξει μία διάδραση, καθώς μπορούν να δημιουργηθούν αντιδράσεις ως απάντηση, συμφωνία ή διαφωνία, πίστη και εμπιστοσύνη, αλλά και απιστία και αμφισβήτηση ή ακόμη τα άτομα μπορούν να εκφράσουν μία γενικότερη ανυπακοή ή να εκφράσουν δημοσίως την υποστήριξή τους. Στο πεδίο της σύγχρονης μεσοποιημένης επικοινωνίας ενυπάρχει μία «συμβολική εξουσία» σύμφωνα με τον Thomson, με τον ίδιο τρόπο που ενυπάρχει για παράδειγμα στη θρησκεία και την εκπαίδευση και για το λόγο αυτό, οι μεγάλοι οργανισμοί των μέσων επικοινωνίας προσπαθούν σε μεγάλη κλίμακα να παράξουν συμβολικές μορφές πολιτιστικού κεφαλαίου θέτοντας τις βάσεις για τη συγκέντρωση των μέσων πληροφορίας και επικοινωνίας, αλλά και των πόρων, υλικών και οικονομικών, που θα εξασφαλίσουν την παραγωγή και τη διάχυση της πληροφορίας στην κοινωνία (Couldry, 2003b; Jenkins, 1989; Thomson, 1999). Βέβαια, η πρόσληψη των προϊόντων των μέσων και η διανοητική επεξεργασία τους εξαρτάται από διάφορους παράγοντες, όπως οι δεξιότητες του ατόμου, το εκπαιδευτικό του υπόβαθρο, το κοινωνικό περιβάλλον μέσα στο οποίο διαβιεί, τα προσωπικά βιώματα και οι αντιλήψεις του, όλα αυτά δηλαδή που περιλαμβάνονται στην έννοια του

habitus, ενώ η διαδικασία της πρόσληψης αυτής είναι ερμηνευτική, καθώς τα άτομα αποδέχονται, νοηματοδοτούν και ερμηνεύουν υπό το δικό τους πρίσμα και τη δική τους οπτική γωνία τις πληροφορίες και τα προϊόντα των μέσων κατά βούληση. Συνεπώς, η επικοινωνία δεν είναι απλά ένα πεδίο απόκτησης πληροφοριών, με την ίδια λογική της απόκτησης καταναλωτικών προϊόντων, όπως η κατοχή ενός βιβλίου, που μπορεί να μη διαβαστεί ποτέ, ενός πίνακα ζωγραφικής που μπορεί να μην αναλυθεί ποτέ, αλλά απαιτεί ένα επίπεδο ερμηνείας και νοηματοδοσίας από πλευράς του ατόμου – δέκτη (Thomson, 1999: 77).

Ολοκληρώνοντας την επισκόπηση της θεωρίας του Bourdieu, δεν έχουμε παρά να αναγνωρίσουμε τη σημαντικότερη συμβολή του όχι μόνο στο χώρο της κοινωνιολογίας, αλλά εν γένει στη βαθύτερη κατανόηση της λειτουργίας του κοινωνικού κόσμου, που πραγματώνεται μέσα από καθημερινές συνήθειες, πρακτικές, συμπεριφορές, αντιλήψεις σε διάφορα πεδία, όπως η επιστήμη, η εκπαίδευση, ο πολιτισμός. Ο Γάλλος θεωρητικός, σε αντίθεση με τους προηγούμενους στοχαστές που εξετάσαμε, ανέλυσε σε βάθος την κοινωνική πρακτική ως προς τρεις άξονες, το κεφάλαιο, την έξη και το πεδίο διεισδύοντας στα άδυτα της καθημερινότητας του ατόμου, φέρνοντας την κοινωνική θεωρία πιο κοντά στην πραγματικότητα από ποτέ και όχι μόνο στην επιστημολογική σφαίρα της κοινωνιολογίας, ενώ το πλούσιο ερευνητικό του έργο βρίσκει εφαρμογή σε πάρα πολλά πεδία, καθώς οι θεωρίες του είναι ευπροσάρμοστες και εύκαμπτες, ώστε να επιδέχονται παραλλαγές προς όφελος της εξέλιξης των κοινωνικών επιστημών. Ωστόσο, δεν είναι λίγοι οι προβληματισμοί που έχουν προκύψει από το έργο του Bourdieu. Αρκετές αντιρρήσεις έχουν σημειωθεί σχετικά με το ρόλο του υποκειμένου, το οποίο σύμφωνα με τον Sewell (1992), υποβαθμίζεται σημαντικά, ενώ δίνεται έμφαση στο habitus, το οποίο ενυπάρχει στο άτομο υποδεικνύοντας πώς πρέπει να συμπεριφερθεί κατά περίπτωση και καθορίζοντας τις διαθέσεις του και μετέπειτα τις αποφάσεις και τις πράξεις του. Ο Smith (2006), θεωρεί πως ο Bourdieu δεν έχει καταφέρει να εξηγήσει επαρκώς πώς πραγματώνεται η κοινωνική αναπαραγωγή, αφού σε κάθε περίπτωση, σύμφωνα με τα λεγόμενα του Γάλλου κοινωνιολόγου το habitus παρουσιάζει ένα μοτίβο αναπαραγωγής που επαναλαμβάνεται συνεχώς, χωρίς το υποκείμενο να μπορεί να αποδεσμευτεί από το φαύλο κύκλο που έχει εγγενώς κληρονομήσει από το περιβάλλον του και μάλιστα

ακολουθεί άκριτα μία προγραμματισμένη ρουτίνα στην οποία δεν μπορεί να παρέμβει, καθώς δεν υπάρχει συνειδητή γνώση και υποκειμενικές επιλογές, αλλά αντικειμενικές προθέσεις που τις υπερβαίνουν (King, 2000; Ρωμανός, 2007; Sewell, 1992; Smith, 2006). Συνεπώς στη θεωρία του Bourdieu υπάρχει ένα κενό, που δεν μπορεί να εξηγήσει επαρκώς, πώς μπορεί να συμβεί μία αλλαγή μέσα στο σύστημα, ενώ η κουλτούρα και η δράση καταλήγουν να αντανakλούν και να αναπαράγουν τις ίδιες κοινωνικές δομές και ανισότητες.

Ένα επιπλέον στοιχείο της θεώρησης του Bourdieu, το οποίο τροφοδότησε την κριτική απέναντι στο έργο του, είναι το γεγονός, ότι σύμφωνα με το θεωρητικό παράδειγμα της πρακτικής δράσης, οι θεωρίες επηρεάζουν την πραγματικότητα στην οποία αναφέρονται και μάλιστα οι ερευνητές δεν είναι εξωτερικοί παρατηρητές, αλλά μέρος του κοινωνικού κόσμου που μελετούν (Lamont, 1992; Littlejohn & Foss, 2012; Penman, 1992). Η Lamont άσκησε έντονη κριτική στο γάλλο κοινωνιολόγο, καθώς διαπίστωσε στο έργο της «Money, Morals and Manners» (1992), ότι υπάρχουν αρκετές διαφορές μεταξύ Αμερικανών και Γάλλων, όσον αφορά στον τρόπο που αξιολογούν τους ανθρώπους, που σημαίνει πως μία γενίκευση των συμπερασμάτων είναι άτοπη και ο Bourdieu είναι σαφέστατα επηρεασμένος από τη γαλλική κουλτούρα και συγκεκριμένα την παριζιάνικη, όμως έχει την τάση να γενικεύει τις δικές του προσωπικές εμπειρίες μέσα στο στενό σύστημα των γάλλων διανοουμένων, χωρίς όμως αυτές να έχουν πραγματικό αντίκρουσμα έξω από το δικό του κοινωνικό κόσμο (Lamont, 1992; Littlejohn & Foss, 2012; Penman, 1992; Smith, 2006).

Η θεωρία της πρακτικής του Bourdieu, αν και δε μας δίνει μία ξεκάθαρη εικόνα του πραγματικού ρόλου της επικοινωνίας και της θέσης που έχει μέσα σε αυτή, ωστόσο μας δίνει τρεις ουσιαστικές και κρίσιμες φιλοσοφικές υποθέσεις, τις οποίες μπορούμε να αξιοποιήσουμε δημιουργικά κατά την πορεία της παρούσας διατριβής. Όσον αφορά την επιστημολογική προσέγγιση, η θεωρία του Γάλλου στοχαστή, τείνει να υποθέτει πως τα άτομα δεν είναι παθητικά κατά τη δημιουργία της γνώσης, αλλά έχουν ενεργό ρόλο και μπορούν σύμφωνα με τη δική του οπτική γωνία και το δικό τους υποκειμενικό background να νοηματοδοτήσουν τον κόσμο και το περιβάλλον τους (Littlejohn & Foss, 2012: 29). Η δεύτερη φιλοσοφική υπόθεση σχετίζεται με τον οντολογικό χαρακτήρα της θεωρίας της πρακτικής, σύμφωνα με τον

οποίο τα άτομα είναι όντα που κινητοποιούνται με βάση τα προσωπικά τους κίνητρα, τους προσωπικούς τους στόχους και σκοπούς και αυτό δεν αποτελεί σταθερά, αλλά μεταβλητή που επηρεάζεται από καταστάσεις και διαδικασίες που δεν είναι πάντα προβλέψιμες. Η δήλωση αυτή μας βοηθάει να κατανοήσουμε, ότι τα συμπεράσματα στα οποία θα καταλήξουμε από τη μεθοδολογική αξιοποίηση της πρακτικής θεωρίας, δεν μπορούν, αλλά και δε χρειάζεται απαραίτητως να γενικευθούν (Littlejohn & Foss, 2012: 29). Τρίτον, όσο αφορά την αξιολογία, διαπιστώνουμε πως ο Bourdieu τείνει να είναι περιγραφικός, δηλαδή μας βοηθάει να κατανοήσουμε πώς τα άτομα πράττουν σε διάφορες καταστάσεις, και πώς ερμηνεύουν τις καταστάσεις αυτές με γνώμονα τις δικές τους εμπειρίες (Littlejohn & Foss, 2012: 29).

1.1.5. Ο ρόλος της επικοινωνίας στη θεωρία της συμβολικής αλληλόδρασης

Στο νεοσύστατο Τμήμα Κοινωνιολογίας του Πανεπιστημίου του Σικάγου το 1920 μία ομάδα κοινωνιολόγων έκανε τα πρώτα βήματα στην έρευνα της παραβατικής συμπεριφοράς και το έργο τους αποτέλεσε την αρχή μίας από τις σημαντικότερες σχολές κοινωνιολογίας. Η κοινωνιολογία ξεκινά να γίνεται αντικείμενο μελέτης για πρώτη φορά και στην Αμερική, καθώς πάντα ήταν προσανατολισμένη και προσαρμοσμένη στον ευρωπαϊκό χώρο, αλλά και επηρεασμένη από ευρωπαίους διανοητές και κοινωνικούς επιστήμονες. Ο Robert Park ήταν ο βασικός υποστηρικτής των ερευνών της Σχολής του Σικάγου και παρακινώντας τους μαθητές του να μελετήσουν και να παρατηρήσουν την πολυτάραχη και θορυβώδη ζωή των μητροπόλεων των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής, μετέτρεψαν το Σικάγο σε πεδίο έρευνας, όπου μελετούσαν τον τρόπο οργάνωσης της κοινωνίας, αλλά και τα άτομα ως φορείς δράσης (Clark II & Fast, 2019; Λάμνιαν, 2002; Λαμπροπούλου, 2009; Littlejohn & Foss, 2012). Η Σχολή του Σικάγου έχει συνεισφέρει τα μέγιστα στον τομέα των κοινωνικών επιστημών με σημαντικότερους εκπροσώπους τους Cooley, Goffman και Thomas, ενώ έχει προσφέρει και έναν νέο τρόπο θεώρησης του κοινωνικού κόσμου, τη θεωρία της συμβολικής αλληλόδρασης με θεμελιωτές αυτής της προσέγγισης τους Mead και

Blumer (Clark II & Fast, 2019; Λάμνιας, 2002; Λάλλας, 2019; Λαμπροπούλου, 2009; Littlejohn & Foss, 2012).

Στις προηγούμενες υποενότητες εξετάσαμε θεωρίες που κινούνταν σε μακρο-επίπεδο, με τον Bourdieu να αναπτύσσει τη δική του συνδυαστική θεωρία προσπαθώντας να γεφυρώσει τη μακρο- με τη μικρο-κοινωνιολογία. Οι θεωρητικοί που αναλύσαμε εστίασαν στις μεγάλης κλίμακας κοινωνικές δομές και στα επιμέρους χαρακτηριστικά τους από διαφορετικές οπτικές γωνίες ωστόσο, υπό το πρίσμα της κοινωνικής συνοχής και λειτουργικότητας, και υπό το πρίσμα του κοινωνικού ανταγωνισμού και της σύγκρουσης (Λάλλας, 2019: 1). Αντιθέτως, ο Mead (1934) και μετέπειτα ο Blumer (1969) εξέτασαν το άτομο και τον τρόπο με τον οποίο λειτουργεί ανάλογα με το ρόλο που αναλαμβάνει και μέσω της ανάληψης ρόλου, προσπαθούν να κατανοήσουν, αλλά και να προβλέψουν τα κίνητρα, τον σκοπό και τη συμπεριφορά του Άλλου (Babbie, 2018: 97-98; Cohen, Manion & Morrison, 2007: 41; Λάμνιας, 2002: 209; Littlejohn & Foss, 2012; McPhail & Rexroat, 1979). Η συνεισφορά αυτής της θεωρίας στους τομείς της επικοινωνίας, της εκπαίδευσης, των κοινωνικών όψεων της ταυτότητας και της παραβατικότητας είναι μεγάλη. Σύμφωνα με τη θεωρία της αλληλόδρασης το υποκείμενο μέσω της ανάληψης ρόλου, επιχειρεί να κατανοήσει, να ερμηνεύσει και να νοηματοδοτήσει τα «άρρητα νοήματα» που επικοινωνεί ο Άλλος, προβλέποντας την αντίδραση στη δράση του (Aksan, Kısac, Aydin & Demirbuken, 2009; Blumer; 1969; Fink, 2015; Λάλλας, 2019; Λάμνιας, 2002; Littlejohn & Foss, 2012; Mead, 1934). Ο Mead, φανερά επηρεασμένος από τον πραγματισμό και τους εκπροσώπους του, επιχειρήσε να εξηγήσει ότι ο πραγματισμός ως φιλοσοφικό είδος οφείλει να γίνει κατανοητός, με όρους χρησιμότητας τόσο στο άτομο, όσο και στην κοινωνία (Fink, 2015). Η παραδοχή που εξέφρασε ο Αμερικανός κοινωνιολόγος αποτέλεσε μετέπειτα το έναυσμα για τη θεμελιώδη αρχή της συμβολικής αλληλόδρασης του Blumer. Σύμφωνα με τον Fink (2015), ο Mead παρουσίασε διάφορα πλαίσια μέσα στα οποία κατασκεύασε τη ριζοσπαστική του θεωρία για την ανάπτυξη του εαυτού, του πνεύματος και της κοινωνίας. Αρχικά ανέπτυξε τη θεωρία του για το διάλογο των χειρονομιών, ο οποίος παρουσιάζει τη διάδραση ως ανταλλαγή συμπεριφορών, οι οποίες προσδιορίζουν τις αρχόμενες δράσεις των αλληλεπιδρόντων – τις δράσεις που πρόκειται να πραγματοποιηθούν. Το επόμενο στάδιο της κοινωνικής επικοινωνίας είναι η ανάπτυξη συγκεκριμένων

συμβόλων ή χειρονομιών. Στο στάδιο αυτό, όχι μόνο ανταποκρίνεται ο αλληλεπιδρών στη χειρονομία, αλλά ταυτόχρονα το άτομο αντιλαμβάνεται και τι πρόκειται να επικοινωνηθεί (Fink, 2015: 6; Λάμνιαν, 2002: 210). Με άλλα λόγια, τα άτομα επικοινωνούν με τους αλληλεπιδρώντες, όπως επίσης και με τους εαυτούς τους. Επιπλέον, το άτομο μπορεί να αναλάβει το ρόλο του Άλλου και να φανταστεί ως έτερος εγώ, πώς ο Άλλος μεταφράζει τα σύμβολα που εκφράζονται, τα οποία γίνονται κατανοητά μέσω της επαγωγικής μεθόδου. Το πλαίσιο, μέσα στο οποίο κινείται η θεωρία της συμβολικής αλληλόδρασης γίνεται σαφέστερα αντιληπτό, σύμφωνα με τον Mead (1934), αν παρατηρήσουμε ένα παιδί, το οποίο αναλαμβάνει το ρόλο της μητέρας και έχει ως μωρό μία κούκλα, ή ακόμα κι ένα φανταστικό μωρό. Το παιδί «γίνεται» η μητέρα, ωστόσο σε ερώτησή του προς το παιχνίδι, απαντάει και πάλι το ίδιο. Συνεπώς, το παιδί «μπαινοβγαίνει» στους ρόλους με μεγάλη άνεση και μπορεί να πραγματοποιήσει έναν ολόκληρο διάλογο μεταξύ του εαυτού του και του Άλλου ρόλου που έχει αναλάβει (Mead, 1934), και σύμφωνα με τον Fink (2015) αυτό το παιχνίδι είναι «*θεμελιωδώς κοινωνικό*».

Η θεωρία της αλληλόδρασης είναι ένας τρόπος σκέψης, επεκτείνεται στον νου, στον εαυτό, αλλά και στην κοινωνία και έχει αποτελέσει το θεμέλιο λίθο της κοινωνιοπολιτισμικής παράδοσης της θεωρίας επικοινωνίας. Τα άτομα αλληλεπιδρούν μεταξύ τους, ανταλλάσσουν νοήματα και μηνύματα και στο τέλος κατανοούν γεγονότα και καταστάσεις με συγκεκριμένους τρόπους (Aksan et al., 2009; Clark II & Fast, 2019; Cohen, Manion & Morrison, 2007; Littlejohn & Foss, 2012). Μέσα από το διάλογο, τα άτομα διαμορφώνουν τόσο τον εαυτό τους, όσο και το κοινωνικό γίνεσθαι. Χαρακτηριστικό πεδίο εφαρμογής της συμβολικής αλληλόδρασης είναι η διαδικασία της κοινωνικοποίησης των παιδιών μέσω της επικοινωνίας. Τα παιδιά κοινωνικοποιούνται μέσα από το περιβάλλον τους, μέσω της αλληλεπίδρασης πρωτίστως με τα μέλη της οικογένειάς τους και στη συνέχεια μέσα από το σχολείο (Λάμνιαν, 2002). «*Η διαδικασία της διαπραγμάτευσης του κόσμου υλοποιείται επίσης μέσω της επικοινωνίας: το άτομο κατανοεί και χειρίζεται αντικείμενα του περιβάλλοντος μέσω της κοινωνικής αλληλεπίδρασης. Ένα αντικείμενο μπορεί να είναι πτυχή της πραγματικότητας του ατόμου: ένα πράγμα, μία ιδιότητα, ένα γεγονός ή μία κατάσταση πραγμάτων*» (Littlejohn & Foss, 2012: 98). Βασική προϋπόθεση για την αντικειμενοποίηση όλων των παραπάνω, είναι η ονοματοδοσία, ή η ύπαρξη μίας

συμβολικής αναπαράστασης, για το λόγο αυτό, τα αντικείμενα είναι κάτι περισσότερο από άψυχα πράγματα, θα μπορούσαμε να τα χαρακτηρίσουμε ως κοινωνικά αντικείμενα (Mead, 1934; Ritsert, 1996).

Σύμφωνα με τους Hickman και Kuhn (1956)²⁴, αλλά και τον Tucker (1966)²⁵ που είναι θεμελιωτές της κοινωνιοπολιτισμικής παράδοσης της θεωρίας της επικοινωνίας, οι επικοινωνούντες δεν επικοινωνούν μόνο με άλλα υποκείμενα ή κοινωνικά αντικείμενα, αλλά και με τους εαυτούς τους. Για παράδειγμα, όταν σχεδιάζουμε κάτι στο μυαλό μας, όταν συγκρίνουμε ανθρώπους και καταστάσεις, όταν αναλύουμε γεγονότα, ή παίρνουμε αποφάσεις σε σχέση με τη δράση μας απέναντι στα διάφορα κοινωνικά αντικείμενα, τότε δημιουργούμε ένα σχέδιο δράσης, σύμφωνα με τον Kuhn (1956), το οποίο δε δημιουργείται στην απομόνωση, αλλά επηρεάζεται και καθοδηγείται από τη συμπεριφορά μας, τα κίνητρά μας και τις αξίες που διέπουν την εκάστοτε δράση (Littlejohn & Foss, 2012: 98). Το σχέδιο δράσης προϋποθέτει την αλληλεπίδραση με τους Άλλους, οι οποίοι είναι σημαντικοί στη ζωή ενός ατόμου και διαμορφώνουν τις πραγματικότητές τους, όπως είναι οι γονείς, οι δάσκαλοι και άλλοι άνθρωποι, οι οποίοι επηρεάζουν βαθιά το άτομο. Αυτοί οι σημαντικοί Άλλοι, μπορεί να υπάρχουν στη ζωή του ατόμου ή και όχι, να ανήκουν στο παρόν ή στο παρελθόν, αλλά η ουσία του πράγματος είναι, ότι αυτοί οι σημαντικοί άνθρωποι βοήθησαν στη βαθύτερη κατανόηση του πραγματικού εαυτού του ατόμου (Hickman & Kuhn, 1956; Littlejohn & Foss, 2012; Tucker, 1966).

Ο Mead υπήρξε πρωτίστως κοινωνικός ψυχολόγος και διανοητής της κοινωνίας και δεν ανέπτυξε μέσω του έργου του κάποιο μεθοδολογικό πλαίσιο, μέσα στο οποίο μπορεί κανείς να αξιοποιήσει την κοινωνική του θεωρία. Αυτό συνέβη μεταγενέστερα, όταν ο Blumer εστίασε στη συμβολική αλληλόδραση, ως εφαρμοσμένη προσέγγιση κατανόησης της κοινωνίας μέσω της κοινωνικής θεωρίας και της φιλοσοφικής επιστήμης του Mead. Η συμβολική αλληλόδραση δε χρησιμοποιήθηκε ποτέ ως όρος από τον θεμελιωτή της, αλλά εισήχθη από τον Blumer (1969), ως μία από τις σπουδαιότερες σύγχρονες κοινωνικές θεωρίες, και αυτό συνέβη, διότι πραγματεύεται τρία θεμελιώδη ζητήματα που απασχόλησαν, αλλά και

²⁴ Hickman, C. A. & Kuhn, M. (1956). *Individuals, Groups, and Economic Behavior*. New York: Holt, Rinehart & Winston.

²⁵ Tucker, C. (1966). Some Methodological Problems of Kuhn's Self Theory. *Sociological Quarterly*, 7, 345-358.

συνεχίζουν να απασχολούν τους στοχαστές, ανεξαρτήτως εποχής και καταγωγής: την κοινωνία, τον εαυτό και τον νου. Η συμβολική αλληλόδραση, όπως την αντιλαμβάνεται ο Blumer, έγκειται στην κατανόηση της πραγματικότητας και της δράσης στην καθημερινότητα των ατόμων. Η κατανόηση θεμελιώνεται και συσχετίζεται με την αντίληψη του δράστη σχετικά με τον εαυτό του, αλλά και με τη «μετάφραση» του περιβάλλοντος και των αντικειμένων κατά την κοινωνική αλληλεπίδρασή του με αυτά (Clark II & Fast, 2019: 143; Ritsert, 1996). Σύμφωνα με τον Ritsert (1996), οι συμβολικοί ιντεραξιονιστές, δίνουν ιδιαίτερη βαρύτητα στη σημασία που έχουν για τον δρώντα τα πράγματα στο περιβάλλον, όπου βεβαίως με τη λέξη «πράγματα» δεν εννοούν μόνο τα φυσικά αντικείμενα, όπως εξηγήσαμε παραπάνω, αλλά όλα, όσα συνιστούν ακόμα και μία κατάσταση, ενώ αναλόγως τις προθέσεις και τις αντιλήψεις του καθενός, τα κοινωνικά αντικείμενα αποκτούν υποκειμενική σημασία, η οποία δύναται να διαφέρει κατά περίπτωση. *«Στις αμοιβαίες και ανταλλακτικές σχέσεις ανάμεσα στα άτομα ανανεώνονται, επεκτείνονται και αλλάζουν διαρκώς οι δεδομένες σημασίες»* (Ritsert, 1996: 65).

Οι αμερικανοί κοινωνιολόγοι ασχολήθηκαν με την κοινωνική πράξη, όπως οι βιολόγοι με το κύτταρο και την ανέλυσαν σε τέτοιο μικρο-επίπεδο που κατέληξαν πως η κοινωνική πράξη αποτελεί ένα minimum συμπεριφοράς, μπορεί να είναι απλούστατη, πιθανόν να μην έχει σχεδόν καθόλου διάρκεια ή ακόμη και να είναι ένα σχέδιο ζωής, ωστόσο ακόμα και αυτό το minimum είναι μία ολοκληρωμένη συμπεριφορά, με αρχή, μέση, τέλος, κίνητρο, σκοπό, αποτέλεσμα, νόημα και οι πράξεις συνολικά και αθροιστικά, είναι αυτές που συνδυάζονται και προχωράει εν τέλει η ζωή (Blumer, 1969; Littlejohn & Foss, 2012; Mead, 1934). Στο σημείο αυτό, ο Blumer (1969), τονίζει πως οι πράξεις που συμβαίνουν από κοινού αποτελούνται από διασυνδέσεις μικρότερων αλληλεπιδράσεων, ενώ μας προειδοποιεί πως οι καινούριες καταστάσεις απαιτούν αναπροσαρμογή και επανεξέταση²⁶. Επιπλέον οι ομαδικές πράξεις, οι οποίες επιδεικνύουν ένα επαναληπτικό μοτίβο, λόγω της σταθερότητας των νοημάτων τους και της συχνότητάς τους, τείνουν να θεωρούνται δομές, ωστόσο αν αναλύσουμε σε μικρο-επίπεδο αυτές τις δομές, θα

²⁶ στο Littlejohn & Foss (2012), σελ. 190

ανακαλύψουμε, πως η ρίζα των συλλογικών πράξεων που τις αποτελούν είναι η ατομική ανθρώπινη δράση και η κατ' επέκταση η ατομική επιλογή²⁷.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει ο τρόπος, με τον οποίο ο Habermas (1987) προσεγγίζει τον Mead, κυρίως ως προς τη θεώρηση του εαυτού, κατά την οποία ο γερμανός θεωρητικός δίνει δύο διαστάσεις στον εαυτό: το εγώ και το εμέ. Το «εγώ» του Mead είναι η εσωτερικευμένη έκφραση της ενεργητικής αντίδρασης του υποκειμένου, η οποία *«μετασχηματίζει τα όποια γενικευμένα κανονιστικά πρότυπα και διαμορφωμένα νοήματα και παρά την αντίσταση του «εμέ», εκφράζει αυθόρμητα – πιθανόν διαισθητικά μια διαφοροποιημένη και ίσως απροσδόκητη αντίδραση»* (Λάμνιαν, 2002: 211). Από την άλλη, το «εμέ» εσωκλείει τα κοινωνικά αποδεκτά πρότυπα, τις νόρμες, τα σταθερά νοήματα και αρκετές φορές έρχεται σε αντίθεση με την παρόρμηση του «εγώ» (Aboulafia, 2020; Λάμνιαν, 2002). Αυτή η διαφοροποίηση του «εγώ» και του «εμέ» είναι μία από τις πιο ουσιαστικές συνεισφορές του Mead στην κοινωνική ψυχολογία, ενώ αναφέρει και τις δύο αυτές έννοιες, ως «φάσεις του εαυτού», παρά το γεγονός, ότι ο αμερικανός θεωρητικός τις περισσότερες φορές χρησιμοποιεί τη λέξη «εαυτός» αντί της λέξης «εμέ» (Aboulafia, 2016; Aboulafia, 2020; Γκίβαλος, 2011; Habermas, 1987; Λάμνιαν, 2002; Littlejohn & Foss, 2012). Το «εμέ» είναι ένα γνωστικό αντικείμενο, το οποίο γίνεται αντιληπτό αναστοχαστικά. Όταν προβαίνουμε σε κάποια συνήθη δράση, τότε δεν έχουμε πλήρη επίγνωση αυτής και λειτουργούμε μηχανικά, με αποτέλεσμα να είμαστε δέσμιοι μίας ανακλαστικής δράσης, όταν όμως δρούμε μέσω της προοπτικής ενός γενικευμένου Άλλου, τότε και οι δύο παρατηρούμε και δημιουργούμε έναν εαυτό σε συνάρτηση με ένα σύστημα συμπεριφορών που αποτελούν αυτόν τον γενικευμένο Άλλο (Aboulafia, 2020; Littlejohn & Foss, 2012: 192). Με άλλα λόγια, μόλις οι πράξεις του «εγώ» αντικειμενοποιηθούν και γνωστοποιηθούν, τότε περνούν στη σφαίρα του «εμέ». Οι Littlejohn και Foss (2012: 192), στο έργο τους «Θεωρίες Ανθρώπινης Επικοινωνίας» κάνουν ιδιαίτερη αναφορά στην περίπτωση των εφήβων που αποτελούν και το target group της παρούσας διατριβής. Συγκεκριμένα, οι θεωρητικοί, παίρνουν ως παράδειγμα την εικόνα που έχουν οι έφηβοι για τον εαυτό τους. Η εικόνα αυτή έρχεται ως αποτέλεσμα της αλληλεπίδρασης που έχουν με τους σημαντικούς Άλλους

²⁷ όπ. παρ.

ο οποίοι επηρεάζουν τη ζωή τους, όπως είναι οι γονείς, τα αδέρφια, οι συνομήλικοί τους, οι δάσκαλοι και όπως αυτοί βλέπουν τα παιδιά, έτσι κι αυτά με τη σειρά τους αντιλαμβάνονται τον ίδιο τους το εαυτό. *«Υιοθετούν το πρόσωπο που αντανακλάται σε αυτούς μέσα από τις πολλές αλληλεπιδράσεις με τους άλλους ανθρώπους. Καθώς συμπεριφέρονται με τρόπους που επιβεβαιώνουν αυτήν την εικόνα, η αντίληψη αυτή ενδυναμώνεται και οι άλλοι αντιδρούν ανάλογα ακολουθώντας μία κυκλική πορεία. Έτσι, για παράδειγμα αν οι νέοι νιώθουν κοινωνικά αδέξιοι, μπορεί να αποσυρθούν, γεγονός που ενδυναμώνει περαιτέρω την εικόνα της ανεπάρκειας»²⁸ (Littlejohn & Foss, 2012: 192).*

Όπως αντιλαμβανόμαστε από όλα τα παραπάνω, η επικοινωνία έχει εξέχουσα θέση στη θεωρία της συμβολικής αλληλόδρασης, για την ακρίβεια η αλληλόδραση είναι συνυφασμένη με την επικοινωνία, της οποίας αποτέλεσμα είναι η παραγωγή νοήματος, κεντρική έννοια της κοινωνικής θεωρίας της Σχολής του Σικάγου. Το άτομο δέχεται τα νοήματα, τα επεξεργάζεται και τα χρησιμοποιεί για να ερμηνεύσει τον κόσμο γύρω του. Σύμφωνα με τον Blumer (1969: 5), το υποκείμενο αναλόγως της κατάστασης στην οποία βρίσκεται αντιλαμβάνεται, ελέγχει και μετασχηματίζει τα νοήματα και είναι προφανές πως χωρίς αυτή τη διαδικασία νοηματοδότησης, δεν θα ήταν δυνατή η επικοινωνία μεταξύ των ατόμων. Όσον αφορά στην έννοια της επικοινωνίας, σύμφωνα με τον Mead (1934), στο έργο του «Mind, Self and Society», ο αμερικανός θεωρητικός περιγράφει, πώς ο νους και ο εαυτός αναδύονται μέσω της κοινωνικής διαδικασίας. Αντί να προσεγγίσει την ανθρώπινη επικοινωνία με όρους ατομικής ψυχολογίας, ο Mead αναλύει την εμπειρία από την οπτική γωνία της επικοινωνίας, ως βασικού συστατικού της κοινωνικής τάξης (Cronk, 2003; Mead, 1934). Η ατομική ψυχολογία, είναι κατανοητή μόνο σε όρους κοινωνικών διαδικασιών. Η ανάπτυξη του ατομικού – μεμονωμένου εαυτού και της αυτοσυνείδησης μέσα στο πεδίο της προσωπικής εμπειρίας είναι εξέχως κοινωνική. Όπως περιγράφει ο Cronk (2003), ο νους, σύμφωνα με τον Mead αναδύεται μέσα

²⁸ Για περαιτέρω ανάλυση μπορούμε να ανατρέξουμε στη θεωρία της κοινωνικής ετικέτας (labeling theory), με κύριους εκπροσώπους τους Thomas (1928), Lemert (1951, 1967), Becker (1963) και Merton (1968). Επιπλέον, μπορούμε να ανατρέξουμε και στη θεωρία της αυτοεκπληρούμενης προφητείας του Merton (1948), ώστε να κατανοήσουμε με περισσότερες λεπτομέρειες, πώς η εικόνα που έχουν οι σημαντικοί Άλλοι για εμάς, μπορεί να επηρεάσει τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβανόμαστε τον εαυτό μας.

από την κοινωνική διαδικασία της επικοινωνίας και δεν μπορεί να κατανοηθεί ξεχωριστά από αυτή τη συνθήκη, ενώ η επικοινωνιακή διαδικασία περιλαμβάνει δύο φάσεις: α) το διάλογο των χειρονομιών, που αναλύσαμε προηγουμένως και β) τη γλώσσα ή αλλιώς το διάλογο των σημασιοδοτικών χειρονομιών, όπου ο όρος «χειρονομία» σημαίνει κάθε πράξη που φέρει ένα νόημα. Και οι δύο φάσεις προϋποθέτουν ένα κοινωνικό περιεχόμενο μέσα στο οποίο δύο ή περισσότερα άτομα αλληλεπιδρούν μεταξύ τους κι ενώ μέσω του διαλόγου των χειρονομιών πραγματοποιείται η ασυνείδητη επικοινωνία, αντιθέτως μέσω του διαλόγου των σημασιοδοτικών χειρονομιών πραγματοποιείται η ενσυνείδητη (Cronk, 2003). Η γλώσσα, από την οπτική που την εξετάζει ο Mead, είναι επικοινωνία μέσω σημασιοδοτικών συμβόλων, γλωσσικά προσανατολισμένη, ωστόσο μπορεί να είναι και μία μη λεκτική χειρονομία, ενώ από τη στιγμή που μία χειρονομία αναγάγεται σε σημασιοδοτικό σύμβολο, σημαίνει ότι έχει ένα κοινό νόημα, κοινωνικά αποδεκτό. Μέσω αυτού του νοήματος μπορούμε να κατανοήσουμε αυτό που εκφράζουμε εμείς οι ίδιοι με λόγια, να κατανοήσουμε αυτό που εκφράζει ο Άλλος και με αυτόν τον τρόπο συμμετέχουμε όλοι μας σε μία κοινωνία, η οποία γίνεται καθολικά κατανοητή μέσω των σημασιοδοτικών συμβόλων (Babbie, 2018; Cronk, 2003; Leeds-Hurwitz, 1996; Littlejohn & Foss, 2012). Τέλος, μπορούμε να πούμε, πως η συμβολική αλληλόδραση, χρησιμοποιώντας ως όχημα την επικοινωνία, μελετά σε βάθος τους τρόπους με τους οποίους οι άνθρωποι αλληλεπιδρούν, έρχονται κοντά, διαφωνούν, συμφωνούν, συνδιαλέγονται και οικοδομούν μέσω κοινών πράξεων και αλληλεπίδρασης τον κοινωνικό κόσμο μέσα στον οποίο διαβιούν.

Ολοκληρώνοντας την παρούσα υποενότητα, οφείλουμε να αναγνωρίσουμε τη σπουδαιότητα της Σχολής του Σικάγου και τη μεγάλη της επιρροή στις διάφορες θεωρίες της επικοινωνίας. Η θεωρία της αλληλόδρασης λειτουργεί ως μεγεθυντικός φακός, με τον οποίο μπορούμε να αναλύσουμε σε μικρο-επίπεδο την ατομική δράση και στη σύνθεσή της να κατανοήσουμε την κοινωνία, ως έναν ζωντανό οργανισμό που εξελίσσεται και μεταβάλλεται, σύμφωνα με τις ατομικές επιλογές, οι οποίες ακόμα και σε συλλογικό επίπεδο, εξακολουθούν να κατευθύνουν τις κοινές πράξεις, μέσω του διαλόγου των σημασιοδοτικών χειρονομιών, δημιουργώντας ένα οργανικό κοινωνικό σύμπαν. Παρά το γεγονός, ότι η θεωρία της αλληλόδρασης είναι μία συμπαγής κοινωνική θεωρία με μεγάλη συμβολή στην εξέλιξη των κοινωνικών

επιστημών, ωστόσο έχει ασκηθεί κριτική από διάφορους θεωρητικούς, οι οποίοι επισημαίνουν ασάφειες και κενά στο έργο των Mead και Blumer.

Ο Aboulafia (2016; 2020), στην Εγκυκλοπαίδεια του Πανεπιστημίου του Στάνφορντ, επισημαίνει, πως η οπτική του Mead σχετικά με το «εμέ» και τον γενικευμένο Άλλο, οδήγησε αρκετούς επικριτές του να υποθέσουν, ότι ο θεωρητικός είναι ντετερμινιστής. Αν κάποιος εστιάσει στην ανησυχία του Mead σχετικά με τα κοινωνικά συστήματα και την κοινωνική ανάπτυξη του εαυτού μέσα σε αυτά, τότε είναι λογικό επακόλουθο κάποιος να υποθέσει, πως ο Αμερικανός κοινωνιολόγος είναι στοχαστής της διαδικασίας της κοινωνικοποίησης, η οποία λαμβάνει χώρα εντός των συστημάτων και άρα δεν υπόκειται στον έλεγχο των ατόμων. Ωστόσο, αν αναλογιστεί κανείς το ρόλο του «εγώ» και την καινοτομία στον τρόπο νοηματοδότησης της έννοιας αυτής, μπορούμε να πούμε, πως ο Mead απομακρύνεται από τον ντετερμινισμό παρά τον προσεγγίζει, με την καινοτομία αυτή να προσδίδει στον ντετερμινισμό έναν αυθορμητισμό, ο οποίος δεν συνάδει με την έννοια της αυτονομίας, της αυτοκυριαρχίας και της αυτοαποφασιστικότητας, χαρακτηριστικά που συχνά θεωρούνται θεμελιώδεις λίθοι της μοντέρνας δυτικής νόησης του υποκειμένου (Aboulafia, 2016; 2020). Επιπλέον ο αμερικανός θεωρητικός είναι ένθερμος υποστηρικτής της επιστημονικής μεθόδου, την οποία θεωρεί δραστηριότητα κατά βάση δημοκρατική και για το λόγο αυτό υποστηρίζει, πως απλά πρέπει να μάθουμε να είμαστε μεθοδικότεροι στους τρόπους με τους οποίους επιλύουμε τα διάφορα προβλήματα που καλείται να αντιμετωπίσει η μοντέρνα επιστήμη εν γένει. Οι συζητήσεις του Mead για την επιστήμη και τη συμπεριφορά επίλυσης προβλημάτων, οι οποίες προϋποθέτουν τη συμμετοχική εμπειρία, την αντανakλαστικότητα της συνείδησης και την κοινωνία των προοπτικών με την αντικειμενική πραγματικότητα σε συνδυασμό με τη δημιουργικότητα του «εγώ», μας βοηθούν να κατανοήσουμε πως ο θεωρητικός πιστεύει θερμά, ότι η βιολογική μας «προίκα» μαζί με τις κοινωνικές μας δεξιότητες, μας καθιστούν ικανούς να ορίσουμε εμείς οι ίδιοι το μέλλον μας και να λαμβάνουμε τις καλύτερες δυνατές αποφάσεις σε κάθε περίπτωση (Aboulafia, 2016; 2020)²⁹.

²⁹ Για λεπτομερή ανάλυση του έργου του Mead μπορεί κανείς να ανατρέξει στην ηλεκτρονική βιβλιοθήκη του Πανεπιστημίου του Stanford στον ιστότοπο: <https://plato.stanford.edu/entries/mead/>.

Η θεωρία της συμβολικής αλληλόδρασης έχει δεχτεί αρκετές κριτικές σχετικά με την ασάφεια των όρων που χρησιμοποιεί και τη δυσκολία των εννοιών ως προς την αντικειμενική τους μέτρηση, καθώς ο νους, ο εαυτός και η νόηση είναι έννοιες που δεν επιδέχονται συγκεκριμένης εμπειρικής μετάφρασης και υπάρχουν αντικειμενικές δυσκολίες στο να ελεγχθούν (Aboulafia, 2020; Λάλλας, 2019: 18; McPhail & Rexroat, 1979:449). Ο Λάλλας (2019: 18) επισημαίνει, πως οι Mead και Blumer θεωρούν, πως η ανθρώπινη συμπεριφορά δεν μπορεί να αναλυθεί ως προς τη σχέση αιτίας – αιτιατού, όπως τόνισε και ο Aboulafia (2016, 2020), ούτε και να εξηγηθεί μέσω των κοινωνικών αιτιών, καθώς το κάθε άτομο προβαίνει σε δράση ή αντίδραση, αφού πρώτα ερμηνεύσει κατά το δοκούν τα νοήματα που επικοινωνούνται και αυτή η διαδικασία είναι στον πυρήνα της απρόβλεπτη, αφού ο καθένας υποκινείται από τα προσωπικά του κίνητρα και στόχους και αυτό δεν αποτελεί αντικειμενική πραγματικότητα για όλους. Επιπλέον, οι McPhail & Rexroat (1979) αμφισβήτησαν ευθέως τη σύμπλευση του έργου του Mead με τη θεωρία της συμβολικής αλληλόδρασης του Blumer, καθώς υποστήριξαν στην έρευνά τους, ότι η θεωρία του Blumer δεν αποτελεί συνέχεια της παράδοσης του Mead, ούτε επιχειρεί να επεξηγήσει το έργο του αμερικανού θεωρητικού, αφού ο χαρακτηρισμός και η ανάλυση της επιστημονικής έρευνάς του είναι εντελώς διαφορετική από την νατουραλιστική προσέγγιση και μεθοδολογία του δεύτερου. Οι McPhail και Rexroat πραγματεύονται την υπόθεση, ότι οι θεωρητικές ιδέες του Mead δεν μπορούν εξετασθούν μέσω της συστηματικής παρατήρησης. Ωστόσο, οι επικριτές της συμβολικής αλληλόδρασης υποστηρίζουν, πως μεθοδολογικά μπορούν να αναζητηθούν τα κοινωνικά αίτια, όταν εξετάζεται η ανθρώπινη συμπεριφορά μέσω της παρατήρησης, χρησιμοποιώντας ως μεθοδολογικό εργαλείο το ερωτηματολόγιο (Λάλλας, 2019: 18).

Μία ακόμη κριτική που έχει ασκηθεί στη θεωρία της συμβολικής αλληλόδρασης, τονίζει την απουσία της επίδρασης του ψυχολογικού παράγοντα στη συμπεριφορά των ανθρώπων, καθώς θεωρείται πως τα άτομα έχουν την ικανότητα της σκέψης και του στοχασμού και μπορούν να επεξεργαστούν με αντικειμενικά κριτήρια τις διάφορες καταστάσεις με αποτέλεσμα να δρουν ενεργητικά κατά βούληση (Λάλλας, 2019: 18; Ritzer, 2013: 272). Βέβαια, δεν μπορούμε να παραβλέψουμε, ότι η συμπεριφορά του ατόμου δεν υποκινείται μόνο από τις

αντικειμενικές του προθέσεις και στόχους, αλλά προφανώς επηρεάζεται και από εξωτερικούς παράγοντες, οι οποίοι ενυπάρχουν στα συστήματα, ενώ η συμβολική αλληλόδραση δεν περιλαμβάνει και τους γενικότερους κοινωνικούς περιορισμούς που ενδεχομένως επηρεάζουν (Ritzer, 2013), έστω και υποσυνείδητα τη δράση του ατόμου. Βέβαια, από τη Σχολή του Σικάγου απουσιάζει η μακρο-κοινωνιολογική ανάλυση της ατομικής πράξης (Λάλλας, 2019: 19), οπότε υπάρχει μία λογική στο γεγονός, ότι δεν λαμβάνει υπόψη της την επιρροή που ασκεί το σύστημα και η δομή στην ατομική πράξη και αυτή είναι η πιο σημαντική κριτική που ασκείται στην κοινωνική θεωρία των Mead και Blumer.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

2. Η επικοινωνία στο σύγχρονο παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον

2.1. Η διαδικασία της επικοινωνίας

Μελετώντας κανείς τη διεθνή βιβλιογραφία θα παρατηρήσει ότι η επιστήμη της επικοινωνίας έχει φέρει στο προσκήνιο πολλούς προβληματισμούς σχετικά με τη διαδικασία που ακολουθείται. Υπάρχουν αναρίθμητες προσεγγίσεις και αναλύσεις του φαινομένου, καθώς επίσης και αρκετά μοντέλα επικοινωνίας που δημιουργήθηκαν με βάση την οπτική γωνία των θεωρητικών της επικοινωνίας, ωστόσο η προσπάθεια να βρεθούν συγκλίσεις στη θεωρία είναι ατέρμονη και ατελέσφορη. Μέσα όμως στο διεθνή διάλογο για την εξέλιξη της επικοινωνίας, τον τρόπο με τον οποίο συντελείται σήμερα, αλλά και το πώς έχουν επηρεάσει οι τεχνολογικές εξελίξεις την κοινωνική αλληλεπίδραση, της οποίας αποτελεί και θεμέλιο, βλέπουμε πως, όποιο μοντέλο και να υιοθετήσει κανείς σε σχέση με την επικοινωνιακή διαδικασία, δύο είναι οι βασικές κατηγορίες στις οποίες χωρίζεται: τη λεκτική και τη μη λεκτική.

Στη λεκτική επικοινωνία κυρίαρχο ρόλο παίζει η γλώσσα. Η γλώσσα είναι το μέσο, το οποίο υπακούει σε διάφορους μορφολογικούς, συντακτικούς και σημασιολογικούς κανόνες και διαμέσου αυτών διαμορφώνει τον ήχο (Πόλο & Μάνου, 2016: 19). Τα άτομα για να καταφέρουν να επικοινωνήσουν μεταξύ τους θα πρέπει να αντιλαμβάνονται και να κατανοούν μία κοινή γλώσσα. Οι σημασιολογικοί

κανόνες είναι αυτοί, που καθορίζουν τα νοήματα των λέξεων. Όλοι αυτοί οι κανόνες μαζί αντιπροσωπεύουν τη γραμματική (Hogg και Vaughan, 2010: 702-703). Η γλώσσα θεωρείται επίσης ένα μέσο επικοινωνίας και μάλιστα το ισχυρότερο, καθώς μέσω της κοινής γνώσης μπορούν να παραχθούν απεριόριστα νοήματα, ενώ με τη σωστή και αποτελεσματική χρήση της γλώσσας, μπορούν τα άτομα να αντιληφθούν τους πολιτισμικούς κανόνες και να γνωρίζουν πότε είναι η κατάλληλη στιγμή να λεχθεί τι, πού και σε ποιον (Hogg και Vaughan, 2010: 703). Η Κακαβούλια (2004) στην ανάλυσή της για το έργο της Βακαλό, συσχετίζει την επικοινωνία με τη γλώσσα και την κοινωνία υπό ένα *φυλογενετικό πρίσμα*. Συγκεκριμένα τονίζει την αναγκαιότητα της κατανόησης της γλώσσας, ως την εξέλιξη ενός κώδικα επικοινωνίας που τοποθετείται στη βάση της συμβιωτικής συνύπαρξης, ενώ η αρχή του της ομιλίας είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τη δημιουργία των πρώτων κοινοτήτων συμβίωσης (Κακαβούλια, 2006: 128).

Ο Ferdinand de Saussure, ο ιδρυτής της σύγχρονης γλωσσολογίας, περιέγραψε τη γλώσσα, ως όργανο επικοινωνίας και επιχείρησε να τη διακρίνει σε Λόγο και Ομιλία (Καππάτου, 2012: 24). Ο λόγος φανερώνει την κοινωνική χροιά της γλώσσας, είναι ένα σύστημα στοιχείων που ενυπάρχει σε κάθε άνθρωπο από την ημέρα της γέννησής του και συνεχώς εξελίσσεται, διευρύνεται και μεταλλάσσεται με την πάροδο του χρόνου μέσω της αλληλεπίδρασης με τα υπόλοιπα μέλη του κοινωνικού συνόλου στο οποίο εντάσσεται (Καππάτου, 2012: 24). Όσον αφορά στην Ομιλία, μπορούμε να αναγνωρίσουμε την ατομική όψη της γλώσσας, τη χρήση δηλαδή του λόγου στην καθημερινότητά μας σε συγκεκριμένες περιστάσεις (Chandler, 1994: 7; Καππάτου, 2012: 24)³⁰. Για να λειτουργήσει όμως ορθά η γλώσσα ως κώδικας επικοινωνίας, θα πρέπει να υπάρχουν οι κατάλληλες προϋποθέσεις, οι οποίες σύμφωνα με την Καππάτου (2012) πρόκειται να καθορίσουν τη γλωσσική διαφοροποίηση και την ποικιλομορφία. Αυτές είναι οι εξής: α) η περίσταση μέσα στην οποία συντελείται η διαδικασία της επικοινωνίας, η οποία ποικίλει ανάλογα με το περιβάλλον και τους συνομιλητές, στοιχεία που καθορίζουν και το γλωσσικό ύφος, β) τα κοινωνικά χαρακτηριστικά και οι κοινωνικοί ρόλοι των συνομιλητών και γ) η

³⁰ Chandler, D. (1994). *Σημειωτική για Αρχάριους*. Ανακτήθηκε στις 19/5/2019 από την ιστοσελίδα <http://semiotics.nured.uowm.gr/wp-content/uploads/2013/05/ΣΗΜΕΙΩΤΙΚΗ-ΓΙΑ-ΑΡΧΑΡΙΟΥΣ.pdf>

γεωγραφική περιοχή, καθώς για παράδειγμα οι τοπικοί διάλεκτοι ενδέχεται να επηρεάσουν την πρόσληψη του μηνύματος και να μην είναι το ίδιο αποδοτικό το νόημα, καθώς υπάρχουν διαφορές μετά των συνομιλητών σε σχέση με το γλωσσικό κώδικα (Καππάτου, 2012: 24-25).

Ένας προβληματισμός που έχει προκύψει σχετικά με τη λεκτική επικοινωνία και συγκεκριμένα με τη γλώσσα, είναι η σύνδεσή της με τη σκέψη (Ψύλλα, 2011: 10). Η διαλεκτική που ξεκίνησε από διάφορες επιστήμες, όπως η ψυχολογία, η φιλοσοφία κ.ά. έχει δύο βασικές προσεγγίσεις. Κατά την πρώτη προσέγγιση, η οποία είναι η πιο διαδεδομένη και έχει τις ρίζες της στην ψυχολογία και την αμερικάνικη ψυχολογία είναι η ταύτιση της γλώσσας με τη σκέψη. Σύμφωνα με αυτή τη συλλογιστική σκέψη και γλώσσα είναι έννοιες ταυτόσημες, οπότε δε χρειάζεται και περαιτέρω διερεύνηση η μεταξύ τους σχέση (Ψύλλα, 2011: 10). Στην άλλη πλευρά βρίσκονται οι εκπρόσωποι της σχολής του Βύρτσμπουργκ στη Γερμανία, οι οποίοι υποστηρίζουν το διαχωρισμό της σκέψης από τη γλώσσα, ενώ υπάρχει και πλήθος επιστημόνων που βλέπουν την πραγματικότητα κάπου στη μέση, θεωρώντας πως «σκέψη και γλώσσα είναι οι δύο όψεις του ίδιου νομίσματος» (Ψύλλα, 2011: 10).

Πέρα από την ομιλία, υπάρχει κι ένας ακόμη τρόπος επικοινωνίας που δεν περιλαμβάνει λεκτικά στοιχεία. Αυτά τα στοιχεία μπορεί να είναι χειρονομίες, εκφράσεις του προσώπου, στάση του σώματος κ.λ.π., τα οποία μας δίνουν πληροφορίες για τις προθέσεις του ομιλητή, τα συναισθήματά του ή ακόμη και τον τρόπο που αντιμετωπίζει το συνομιλητή του. Μερικές φορές η λεκτική επικοινωνία με τη μη λεκτική μπορεί να μη συνάδουν και μία στάση σώματος για παράδειγμα να προδίδει πώς τα λόγια του ομιλητή δεν ανταποκρίνονται στις πραγματικές προθέσεις του (Hogg και Vaughan, 2010: 718; Καππάτου, 2012: 25). Η μη λεκτική συμπεριφορά πέραν των πραγματικών προθέσεων και συναισθημάτων του ομιλητή, μπορεί να χρησιμοποιηθεί και για τη ρύθμιση των αλληλεπιδράσεων, την έκφραση των σχέσεων των συνομιλητών, την εδραίωση της κυριαρχίας ή την άσκηση του ελέγχου, όπως επίσης μπορεί να χρησιμοποιηθεί και για την επίτευξη ενός σκοπού (Hogg και Vaughan, 2010: 718).

Ο Χρηστάκης (2006) επισημαίνει πως κινήσεις (μη λεκτική επικοινωνία) και γλώσσα εντάσσονται σε ένα γενικότερο σύστημα που αποτελείται από διάφορους τρόπους επικοινωνίας. Δεν υπάρχει αλγοριθμική ανάλυση της κάθε κίνησης, αλλά

ολιστική, αφού εντάσσεται στο γενικότερο πλαίσιο αλληλεπίδρασης, με πληθώρα μηνυμάτων που αποστέλλονται και λαμβάνονται. Συνεπώς η επικοινωνία έχει πολλά κανάλια και διαύλους, και πολυμορφικούς συνδυασμούς λεκτικών και μη στοιχείων και νοημάτων (Χρηστάκης, 2006: 47).

Η διαδικασία της επικοινωνίας ανέκαθεν υπήρξε πεδίο ανάλυσης και αντιπαράθεσης των θεωρητικών. Ωστόσο η επιστημονική κοινότητα, ποτέ δεν κατάφερε να οριοθετήσει το φαινόμενο και να διατυπώσει έναν ικανοποιητικό ορισμό που να προσδιορίζει επακριβώς τι σημαίνει επικοινωνία. Σε αυτό το πολυμορφικό και σύνθετο πεδίο υπήρξαν διάφοροι θεωρητικοί, οι οποίοι κατάφεραν να προσεγγίσουν την επικοινωνία και να ορίσουν τον τρόπο συντέλεσής της. Το 1960 ήταν η αφετηρία για να ξεκινήσει ένας παγκόσμιος προβληματισμός των επιστημόνων, σχετικά με την επικοινωνία, καθώς τότε άρχισαν τα Μ.Μ.Επ. να αποκτούν όλο και περισσότερη δύναμη, γεγονός που πυροδοτήθηκε από τον Ψυχρό Πόλεμο, αφού οι Ηνωμένες Πολιτείες και η Σοβιετική Ένωση ανταγωνίζονταν σκληρά η μία την άλλη δίνοντας βαρύτητα στον αναπτυσσόμενο και πολλά υποσχόμενο τομέα των επικοινωνιών (Καππάτου, 2012:17).

Καθοριστικό ρόλο στη διερεύνηση της επικοινωνιακής πράξης, διαδραμάτισε και η μελέτη και ερμηνεία του «μηνύματος». Η ανάλυση του μηνύματος έχει αποτελέσει πεδίο ερευνών πλήθους επιστημονικών πεδίων, όπως είναι η ψυχολογία, η κοινωνιολογία, η γλωσσολογία, οι πολιτικές επιστήμες κ.ά. Σύμφωνα με την Ψύλλα (2011)³¹ η επικοινωνία είναι από τη φύση της μία κοινωνική λειτουργία, η οποία ενεργοποιείται με τη δόμηση της ανθρώπινης κοινωνίας. Μέσω της λειτουργίας αυτής πραγματοποιείται ο συντονισμός και ο έλεγχος της συλλογικής δράσης, αλλά και η κοινωνικοποίηση του ανθρώπου. Μέσω της επικοινωνίας, μεταβιβάζεται η κοινωνική παράδοση και γι' αυτό το λόγο θα πρέπει να διακρίνουμε την έννοια της πληροφόρησης, που είναι σύγχρονο φαινόμενο, από την έννοια της επικοινωνίας, που είναι αλληλένδετη με την απαρχή της κοινωνίας (Ψύλλα, 2011: 2).

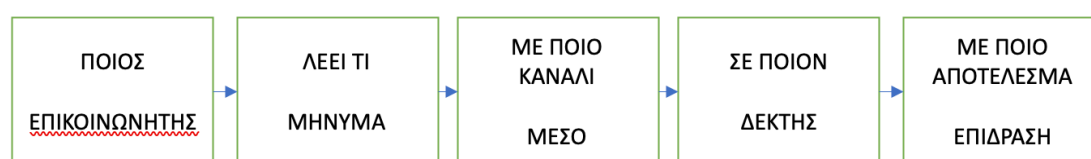
Γενικεύοντας θα μπορούσαμε να πούμε, πως η επικοινωνία παραπέμπει στη διαδικασία, κατά την οποία ένας πομπός, εκπέμπει το μήνυμά του, δια μέσου ενός

³¹ Ψύλλα, Μ. (2011). *Ανάλυση Μηνύματος. Σημειώσεις Διδάσκουσας*. Όπως ανακτήθηκε από την ηλεκτρονική βιβλιοθήκη του Παντείου Πανεπιστημίου από την ιστοσελίδα <http://pandemos.panteion.gr/index.php?op=record&pid=iid:4825&lang=el> στις 15/5/2019.

φορέα σε κάποιον δέκτη, προκαλώντας την αντίδρασή του (Χρηστάκης, 2006: 3). Ωστόσο παρακάτω θα αναλύσουμε τα επικρατέστερα μοντέλα επικοινωνίας, σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, τα οποία υιοθετήθηκαν από την επιστημονική κοινότητα και χρησιμοποιήθηκαν για την ανάλυση των επικοινωνιακών συστημάτων.

2.1.1. Η Φόρμουλα του Lasswell

Ο Lasswell χαρακτηρίστηκε από πολλούς θεωρητικούς ως «πανεπιστήμονας». Για κάποιους μάλιστα θεωρήθηκε ο «Λεονάρντο Ντα Βίντσι των συμπεριφορικών επιστημών» αφού ασχολήθηκε με ένα μεγάλο εύρος επιστημών, όπως η επικοινωνία, η νομική, η ανθρωπολογία, τα οικονομικά, οι πολιτικές επιστήμες, η κοινωνιολογία, η ψυχιατρική (Sapienza, Iyer & Veenstra, 2015:601). Το μοντέλο επικοινωνίας του Lasswell (1948), όπως θα παρατηρήσουμε και στο Σχήμα 1., απαρτίζεται από πέντε ερωτήσεις. «Ποιος, λέει τι, μέσω ποιου καναλιού, σε ποιον και με ποιο αποτέλεσμα». Το σχήμα αυτό είναι από τα πρώτα γραμμικά μοντέλα. Παρατηρούμε πως το μήνυμα έχει μία συγκεκριμένη μονοκατευθυντήρια πορεία και δεν περιλαμβάνει την ανατροφοδότηση, γεγονός για το οποίο ασκήθηκε κριτική στην προσέγγιση του Lasswell. Αν και ο Lasswell έχει προσφέρει πολλά στον τομέα της επικοινωνίας, απορρίφθηκε από κάποιους θεωρητικούς ως ξεπερασμένος και μη πλέον σχετικός με τις εξελίξεις σε αυτό το θεωρητικό πεδίο (Sapienza et al., 2015: 601).



Σχήμα 1. Η Φόρμουλα επικοινωνίας του Lasswell (1948) ³²

Μία ακόμη κριτική που ασκήθηκε έχει να κάνει με την έλλειψη εξέτασης των πολύπλοκων σχέσεων που δημιουργούνται μεταξύ των συμμετεχόντων στη διαδικασία της επικοινωνίας (Κάβουρα, 2016: σελ.54). Ωστόσο οι Sapienza, Iyer και Veenstra (2015), έχοντας μελετήσει σε βάθος το έργο του Lasswell, θεωρούν πως το μοντέλο επικοινωνίας που ανέπτυξε, δεν περιγράφει απλά μία διαδικασία, αλλά

³² Sapienza, S., Iyer, N., Veenstra, A. (2015). Reading Lasswell's Model of Communication Backward: Three Scholarly Misconceptions. *Mass Communication and Society*, 18, 509-622.

μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε πολλούς τομείς, όπως για παράδειγμα στην πολιτική επικοινωνία, αναδιαμορφώνοντας τις ερωτήσεις: Ποιος, με ποιες προθέσεις, σε ποια συγκυρία, με ποιους πόρους, χρησιμοποιώντας ποια στρατηγική, με στόχο ποιο κοινό, με ποιο αποτέλεσμα; (Lasswell, 1968:62). Γι' αυτόν το λόγο και ο Jacobson (1961) όρισε τη Φόρμουλα του Lasswell, λέγοντας πως η συγκεκριμένη ανάλυση συστήνει πέντε κύριες μεταβλητές σε κάθε έκφραση της επικοινωνίας, ως μέσω ταξινόμησης και κατηγοριοποίησης των επικοινωνιακών μελετών (Sapienza et al., 2015:613; Wenxiu, 2015³³). Ο Lasswell με τη Φόρμουλα δίνει βαρύτητα στην πρόθεση του πομπού – επικοινωνητή να επηρεάσει με το μήνυμά του το αποδέκτη. Η διαδικασία της επικοινωνίας είναι μία διαδικασία πειθούς (McQuail & Windahl, 2001:40)³⁴ Το μοντέλο αυτό αποτελεί την πιο απλή και συμπαγή περιγραφή της διαδικασίας της επικοινωνίας και δεδομένης της χρονικής περιόδου, κατά την οποία ο Lasswell ανέπτυξε τη θεωρία του, αποτέλεσε τη βάση για προβληματισμό των θεωρητικών της επικοινωνίας, οι οποίοι μεταγενέστεροί του εμπλούτισαν τη Φόρμουλα. Παρά τα μειονεκτήματα που αναφέρονται στη βιβλιογραφία, θα πρέπει να αναγνωρίσουμε, πως μέχρι σήμερα, επτά δεκαετίες μετά το έργο του Lasswell, συνεχίζουμε να χρησιμοποιούμε το μοντέλο του, καθώς είναι ο πιο απλός και εύκολος τρόπος για να κατανοήσει κανείς το βασικό μηχανισμό της επικοινωνίας³⁵.

2.1.2. Το μοντέλο επικοινωνίας των Shannon και Weaver

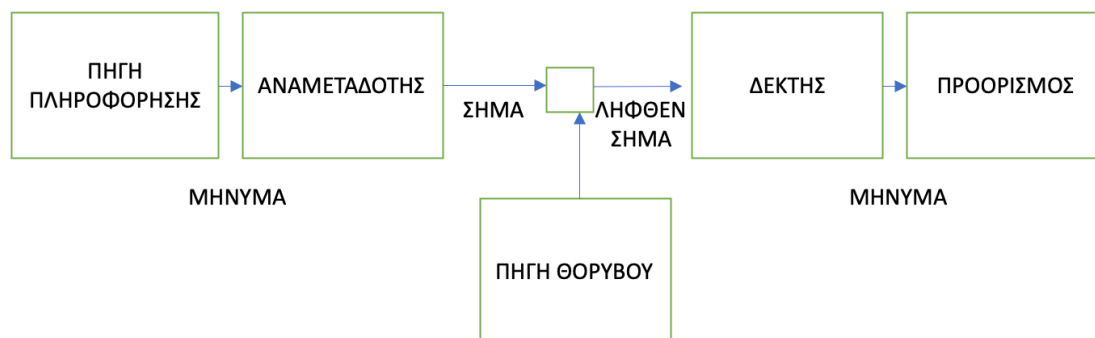
Το μοντέλο επικοινωνίας που εισήγαγαν οι Shannon και Weaver το 1949 είναι είναι μία γραμμική, μονοκατευθυντήρια διαδικασία, η οποία σύμφωνα με τον Al – Fedaghi (2012) περιγράφει την επικοινωνία σε τεχνικό επίπεδο. Ο Shannon ασχολήθηκε κυρίως με τις τηλεπικοινωνίες, καθώς εργαζόταν στην τηλεφωνική εταιρεία Bell και με ερέθισμα το έργο του εκεί, αναρωτήθηκε πέραν του πρακτικού και σε θεωρητικό επίπεδο με ποιον τρόπο μπορεί να μεταδοθεί το σήμα, διαμέσου ποιου καναλιού και πώς θα φτάσει σωστά από τον πομπό στο δέκτη χωρίς φθορά

³³ Wenxiu, P. (2015). Analysis of New Media Communication Based on Lasswell's "5W" Model. *Journal of Educational and Social Research*, 5(3), 245-250.

³⁴ McQuail, D. & Windahl, S. (2001). *Σύγχρονα Μοντέλα Επικοινωνίας: Για τη μελέτη της μαζικής επικοινωνίας*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.

³⁵ όπ. παρ.

από το θόρυβο³⁶. Κατά τον Foulger (2004), το μοντέλο των Shannon και Weaver δεν είναι στην ουσία ένα μοντέλο επικοινωνίας. Στην πραγματικότητα είναι ένα «μοντέλο ροής της πληροφορίας μέσω ενός μέσου, μη ολοκληρωμένο και εξαρτημένο από τα τεχνικά μέσα»³⁷.



Σχήμα 2. Το μοντέλο επικοινωνίας των Shannon – Weaver (1949)³⁸

Σύμφωνα με τους Shannon και Weaver (1949), το βασικό μοντέλο επικοινωνίας αποτελείται από τον πομπό, την πηγή της πληροφορίας, το μήνυμα, το οποίο κωδικοποιείται σε σήμα και το σήμα, το οποίο αποκωδικοποιείται από το δέκτη. Στο σχήμα αυτό παρεμβάλλεται και ο θόρυβος, ο οποίος ενδέχεται να επηρεάσει το μήνυμα μέχρι να φτάσει στον προορισμό του. Τρεις από τις βασικότερες κριτικές που ασκήθηκαν στο μοντέλο αυτό είναι, ότι δεν πρόκειται για μία ανάλογη της ανθρώπινης επικοινωνίας θεώρηση, καθώς αρμόζει κυρίως σε τεχνικές μεθόδους επικοινωνίας. Επίσης δεν προσμετρά καθόλου της επίδραση του περιβάλλοντος και τέλος είναι στατικό και γραμμικό (Al – Fedaghi, 2015: 13). Συμπληρωματικά, ο Μακ Κουέιλ χαρακτήρισε το μοντέλο των Shannon και Weaver «μαθηματικό» εξαιτίας των καθαρά τεχνικών στοιχείων του (McQuail & Windahl, 2001: 43).

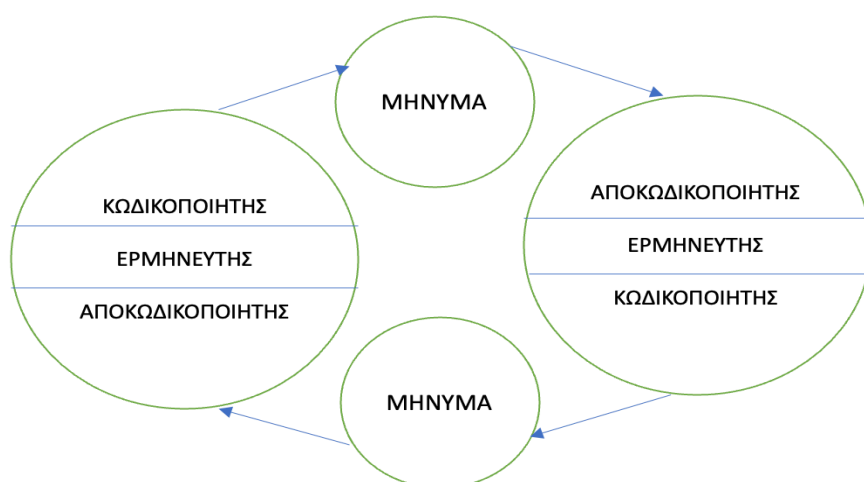
³⁶ όπ. παρ.

³⁷ Foulger, D. (2004). *Models of the Communication Process*. February 25. Ανακτημένο από τον ιστότοπο <http://davis.foulger.info/research/unifiedModelOfCommunication.htm> στις 8/5/2019.

³⁸ Al – Fedaghi, S. (2015). A Conceptual Foundation for the Shannon – Weaver Model of Communication. *International Journal of Soft Computing*, 7(1), 12-19.

2.1.3. Το κυκλικό μοντέλο των Osgood και Schramm

Το μοντέλο των Osgood και Schramm (1954) είναι καινοτόμο, σχετικά με την κατεύθυνσή του, καθώς θεωρεί την επικοινωνία ως κυκλική διαδικασία και όχι γραμμική, όπως συναντήσαμε μέχρι τώρα στα μοντέλα των Lasswell και των Shannon και Weaver. Συγκεκριμένα, όπως βλέπουμε και στο Σχήμα 3, το μοντέλο απαρτίζεται από έναν κωδικοποιητή, έναν ερμηνευτή και ένα αποκωδικοποιητή, από το μήνυμα, κι επίσης από έναν αποκωδικοποιητή, έναν δεύτερο ερμηνευτή κι έναν κωδικοποιητή.



Σχήμα 3. Το μοντέλο επικοινωνίας των Osgood και Schramm³⁹

Σε αντίθεση με το μαθηματικό μοντέλο των Shannon και Weaver, οι Osgood και Schramm εξετάζουν τη συμπεριφορά των ατόμων κατά τη διαδικασία της επικοινωνίας (McQuail & Windahl, 2001: 45). Οι θεωρητικοί σε αυτήν την περίπτωση θεωρούν την επικοινωνία κυκλική και όχι μονοκατευθυντήρια, καθώς ο κωδικοποιητής λειτουργεί και ως αποκωδικοποιητής και το αντίστροφο. Υπάρχει μία αμφίδρομη πορεία του μηνύματος, το οποίο ο ερμηνευτής και στις δύο κατευθύνσεις το ερμηνεύει, το κατανοεί, το αναλύει και το περνάει στον κωδικοποιητή – αποκωδικοποιητή. Εδώ δίνεται μεγαλύτερη έμφαση στους στόχους που θέλουμε να επιτευχθούν μέσω της μετάδοσης του μηνύματος, από το μήνυμα καθαυτό (Κάβουρα, 2016: 56).

³⁹ Όπως ανακτήθηκε από τον ιστότοπο <https://www.communicationtheory.org/osgood-schramm-model-of-communication/> στις 10/5/2019

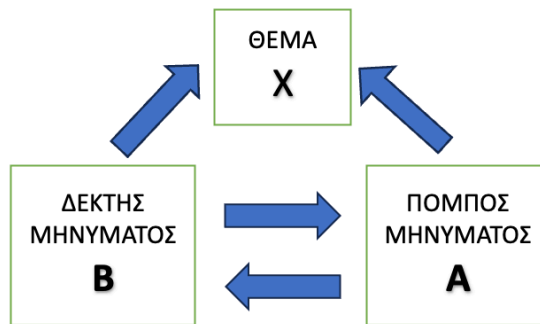
Όσον αφορά στα πλεονεκτήματα του κυκλικού μοντέλου, θα μπορούσαμε να πούμε πως είναι ένα δυναμικό μοντέλο, το οποίο δείχνει τη διπλή κατεύθυνση του μηνύματος, δεν υπάρχει διαχωρισμός του πομπού και του δέκτη, αλλά επιτελούν ισάξια και τις δύο λειτουργίες. Επίσης, θεωρητικά η επικοινωνία από τη φύση της είναι κυκλική, καθώς τα πάντα στη φύση και τη ζωή μας κάνουν έναν κύκλο και τέλος, το πλέον χαρακτηριστικό του μοντέλου αυτού είναι η ανατροφοδότηση (feedback)⁴⁰. Ωστόσο μειονέκτημα παραμένει το γεγονός, ότι οι Osgood και Schramm δεν έχουν συμπεριλάβει το σημασιολογικό «θόρυβο», ο οποίος ενδέχεται να επηρεάσει την απόδοση σε περίπτωση που ο ερμηνευτής δεν κατανοήσει σωστά το νόημα του μηνύματος. Σύμφωνα με τους McQuail και Windahl (2001), η προσέγγιση των Osgood και Schramm έσπασε το κατεστημένο της παραδοσιακής γραμμικής επικοινωνίας και μάλιστα είναι ένα εξαιρετικό μοντέλο για να περιγράψει κανείς τη διαπροσωπική επικοινωνία, όμως σε άλλες μορφές επικοινωνίας το μοντέλο αυτό πιθανόν να είναι ανεπαρκές, καθώς για ερμηνευθεί σωστά θα πρέπει να υπάρχει ένα minimum ανατροφοδότησης.

2.1.4. Το μοντέλο του Newcomb

Το μοντέλο επικοινωνίας του Newcomb εισήχθη από τον θεωρητικό το 1953 και σε αντίθεση με τα παραπάνω μοντέλα είναι τριγωνικό. Το γνωστό ABX μοντέλο περιγράφει την αμφίδρομη διαδικασία της επικοινωνίας μεταξύ δύο ατόμων που έχουν ως πεδίο αναφοράς ένα αντικείμενο, ένα τρίτο πρόσωπο, ένα ζήτημα ή μία πολιτική (McQuail & Windahl, 2001: 55). Η σχέση μεταξύ των ατόμων A και B είναι όπως του δασκάλου και του μαθητή, της κυβέρνησης και του λαού, μιας εφημερίδας και του αναγνωστικού κοινού της. Μπορεί οι A και B να επικοινωνούν μεταξύ τους χωρίς κανένα πρόβλημα, αυτό όμως εξαρτάται από τον παράγοντα X που μπορεί να επηρεάσει τη ροή της σχέσης τους⁴¹.

⁴⁰ Όπως ανακτήθηκε από τον ιστότοπο <https://www.communicationtheory.org/osgood-schramm-model-of-communication/> στις 10/5/2019

⁴¹ Όπως ανακτήθηκε από τον ιστότοπο <https://www.communicationtheory.org/the-newcomb's-model/> στις 10/5/2019



Σχήμα 4. Το μοντέλο επικοινωνίας του Newcomb (1953)⁴²

Το μοντέλο του Newcomb τοποθετεί την επικοινωνία μέσα στην κοινωνία ή σε μία κοινωνική σχέση (Κάβουρα, 2016: 56). Το χαρακτηριστικό του ABX μοντέλου στο οποίο εστιάζουν οι McQuail και Windahl είναι η συμμετρία:

«Η επικοινωνία γίνεται αντιληπτή ως μία διαδικασία που υποστηρίζει τη δομή του προσανατολισμού, με την έννοια της διατήρησης ή βελτίωσης της συμμετρίας στη σχέση ανάμεσα στα τρία στοιχεία με τη μετάδοση πληροφορίας για οποιαδήποτε αλλαγή και έτσι επιτρέπει την εξαγωγή συμπερασμάτων. Η βασική υπόθεση του μοντέλου είναι ότι η τάση για σταθερότητα και σχέση θα προκαλέσει την επικοινωνία, όπου οι συνθήκες το επιτρέπουν.»

Το μοντέλο του Newcomb δίνει έμφαση στα άτομα που επικοινωνούν και στις μεταξύ τους υπαρκτές σχέσεις και τις σχέσεις που επίσης δημιουργούνται μέσω της επικοινωνίας. Στην τριγωνική αυτή σχέση μεταξύ των στοιχείων που απαρτίζουν την προσέγγιση του Newcomb, η οποία ανήκει γενικότερα στη θεωρία της ισορροπίας (McQuail & Windahl, 2001: 57) τα άτομα λαμβάνουν τις πληροφορίες και αναζητούν αυτές που πλευρίζουν τις δικές τους αντιλήψεις και απόψεις, επιζητώντας αυτές που επιβεβαιώνουν το δικό τους τρόπο σκέψης.

2.1.5. Το γενικό μοντέλο του Gerbner

Το 1956 ο George Gerbner κατασκευάζει το δικό του μοντέλο επικοινωνίας με τη διαφορά από τα προηγούμενα που συναντήσαμε μέχρι στιγμής, ότι είναι ευέλικτο και μπορεί να μορφοποιηθεί αναλόγως την επικοινωνιακή διαδικασία (McQuail &

⁴² όπ. παρ.

Windahl, 2001: 50). Παρακάτω, βλέπουμε το Γενικό Μοντέλο Επικοινωνίας του Gerbner, του οποίου η «λασγουελική» μορφή είναι η εξής:

Λεκτικό μοντέλο	Περιοχή μελέτης
• Κάποιος	Επικοινωνητής και έρευνα του κοινού
• Αντιλαμβάνεται ένα γεγονός	Έρευνα αντίληψης και θεωρία
• Και αντιδρά	Μέτρηση αποτελεσματικότητας
• Σε μία κατάσταση	Μελέτη του απτού, κοινωνικού πλαισίου
• Μέσω κάποιον μέσων	Έρευνα των καναλιών, των μέσων και του ελέγχου
• Όστε να έχει στη διάθεσή του υλικό	Διαχείριση, κατανομή, ελευθερία στην πρόσβαση του υλικού
• Σε κάποια μορφή	Δομή, οργάνωση, ύφος και σχέδιο
• Και πλαίσιο	Μελέτη του επικοινωνιακού πλαισίου, αλληλουχία
• Αποδίδοντας νόημα	Ανάλυση περιεχομένου, μελέτη του νοήματος
• Με κάποια επίπτωση	Μελέτη των συνολικών αλλαγών

(Gerbner, 1956: 173)

Το Γενικό Μοντέλο του Gerbner είναι τόσο ευέλικτο, ώστε θεωρεί πως η επικοινωνιακή διαδικασία είναι υποκειμενική, μεταβάλλεται ανάλογα με τις συνθήκες και το πλαίσιο μέσα στο οποίο συντελείται και είναι απρόβλεπτη, καθώς τα συστήματα επικοινωνίας των ανθρώπων είναι ανοιχτά και μπορούν να δεχθούν ερεθίσματα από κάθε κατεύθυνση (Μακ Κουέλ και Βιντάλ, 2001: 52) Το δυναμικό μοντέλο που εισήγαγε ο Gerbner μπορεί να φανεί ιδιαίτερος χρήσιμο εργαλείο για την επεξήγηση τόσο των διαπροσωπικών σχέσεων, όσο και για την προσέγγιση της λειτουργίας των μέσων μαζικής επικοινωνίας (Μακ Κουέλ και Βιντάλ, 2001: 52-54).

2.1.6. Το μοντέλο επικοινωνίας του Maletzke

Ο Maletzke ήταν ένας ακόμη θεωρητικός που ασχολήθηκε με την επιστήμη της επικοινωνίας και έδωσε τη δική του προσέγγιση για το πώς δομείται η

επικοινωνιακή διαδικασία το 1963. Το μοντέλο που εισήγαγε απαρτίζεται από τα παραδοσιακά μέρη: πομπός, μήνυμα, μέσο, δέκτης, ωστόσο τονίζει την αξία του μέσου στην παραγωγή του μηνύματος, αλλά ταυτόχρονα επικεντρώνεται και στα χαρακτηριστικά που φέρουν τόσο ο πομπός, όσο και ο δέκτης (Κάβουρα, 2016: 57). Για τον γερμανό θεωρητικό, όπως και στην περίπτωση του McLuhan (1990), ισχύει πως «το μέσο είναι το μήνυμα». «Ο Maletzke θεωρεί κάποια χαρακτηριστικά του μέσου αρκετά σημαντικά:

- τον τύπο της αντίληψης που απαιτείται από το δέκτη
- το βαθμό στον οποίο ο δέκτης συνδέεται με το μέσο στο χώρο και το χρόνο
- το κοινωνικό πλαίσιο μέσα στο οποίο τα μέλη του ακροατηρίου λαμβάνουν το περιεχόμενο των μέσων
- τη χρονική διαφορά ανάμεσα στο συμβάν και στην κατανάλωση του μηνύματος για το συμβάν, δηλαδή το βαθμό συγχρονισμού» (Μακ Κουέλ και Βιντάλ, 2001:76-77)

Ο επικοινωνητής – πομπός επηρεάζεται από κάποιους παράγοντες σε συνάρτηση με την παραγωγή του μηνύματος που πρόκειται να στείλει στον δέκτη. Συγκεκριμένα, επηρεάζεται από την εικόνα που έχει ο ίδιος για τον εαυτό του, από την προσωπικότητά του, την ομάδα εργασίας του, τον οργανισμό στον οποίο ανήκει, το κοινωνικό του περιβάλλον και την πίεση που του ασκεί το κοινό σε όρους μαζικής επικοινωνίας (Maletzke, 1963). Από την πλευρά του δέκτη, μπορούμε να πούμε πως επίσης επηρεάζεται από την εικόνα που έχει για τον εαυτό τους, από την προσωπικότητά του, από το γεγονός, ότι είναι μέλος κάποιου κοινού και από το κοινωνικό του περιβάλλον. Βασιζόμενος στους παραπάνω παράγοντες, ο δέκτης σχηματίζει σταδιακά την εικόνα που πρόκειται να έχει για το μέσο και επιλέγει το περιεχόμενο του μηνύματος σε συνάρτηση με το αποτέλεσμα, αλλά και την πίεση που ασκεί το ίδιο το μέσο τόσο σε αυτόν, όσο και στον επικοινωνητή.

Το μοντέλο του Maletzke είναι εξαιρετικά χρήσιμο για την ανάλυση της μαζικής επικοινωνίας. Περιγράφει με αρκετές λεπτομέρειες τις σχέσεις που δημιουργούνται μεταξύ των μερών του και το πλεονέκτημά του είναι, ότι

αναγνωρίζει την αναγκαιότητα να υπάρχει μία σαφής εικόνα του κοινού, στο οποίο απευθύνεται ο επικοινωνητής (Μακ Κουέλ και Βιντάλ, 2001: 83).

2.1.7. Το μοντέλο επικοινωνίας του Jakobson

Το μοντέλο επικοινωνίας του Roman Jakobson, ανήκει τόσο στην επιστήμη της επικοινωνίας, όσο και της γλωσσολογίας. Η σημειωτική με την οποία ασχολήθηκε ο γλωσσολόγος, αποτελεί ουσιαστικά μία θεωρητική προσέγγιση της επικοινωνίας (Fiske, 1982: 118). Συγκεκριμένα, δανείζεται από την επικοινωνία το βασικό της σχήμα. Για να συμβεί μία πράξη επικοινωνίας, ο Jakobson (1998) αναφέρεται στους έξι συστατικούς παράγοντες ενός γλωσσικού γεγονότος. Ο αποστολέας, το μήνυμα, ο αποδέκτης, το πλαίσιο αναφοράς, η επαφή και ο κώδικας. Επίσης αναφέρεται και στις έξι διαφορετικές λειτουργίες της γλώσσας, οι οποίες είναι η συγκινησιακή, η ποιητική, η βουλητική, αναφορική, η φατική και μεταγλωσσική. Η ποιητική λειτουργία, που είναι και αυτή, η οποία αναλύεται στο έργο του, είναι ουσιαστικά λειτουργία της γλώσσας εν γένει και όχι αποκλειστικά της ποιητικής γλώσσας (Jakobson, 1998: 11; Χρηστάκης, 2006: 32).



Σχήμα 5. Το μοντέλο επικοινωνίας του Jacobson

Όπως θα παρατηρήσουμε και στο Σχήμα 5, ένας πομπός, θα στείλει ένα μήνυμα στο δέκτη. Χρειάζεται έναν κώδικα, στη συγκεκριμένη περίπτωση η γλώσσα, και το κανάλι, που είναι ο αέρας, μέσα στον οποίο, η φωνή του πομπού δημιουργεί κύματα που καταλήγουν στα ακουστικά όργανα του δέκτη και τελικώς λαμβάνει το μήνυμα (Μπόκλουντ-Λαγοπούλου & Λαγόπουλος, 1983: 17). Για να θεωρηθεί

επιτυχημένη αυτή η πράξη επικοινωνίας, θα πρέπει κάθε στοιχείο της πράξης αυτής να λειτουργήσει σωστά. Θα πρέπει τόσο ο πομπός, όσο και ο δέκτης να αντιλαμβάνονται τον ίδιο κώδικα και η κωδικοποίηση και αποκωδικοποίηση να γίνουν χωρίς λάθη. Στο μήνυμα δε θα πρέπει να δημιουργείται θόρυβος κατά τη μεταφορά του, αν και η επικοινωνιακή πράξη σπάνια συμβαίνει υπό ιδανικές συνθήκες (Μπόκλουντ-Λαγοπούλου & Λαγόπουλος, 1983: 18). Ωστόσο το μήνυμα, πάντα περιέχει κάποιες παραπάνω πληροφορίες, που ακόμα κι αν μέρος του χαθεί κατά τη διαδικασία το μήνυμα συνεχίζει να γίνεται κατανοητό από τον δέκτη (Μπόκλουντ-Λαγοπούλου & Λαγόπουλος, 1983: 17)

2.1.8. Το μοντέλο επικοινωνίας του Castells

Ένα από τα πιο σύγχρονα μοντέλα επικοινωνίας που συναντάμε στη διεθνή βιβλιογραφία είναι το μοντέλο της μαζικής αυτο - επικοινωνίας του Manuel Castells. Ο Castells δίνει περισσότερη βαρύτητα στις σχέσεις που δημιουργούνται μεταξύ των εμπλεκόμενων των επικοινωνιακών δικτύων (Κάβουρα, 2016: 58), συσχετίζοντας τη δύναμη της μάζας, με τον εαυτό που παράγει το μήνυμα. Μιλάμε πλέον για μαζική επικοινωνία, διότι μέσω των p2p δικτύων και της σύνδεσης στο διαδίκτυο οι άνθρωποι είναι μέλη ενός παγκόσμιου κοινού, το οποίο είναι πολυμορφικό κι εξαιτίας της ψηφιοποίησης του περιεχομένου και του εξελιγμένου κοινωνικού υλισμικού, συχνά το κοινό αυτό έχει δωρεάν πρόσβαση σε όλες τις διαδικτυακές πηγές και μπορεί να διαδράσει, να μεταμορφώσει και να μορφοποιήσει κάθε στοιχείο του διαδικτύου μέσω ασυρμάτων δικτύων (Castells, 2007: 248).

Σύμφωνα με τον Allan (2007)⁴³ μία ουσιαστική διαφορά της ανάλυσης του Castells για τη μαζική επικοινωνία είναι το γεγονός ότι ο θεωρητικός δεν υποστηρίζει πως το μέσο απαραίτητως ορίζει και το περιεχόμενο του μηνύματος. Όμως, δίνει έμφαση στους τρόπους με τους οποίους, *η επικοινωνία ρέει στα δίκτυα και κατασκευάζει και ανασκευάζει κάθε λεπτό την παγκόσμια αλλά και τοπική παραγωγή*

⁴³ Allan, S. (2007). Citizen Journalism and the Rise of “Mass Self-Communication”: Reporting the London Bombings. *Global Media Journal Australian Edition* 1(1). 1-20.

του νοήματος στον κοινό νου (Allan, 2007: 3). Έτσι λοιπόν, ο επικοινωνιακός δημόσιος χώρος, δεν είναι προκαθορισμένος από κάποιο είδος ιστορικού πεπρωμένου ή τεχνολογικής αναγκαιότητας, αλλά είναι το αποτέλεσμα μιας νέας οπτικής σε μία πανάρχαια πάλη της ανθρωπότητας: η πάλη της απελευθέρωσης του νου μας (Castells, 2007: 259).

Κατά τον Castells, στα δίκτυα αναγνωρίζονται τέσσερις τύποι δύναμης που ωθούν την επικοινωνία: α) η δύναμη της δικτύωσης που καθορίζει ποιος βρίσκεται εντός και εκτός του δικτύου, καθώς τα ίδια τα δίκτυα μπορούν να προγραμματιστούν, ώστε να ελέγχουν τα μηνύματα, τα άτομα, αλλά και τα κανάλια επικοινωνίας (Κάβουρα, 2016: 58), β) η δύναμη του δικτύου και των πρωτοκόλλων, καθώς αυτά καθορίζουν τους κανόνες που διέπουν την επικοινωνία μεταξύ των μελών του, αλλά και τη δομή του κάθε δικτύου (Κάβουρα, 2016: 58), γ) η δύναμη των εμπλεκόμενων συγκεκριμένων κόμβων που έχουν δικτυωθεί και αποτελούν το διαχειριστή του δικτύου, ουσιαστικά μιλάμε για κέντρα λήψης αποφάσεων εταιρειών ή οργανισμών στους οποίους ανήκουν τα δίκτυα (Κάβουρα, 2016: 58) και τέλος δ) η δύναμη και η ικανότητα να δημιουργηθεί ένα δίκτυο βασισμένο στην παραδοσιακή – κλασική μαζική επικοινωνία (Κάβουρα, 2016: 58).

2.2. Επικοινωνία και παγκοσμιοποίηση

Ανά τους αιώνες, η επικοινωνία, ως ζωντανό κύτταρο της κοινωνίας, αποτυπώνοντας το κοινωνικο – οικονομικό – πολιτικό γίνεσθαι έφτασε σε ένα σημείο, όπου άλλαξε το ρου της ιστορίας. Ο μονόδρομος της άμεσης, αντικαταστάθηκε από την εξ αποστάσεως επικοινωνία (Wolton, 2004: 22). Η επικοινωνιακή διαδικασία είναι πλέον ασύμμετρη και όχι μονοκατευθυντήρια (Thompson, 1999: 54). Στο σύγχρονο κόσμο το μήνυμα μπορεί να σταλεί σε μεγάλη απόσταση με αρκετή ευκολία. Η μαζικότητα, ως κεντρικό χαρακτηριστικό της νεωτερικότητας, κάνει την εμφάνισή της. Τα Μέσα Επικοινωνίας, γίνονται Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας, οι εφημερίδες, το ραδιόφωνο και η τηλεόραση αποτελούν πλέον αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας του ατόμου και του πλήθους. Η χρήση τους μετασχηματίζει ουσιαστικά το χώρο και το χρόνο της κοινωνικής ζωής και δημιουργεί διαφορετικά μοντέλα δράσης, διάδρασης, αλληλεπίδρασης, καθώς

επίσης νέα μοντέλα εξουσίας γεννιούνται, απαλλαγμένα από τους δεσμούς της εντοπιότητας (Thompson, 1999: 64).

Όσο προχωράμε προς τη δύση της νεωτερικότητας, συναντάμε μία επανάσταση στη σφαίρα της παραγωγής, αλλά και της επικοινωνίας στον τεχνικό μας πολιτισμό (Μπελ, 1999: 122). Είτε προσδώσουμε σε αυτόν τον πολιτισμό την έννοια της μαζικότητας, είτε τον χαρακτηρίσουμε πια ως «βιομηχανική κοινωνία», ο Μπελ (1999) τον τοποθετεί εντός ενός πλαισίου που συντίθεται από *«τον αριθμό, την αλληλεπίδραση, την αυτοσυνείδηση και το χρονικό προσανατολισμό στο μέλλον»*. Στο ξεκίνημα της βιομηχανικής επανάστασης, παρατηρούμε τον κόσμο υπό το πρίσμα των παραπάνω στοιχείων. Η επικοινωνία ως παγκόσμια και καθολική κοινωνική σταθερά μετασχηματίζει τα χαρακτηριστικά της και συνεχίζει να ακολουθεί τους νέους κανόνες και το νέο πλαίσιο που εισάγει πλέον η μετανεωτερικότητα, της οποίας αποτελεί κεντρικό παράγοντα. Τοποθετώντας τη μετανεωτερικότητα στον άξονα του χρόνου, θα προσδιορίσουμε την αφητηρία της περί το 1970 περίπου, καθώς τότε ξεκίνησαν να συντελούνται στον πολιτισμό μας μετασχηματισμοί, οι οποίοι σχετίζονται τόσο με πολιτιστικές και κοινωνικο-οικονομικές διαδικασίες, όσο και με μια νέα διαφορετική κουλτούρα σκέψης. Ωστόσο, η παρουσία της έγινε έντονη προς το τέλος του 20^{ου} αιώνα και στις αρχές του 21^{ου} (Ασημάκη, Καμαριανός & Κουστουράκης, 2011: 103). Οι περισσότεροι θεωρητικοί που έχουν ασχοληθεί με αυτήν την περίοδο, κάνουν λόγο για μία μετάβαση, στη διάρκεια της οποίας, παλαιότερα συστήματα παραγωγής δίνουν τη θέση τους σε νεότερα, όπως στη μεταβολή από τη φορντική στη μεταφορντική παραγωγή. Η μαζική παραγωγή οδήγησε στη μαζική κατανάλωση, με αποτέλεσμα το κοινό να διευκολύνει την καθημερινότητά του (Δασκαλάκης, 2009: 140). Συνέπεια αυτού είναι η κοινωνία των πολιτών να επεκτείνεται και να διευρύνεται όλο και περισσότερο, με αποτέλεσμα τη ραγδαία εξέλιξη των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας, τη δημιουργία καταναλωτικών συνηθειών, την υιοθέτηση νέων τρόπων ζωής, τη δημιουργία νέων αναγκών (Hall, Held & McGrew, 2003: 332).

Η τεχνολογική επανάσταση, βασικό χαρακτηριστικό της μετανεωτερικής εποχής, μετατρέπει και αλλάζει τη φύση της γνώσης, η οποία δε θα ήταν δυνατόν να επιβιώσει χωρίς τους κατάλληλους μετασχηματισμούς. Συντελείται αλλαγή παραδείγματος, γίνεται λόγος για ένα σύγχρονο κόσμο «υπερβατικών σημείων»,

όπου η υπερκατανάλωση της πληροφορίας, έχει ως αποτέλεσμα την αντικατάσταση της πραγματικότητας, ενώ «η αντικειμενικότητα, η ιεραρχία και η ύπαρξη θεμελιωδών αρχών και αξιών» εξαφανίζονται ως έννοιες (Ασημάκη κ.ά., 2011: 104). Η καθημερινή ζωή των ανθρώπων αλλάζει, επηρεάζονται οι τέχνες, η αρχιτεκτονική, τα μέσα επικοινωνίας και ενημέρωσης, ο κινηματογράφος, οι κοινωνικές και φυσικές επιστήμες, η τεχνολογία, ακόμη και εκπαίδευση (Ασημάκη κ.ά., 2011: 107). Η πληθωρική διάδοση πληροφοριών εξαιτίας της έξαρσης των μέσων μαζικής επικοινωνίας, οδηγεί στην κυριαρχία της τηλεόρασης και πλέον του διαδικτύου. Αναδύεται μία καταναλωτική κοινωνία που εφευρίσκει καθημερινά νέες ανάγκες, οι οποίες πρέπει να υλοποιηθούν (Μπωντριγιάρ, 2005: 13). Ο Μπωντριγιάρ (2005) μας κάνει να συνειδητοποιήσουμε πόσο πολύ έχει αλλάξει η καθημερινή μας ζωή και οι αντιλήψεις μας εξαιτίας της συνεχούς έκθεσής μας σε τηλεοπτικές εικόνες, ενώ τα μέσα μαζικής επικοινωνίας μας ωθούν σε έναν κόσμο «υπερπραγματικότητας» (Hall κ.ά., 2003: 362).

Η ρήξη με το παρελθόν και την παράδοση έρχεται σαν λογικό επακόλουθο, καθώς η τεράστια τεχνολογική ανάπτυξη, όπως επίσης και η αλλαγή του διανύσματος του χωροχρόνου μέσω νέων συστημάτων επικοινωνίας, έχουν οδηγήσει σε ένα παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον, στο οποίο έχουν καταργηθεί τα σύνορα και η πολιτισμική ομογενοποίηση συντελείται με γρήγορους ρυθμούς. Η κυριαρχία των νέων τεχνολογιών είναι δεδομένη και οι σχέσεις τους με την κοινωνία είναι αμφίδρομες. Σύμφωνα με τον Δασκαλάκη (2009), η τεχνολογία είναι μεν κοινωνικό προϊόν, ωστόσο έχει καταφέρει να αυτονομηθεί από τις κοινωνικές δυνάμεις και να ασκήσει πάνω τους κατά κάποιο τρόπο εξουσία⁴⁴. Οι βαθιές μεταλλαγές της τοπικής κουλτούρας και του πολιτισμού πραγματοποιούνται, όχι γιατί προωθούνται από τις ίδιες τις εσωτερικές εξελίξεις, αλλά γιατί επιβάλλονται από τις επιταγές του κυρίαρχου πολιτισμού (Ψαρρού, 2005: 116). Ο άνθρωπος πλέον διαβιεί μέσα σε κοινωνικά συστήματα, εντός των οποίων δρα μέσω απρόσωπων μηχανισμών ακολουθώντας αυστηρά συγκεκριμένες διαδικασίες που υπαγορεύουν τυποποιημένους τρόπους συμπεριφοράς. Οι απρόσωπες κοινωνικές δομές

⁴⁴ Δασκαλάκης, Δ. (2009). *Βιομηχανική Κοινωνιολογία. Οργάνωση, Εργασία, Τεχνολογία*. Αθήνα – Κομοτηνή: Εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλα.

επιβάλλονται στην ατομική βούληση, με τα άτομα πλέον να έχουν υποταχθεί σε ένα μηχανοποιημένο καθεστώς. Λίγοι έχουν το ρόλο του manager και πολλοί είναι καταναλωτές, δηλαδή παθητικοί δέκτες. Αυτοί οι παθητικοί δέκτες, οι οποίοι αποτελούν την πλειονότητα της κοινωνίας μας, συγκροτούν και θέτουν σε κυκλοφορία τη δική τους λαϊκή κουλτούρα. Σύμφωνα με τον Φισκ (2009), η λαϊκή κουλτούρα δεν αποτελεί τόσο μία κουλτούρα αντικειμένων τέχνης και εικόνων, όσο ένα σύνολο πολιτισμικών συνηθειών, μέσα από τις οποίες η τέχνη συνυφαίνεται με τη ρουτίνα και τις συνθήκες καθημερινής ζωής⁴⁵. Τα ήθη και τα έθιμα ενός λαού, ο τρόπος επικοινωνίας, αλλά και τα μέσα που χρησιμοποιεί, η γλώσσα, τα σύμβολα διαμορφώνουν και την πολιτισμική συμπεριφορά του εκάστοτε κοινωνικού συνόλου (Ψαρρού, 2005: 106-107). Ωστόσο σε ένα παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον, όπως αυτό, στο οποίο όλοι μας διαβιούμε σήμερα, υπάρχει μεν η τοπική ιδιαιτερότητα, όμως η παγκόσμια διάσταση αναδύεται και είναι αυτή που καθορίζει πλέον νέες συνήθειες, νέους τρόπους ζωής, νέα πρότυπα, τα οποία ακολουθούνται πιστά από τη μάζα.

Πράγματι η παγκοσμιοποίηση έχει δημιουργήσει νέα δεδομένα στην επικοινωνία και την κοινωνία την πληροφορίας, ωστόσο από την απαρχές του κόσμου, «η επικοινωνία αποτελεί το μέσο για να έρθει κανείς σε επαφή με τον Άλλο» (Wolton, 2004: 38). Η αποδοχή από τον Άλλο και η συμμετοχή του στην αλήθεια μας και το αντίστροφο είναι και ο ευσεβής πόθος του καθενός και αυτό συμβαίνει, διότι ο κίνδυνος της απόρριψης ελλοχεύει σε κάθε προσπάθεια προσέγγισης. Τα τεχνολογικά επιτεύγματα προκαλούν έκσταση με την καθημερινή τους εξέλιξη και την ιλιγγιώδη ταχύτητα με την οποία αυτοαναιρούνται σε ελάχιστο χρόνο, ώστε να πάρει τη θέση τους το νεότερο, το καλύτερο, το πιο σύγχρονο. Κι όμως παρά το γεγονός, ότι η τεχνολογία έχει γίνει ο μοχλός για την εξαφάνιση των συνόρων, των τειχών, της απόστασης δεν έχει βοηθήσει στην ουσιαστική επικοινωνία με τον Άλλο. Στη σύγχρονη ζωή, αν και οι άνθρωποι είναι σε διαρκή επαφή μεταξύ τους και ζουν κυριολεκτικά ο ένας πάνω στον άλλο, δε σημαίνει απαραίτητως, ότι αυτή η μείωση της απόστασης έχει συμβάλει κατ' ανάγκη και στη βελτίωση των ανθρωπίνων

⁴⁵ Φισκ, Τ. (2009). Μεταμοντερνισμός και τηλεόραση. Στο James Curran & Michael Gurevitch (Επιμ.), *Μ.Μ.Ε. και Κοινωνία* (σελ. 84-102). Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.

σχέσεων (Τσακηρίδη, 2003: 276)⁴⁶. Το μέγεθος των μεταβολών σε όρους «επανάστασης» κινητοποιεί μία ολόκληρη ιδεολογική διεργασία, η οποία προσπαθεί αδιάλειπτα να απαντήσει στην υπάρχουσα κοινωνική απαίτηση για εκσυγχρονισμό και πρόοδο (Δασκαλάκης, 2009: 262). Αυτή η τεχνολογική επανάσταση έχει αποβεί μοιραία για την πραγματική πρόοδο των διαπροσωπικών σχέσεων, σε όρους όμως επικοινωνίας. Τρία βασικά χαρακτηριστικά της έννοιας της επικοινωνίας στο σύγχρονο παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον είναι, σύμφωνα με την Κωνσταντοπούλου (2003)⁴⁷ η μυθοποίηση της πραγματικότητας, η αλλοίωση της έννοιας του χρόνου και η ανυπαρξία διαλόγου. Τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας (Μ.Μ.Επ.) κατασκευάζουν πραγματικότητες, δεν αφιερώνουν ποτέ περισσότερο χρόνο στην ανάλυση ενός σοβαρού ζητήματος, διότι δεν υπάρχει και ελλείψει του χρόνου αυτού, δεν μπορεί να αναπτυχθεί διάλογος, ώστε να συζητηθεί κάθε θέμα που προκύπτει. Συνεπώς, η πληροφόρηση του κοινού δεν μπορεί παρά να είναι υποκειμενική, σύμφωνα με την οπτική γωνία, το συμφέρον και την εξουσία που συγκεντρώνει κάθε φορά ο κυρίαρχος του επικοινωνιακού παιχνιδιού. Αυτό είναι και το βασικό χαρακτηριστικό των νέων παγκοσμιοποιημένων τρόπων επικοινωνίας. Όλοι μας έχουμε λόγο, όλοι μπορούμε να γίνουμε κοινωνοί και μετασχηματιστές της πληροφορίας, όμως πάντα σύμφωνα με την οπτική αυτού που «ρίχνει» την πληροφορία στο σύστημα, χωρίς καν να μπορούμε να διακρίνουμε την αληθινή από την κατασκευασμένη για ίδια οφέλη. Σύμφωνα με τον Bandura (2001)⁴⁸ δίνεται ιδιαίτερη προσοχή στο δυναμικά αναπτυσσόμενο ρόλο ενός συμβολικού περιβάλλοντος στην καθημερινότητα των ανθρώπων. Παλαιότερα τα πρότυπα που στενού περιβάλλοντος επηρέαζαν ουσιαστικά τη ζωή κάποιου, σήμερα όμως με την επιταχυνόμενη ανάπτυξη της οπτικοακουστικής τεχνολογίας και τη συνεχώς αυξανόμενη συμμετοχή του ατόμου σε έναν παγκόσμιο ιστό, όπου διαδρά, συμμετέχει, παρακολουθεί και αλληλοεπιδρά, το άτομο αυτό βομβαρδίζεται με διάφορα πρότυπα, στα οποία εκτίθεται

⁴⁶ Τσακηρίδη, Ο. (2003). Ο πολιτισμός και ο αθλητισμός στον αιώνα της παγκοσμιοποίησης. Στο Ρόη Παναγιωτοπούλου, Σωκράτης Κονιόρδος, Λάουρα Μαράτου – Αλιπράντη (Επιμ.), *Παγκοσμιοποίηση και Σύγχρονη Κοινωνία* (263-281). Αθήνα: Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών.

⁴⁷ Κωνσταντοπούλου, Χ. (2003). Κοινωνικά γεγονότα, ειδήσεις και «reality shows»: Η μεταμοντέρνα κοινωνική ανάλυση και το τέλος της κοινωνιολογίας. Στο Ρόη Παναγιωτοπούλου, Σωκράτης Κονιόρδος, Λάουρα Μαράτου – Αλιπράντη (Επιμ.), *Παγκοσμιοποίηση και Σύγχρονη Κοινωνία* (315-332). Αθήνα: Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών.

⁴⁸ Bandura, A. (2001). Social Cognitive Theory of Mass Communication. *Mediapsychology*, 3, 265-299.

καθημερινά. Σε κοινωνικό επίπεδο, οι ηλεκτρονικές φόρμες επιρροής μετασχηματίζουν τα κοινωνικά συστήματα, τα οποία με τη σειρά τους γίνονται φορείς κοινωνικοπολιτικών αλλαγών (Bandura, 2001: 271).

Η επικοινωνία είναι μία διαδικασία που έχει ωφελήσει κάποιους περισσότερο από κάποιους άλλους. Κάποιοι εισήλθαν νωρίτερα σε δίκτυα παγκόσμιας επικοινωνίας από κάποιους άλλους. Η ψηφιοποίηση της πληροφορίας και η παγκοσμιοποίηση των επικοινωνιακών συστημάτων σε συνάρτηση με την πρόοδο της τεχνολογίας αύξησαν σε τεράστιο βαθμό τη συσσώρευση και τη μετάδοση της πληροφορίας, αλλά ταυτόχρονα κατέστησαν και την ίδια την κυκλοφορία της ανάμεσα στα διάφορα μέσα μία πολύ εύκολη και γρήγορη διαδικασία (Thomson, 1999: 268-269). Σε αυτούς τους γρήγορους ρυθμούς κυκλοφορίας των πληροφοριών έμαθαν να κινούνται και τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (Μ.Μ.Εν.) Οι επιδράσεις τους είναι άμεσες, καθώς αυτά διακινούν όχι μόνο πληροφορίες, αλλά και ιδέες, βάση των οποίων σχηματίζεται η κοινή γνώμη. Τα Μ.Μ.Εν. προσδίδουν στην πληροφορία ένα βάρος που δεν το έχει από μόνη της (Κωνσταντοπούλου, 1995: 99). Είναι πλέον ευρέως γνωστό, ότι τα μέσα κάνουν επιλογή ανάμεσα σε χιλιάδες πληροφοριών και παρουσιάζουν στο κοινό, αυτές που κατά το δοκούν θα είναι πιο ενδιαφέρουσες και θα καταφέρουν να καθηλώσουν τον τηλεθεατή ή ακροατή ή αναγνώστη με σκοπό πάντα το κέρδος. Δεν είναι λίγες οι φορές που οι πληροφορίες που παρέχονται στο κοινό είναι πλασματικές. Αυτή η «επικοινωνία placebo» (Κωνσταντοπούλου, 1995: 101-102), μας δείχνει πώς ακριβώς λειτουργεί ολόκληρο το επικοινωνιακό μας σύστημα σήμερα. Άλλωστε, η επικοινωνιακή δομή της μετανεωτερικότητας χαρακτηρίζεται από την υπερτίμηση της έννοιας της επικοινωνίας και το μύθο της υπερπληροφόρησης, τη μαζικότητα του ακροατηρίου, τα μονοδιάστατα μηνύματα. Μέχρι πρόσφατα, το κοινό δεχόταν το μήνυμα, αλλά δεν μπορούσε να απαντήσει στο μήνυμα αυτό, παρά μόνο με έμμεσο τρόπο και σίγουρα όχι σε πρώτο χρόνο (Κωνσταντοπούλου, 2009: 87). Στην νέα πραγματικότητα που μας έχει μύσει το Web 2.0⁴⁹ το μοντέλο της μονόπλευρης διάχυσης της πληροφορίας καταρρίπτεται και ο καθένας μπορεί να γίνει ταυτόχρονα δέκτης, αλλά και πομπός ενός μηνύματος.

⁴⁹ Σύμφωνα με το Εθνικό Πληροφοριακό Σύστημα Έρευνας και Τεχνολογίας (Ε.Π.Σ.Ε.Τ.), «ο όρος Web 2.0 (Ιστός 2.0), χρησιμοποιείται για να περιγράψει τη «δεύτερη γενιά» υπηρεσιών του Παγκόσμιου Ιστού. Η τεχνολογία web 2.0 διευκολύνει την αλληλεπίδραση μεταξύ των χρηστών και τη συνεργασία για το

Άλλο ένα χαρακτηριστικό των σύγχρονων επικοινωνιακών συστημάτων είναι η θραυσματοποίηση της πραγματικότητας (Κωνσταντοπούλου, 2009: 87). Τα κομμάτια της πραγματικότητας τοποθετούνται κάτω από έναν μεγεθυντικό φακό και το κοινό παρακολουθεί σε μεγαλύτερη κλίμακα από την αληθινή τα διάφορα γεγονότα ή τις διάφορες πληροφορίες με αποτέλεσμα να φορτίζεται θετικά ή αρνητικά απέναντι σε γεγονότα, ανθρώπους ή καταστάσεις. Απώτερος σκοπός είναι το κέρδος, δηλαδή το χρήμα, συνεπώς όσο περισσότερες διαφημίσεις συγκεντρώσει ένα πρόγραμμα, τόσο πιο κερδοφόρο είναι και για να συμβεί αυτό θα πρέπει να γίνει επίκληση στο συναίσθημα του τηλεθεατή – ακροατή – αναγνώστη. Η επικοινωνία βρίσκεται στο επίκεντρο των οικονομικών διακυβεύσεων (Κωνσταντοπούλου, 2009: 91). Στο σημείο αυτό μπορούμε να κάνουμε λόγο για τη φαινομενικότητα με την οποία ασχολήθηκε ο Adorno στην Αισθητική Θεωρία (1970), όπου αντιπαραβάλλοντας τις έννοιες της έκφρασης και της φαινομενικότητας, καταλήγει πως είναι δύο αντίθετοι πόλοι. Αυτό που φαίνεται με αυτό που πραγματικά είναι, είναι δύο διαφορετικοί κόσμοι, που φαντάζει εξαιρετικά δύσκολο να συναντηθούν. Ο Lyotard επίσης τόνισε την θραυσματοποιημένη φύση της σύγχρονης κοινωνίας, καθώς επίσης και την αδυναμία πρόσληψης μίας θεμελιώδους και καθολικής αλήθειας (Curran, 2011: 31). Όπως επίσης και ο Baudrillard παρομοίασε τη μαζική κυκλοφορία εικόνων από τα μέσα ενημέρωσης με μία αίθουσα γεμάτη καθρέφτες που ο καθένας δίνει το δικό του αντίκρισμα της πραγματικότητας, οδηγώντας σε κατάρρευση του νοήματος (Curran, 2011: 32).

Ενα πρόσθετο στοιχείο των σημερινών επικοινωνιακών συστημάτων είναι, σύμφωνα με τους Southwell και Yzer (2007), η κατάρριψη της μέχρι τώρα θεωρίας των Katz και Lazarsfeld (1955) που καθόρισε την επιρροή των Μ.Μ.Επ. προς το κοινό στα τέλη του 20ου αιώνα, κατά την οποία, το μήνυμα των μέσων καθόριζε άμεσα τη συμπεριφορά των ανθρώπων. Οι ερευνητές κατέληξαν πως στη σημερινή εποχή τα μέσα για να περάσουν αποτελεσματικά το μήνυμα στο κοινό, θα πρέπει να το κάνουν μέσω «opinion leaders»⁵⁰. Οι Watts και Dodds (2007) πρόσθεσαν μία ακόμα

διαμοιρασμό περιεχομένου. Αυτή η νέα τεχνολογία θέτει ως επίκεντρο τον χρήστη, ο οποίος δύναται πλέον να παρεμβαίνει, αλλά και να διαμορφώνει ταυτόχρονα το περιεχόμενο ιστοσελίδων μέσω διαδραστικών εφαρμογών».

⁵⁰ Opinion Leader είναι ο καθοδηγητής γνώμης. Οι Katz και Lazarsfeld έκαναν πρώτη φορά λόγο γι' αυτούς το 1955. Κάποτε στην Αρχαία Αθήνα υπήρχαν οι ρήτορες που έπαιζαν αυτό το ρόλο, ώστε να

παράμετρο σε αυτό το στοιχείο των νέων επικοινωνιακών συστημάτων. Δεν είναι μόνο οι opinion leaders που είναι απαραίτητοι για την επιτυχημένη μεταφορά του μηνύματος στην κοινή γνώμη, πρέπει να υπάρχει και μία βάση ανθρώπων που τους παρακολουθεί στενά, ώστε να εξαπλώσουν το μήνυμα σε ένα ευρύτερο κοινό. Συνεπώς παρεμβάλλονται διάφοροι διαμεσολαβητές, μέχρι οι άνθρωποι να πάρουν την πληροφορία και μάλιστα αγνοούμε το αν οι διαμεσολαβητές αυτοί είναι επιστήμονες, αν έχουν γνώση πάνω στο μήνυμα, αν έχουν απλά τα μέσα να διαχέουν την πληροφορία. Παρατηρούμε την ύπαρξη μίας εσωτερικής ανάγκης να εγκρίνει ο Άλλος το μήνυμα πριν γίνουμε κι εμείς δέκτες τους και μετέπειτα πομποί του και κοινωνοί της πληροφορίας. Πιθανόν αυτό να συμβαίνει, διότι στο σύγχρονο παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον που ζούμε επιζητούμε τη συμμετοχή. Πρώτα η γνώση και μετά η συμμετοχή είναι αυτά τα χαρακτηριστικά που καθορίζουν ουσιαστικά και τον τρόπο με τον οποίο λειτουργεί σήμερα ο Web 2.0.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

3. Η Κοινωνία της Πληροφορίας – Το ζήτημα της ταυτότητας – Δυνητικές κοινότητες

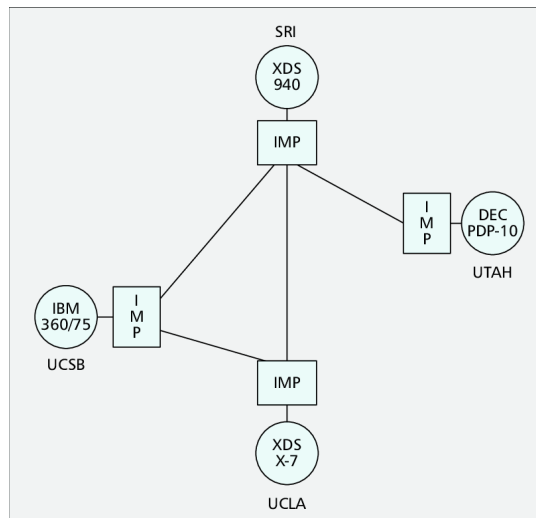
3.1. Διαδίκτυο: Επανάσταση στον τομέα της απομακρυσμένης επικοινωνίας

Το Διαδίκτυο πλέον έχει τη δική του ιστορία. Μία ιστορία που μετρά περίπου πέντε δεκαετίες. Όλα ξεκίνησαν από το όραμα του Paul Marie Ghislain Otlet, ο οποίος το 1934 στη Μονς του Βελγίου επινόησε το παγκόσμιο δίκτυο ηλεκτρικών τηλεσκοπίων. Ο Otlet με το Reseau (Δίκτυο), όπως το ονόμασε, οραματίστηκε, ότι οι χρήστες του θα έχουν τη δυνατότητα να ερευνήσουν από την άνεση του σπιτιού τους χιλιάδες εικόνες ή φωτογραφίες ή ακόμα και να μελετήσουν ολόκληρα βιβλία. Μάλιστα είχε οραματιστεί ότι μέσω του Δικτύου σύντομα θα μπορούσε κανείς να μοιράζεται αρχεία και μηνύματα με άλλους χρήστες (Παπαγεωργίου, 2010: 15). Παρά το γεγονός ότι η βελγική κυβέρνηση ενστερνίστηκε το όραμα του Otlet, ο ναζισμός δεν του επέτρεψε να προχωρήσει στην υλοποίησή του, καταλαμβάνοντας το Βέλγιο

κατευθύνουν το αθηναϊκό κοινό να πάρει τη σωστή ή την επιθυμητή απόφαση. Σήμερα υπάρχουν οι λεγόμενοι influencers, άνθρωποι δηλαδή με μεγάλη επιρροή στα social media, αλλά και στους πολίτες. Ωστόσο, ο influencer έχει συνδεθεί περισσότερο με καταναλωτικές συνήθειες.

το 1940, με αποτέλεσμα ο οραματιστής Βέλγος να πεθάνει το 1944 και ο σπόρος της γέννησης του Διαδικτύου να θαφτεί μαζί του. Ωστόσο, μόλις 13 χρόνια αργότερα η Σοβιετική Ένωση γιορτάζει την εκτόξευση του πρώτου τεχνητού δορυφόρου, του Σπούτνικ 1, γεγονός που αποτελεί ορόσημο στην ιστορία της ανθρωπότητας. Μετά από αυτήν την επιτυχία της Σοβιετικής Ένωσης, οι Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής έπρεπε να ανταπαντήσουν με ένα επαναστατικό επίτευγμα ως ένδειξη δύναμης, προόδου, εξέλιξης, αλλά και ετοιμότητας σε περίπτωση απειλής.

Κατά τη δεκαετία του 1960, το Υπουργείο Άμυνας των Η.Π.Α. ήρθε αντιμέτωπο με μία πρόκληση: πώς θα κατάφερνε να διατηρηθεί η επικοινωνία σε περίπτωση πυρηνικής επίθεσης. Είναι κατανοητό, πως σε μία τέτοια περίπτωση τα επικοινωνιακά δίκτυα θα καταστρέφονταν ή ακόμα και θα αποτελούσαν το στόχο εξόντωσης κατά τη διάρκεια ενός πολέμου και μίας τέτοια τεράστια κλίμακας καταστροφής. Συνεπώς η ανάγκη αυτή οδήγησε την Υπηρεσία Προηγμένων Ερευνητικών Προγραμμάτων (Advanced Research Projects Agency - ARPA) που ανήκε στο Υπουργείο Άμυνας, να δημιουργήσει ένα πειραματικό δίκτυο, το ARPANET, το οποίο ουσιαστικά συνέδεσε τέσσερα Πανεπιστήμια στις Ηνωμένες Πολιτείες (Λέανδρος, 2005: 27). Όπως παρατηρούμε στο Σχήμα 8, ο ένας ήταν εγκατεστημένος στο Πανεπιστήμιο της California στο Los Angeles (UCLA), ο άλλος στο Πανεπιστήμιο της Santa Barbara, ο τρίτος στο Πανεπιστήμιο Utah και ο τέταρτος στο Ινστιτούτο Ερευνών του Stanford. Το δίκτυο ήταν κατασκευασμένο με τέτοιο τρόπο, ώστε αν για κάποιον λόγο ένα τμήμα του έβγαινε εκτός λειτουργίας, το υπόλοιπο να λειτουργεί χωρίς προβλήματα. Σύμφωνα με τον Λέανδρο (2005: 27), «η νέα αυτή τεχνολογία έγινε γνωστή σαν μεταγωγή πακέτων (*packet switching*), κατά την οποία, τα προς μετάδοση δεδομένα κόβονται σε πακέτα και πολλοί χρήστες μπορούν να μοιραστούν την ίδια επικοινωνιακή γραμμή. Κάθε πακέτο θα είχε την πληροφορία που χρειαζόνταν για να φτάσει στον προορισμό του, όπου και θα γινόταν η επανασύνθεσή του σε δεδομένα τα οποία μπορούσε να χρησιμοποιήσει ο τελικός χρήστης». Το δίκτυο αυτό λειτούργησε το 1968 και έκτοτε η εξέλιξή του υπήρξε ραγδαία.



Σχήμα 6. Η αρχική μορφή του ARPANet με τέσσερις κόμβους⁵¹

Το 1971 ο Raymond S. Tomlinson εισήγαγε το σύμβολο «@», για να ξεχωρίζουν οι χρήστες που βρίσκονται σε ξένα δίκτυα και με τον τρόπο αυτό κατόρθωσε να στείλει την πρώτη επιστολή με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, το γνωστό σε όλους μας e-mail (Παπαγεωργίου, 2010: 17). Το 1974 δημιουργήθηκε ένα νέο πρότυπο επικοινωνίας βάσει των συμπερασμάτων από τη χρήση του ARPANet που ονομάστηκε Transmission Control Protocol/ Internet Protocol (TCP/IP). Σύμφωνα με τον Παπαγεωργίου (2010), το 1983 το ARPANET διαχωρίστηκε σε MILNET για χρήση που αφορούσε στο στρατό και ARPANET για ακαδημαϊκή, αλλά και ευρύτερη κοινωνική χρήση, με τους φοιτητές των πανεπιστημίων να χρησιμοποιούν για πρώτη φορά το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο. Ωστόσο, η επικοινωνία ήταν ακόμη περιορισμένη, καθώς οι χρήστες μπορούσαν να ανταλλάξουν, να επεξεργαστούν και να αποθηκεύσουν γραπτά αρχεία (Kiesler, Siegel & McGuire, 1984), όμως με το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο μπορούσαν μόνο να στείλουν μηνύματα, καθώς επίσης και να επισκεφτούν σελίδες στο διαδίκτυο που ήταν μόνο για ανάγνωση, χωρίς να υπάρχει η δυνατότητα επεξεργασίας, δημιουργίας ή διαμόρφωσης περιεχομένου (Γιώτα, 2015: 21-22).

Μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του 1980, το Διαδίκτυο είχε ραγδαία ανάπτυξη. Διάφορα δίκτυα επιθυμούσαν να συνδεθούν μεταξύ τους, όμως αυτό το φαινόμενο αφορούσε κατά κύριο λόγο ερευνητικούς, κρατικούς και πανεπιστημιακούς φορείς

⁵¹ Kleinrock, L. (2010). An early history of the Internet. *IEEE Communications Magazine*, 48, 26-36.

(Λέανδρος, 2005: 73). Στα τέλη του 1979 ήταν μόλις 188 υπολογιστές συνδεδεμένοι, ενώ ο δείκτης Visual Networking Index (VNI) της Cisco προβλέπει, ότι μέχρι το 2022 το 60% του παγκόσμιου πληθυσμού θα χρησιμοποιεί το διαδίκτυο με πάνω από 28 δισεκατομμύρια συσκευές να έχουν συνδεθεί μεταξύ τους. Η τεχνολογική επανάσταση έχει αγγίξει κάθε γωνιά του πλανήτη και πλέον μιλάμε για ένα σαρωτικό, καθολικό φαινόμενο που έχει αλλάξει το ρου της παγκόσμιας ιστορίας. Το 1991 γεννήθηκε ο Παγκόσμιος Ιστός, δηλαδή το ίντερνετ και στα ελληνικά, διαδίκτυο. Έκτοτε οι εξελίξεις στον τομέα της επικοινωνίας τρέχουν με ταχύτητα φωτός με τη χρυσή δεκαετία του '90 να η χρήση του διαδικτύου να αναπτύσσεται με ρυθμούς γεωμετρικής προόδου. Το 1994 οι χρήστες ήταν περισσότεροι από ένα εκατομμύριο και ως επακόλουθο αυτού ήταν η απαρχή του ηλεκτρονικού εμπορίου⁵². Για να αντιληφθούμε πόσο έχει προχωρήσει η τεχνολογική επανάσταση αρκεί να δούμε τις προβλέψεις του VNI της Cisco (2019). Αναλυτικά προβλέπονται τα εξής⁵³:

- Η ετήσια παγκόσμια IP⁵⁴ κίνηση θα φτάσει τα 4,8 Zetabytes (ZB) μέχρι το 2022 ή τα 396 Exabytes (EB) το μήνα. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι το 2017 η αντίστοιχη ετήσια κίνηση ήταν 1,5 ZB, ενώ η μηνιαία ανερχόταν στα 122 EB.
- Η ετήσια παγκόσμια IP κίνηση θα τριπλασιαστεί τα επόμενα πέντε χρόνια. Ο Συντελεστής Ετήσιας Ανάπτυξης (Compound Annual Growth Rate - CAGR) πρόκειται να αυξηθεί κατά 26% από το 2017 έως το 2022. Η μηνιαία κίνηση IP θα φτάνει τα πενήντα GB ανά χρήστη, όταν το 2017 έφτανε τα δεκαέξι GB.
- Ο αριθμός των συσκευών που θα είναι συνδεδεμένες σε IP δίκτυα θα είναι μεγαλύτερος από τρεις φορές τον παγκόσμιο πληθυσμό μέχρι το 2022. Θα υπάρχουν 3,6 συνδεδεμένες συσκευές ανά χρήστη, όταν το 2017 ήταν 2,4 οι συνδεδεμένες συσκευές. Για να μιλήσουμε με πραγματικούς αριθμούς, μέχρι το 2022 οι συσκευές που βρίσκονται εντός δικτύου θα ανέρχονται στα 28,5 δισεκατομμύρια, ενώ το 2017 ήταν 18 δισεκατομμύρια.

⁵² Σύμφωνα με τον Παπαγεωργίου (2010) το 1994 πουλήθηκε το πρώτο βιβλίο από το Amazon, το πρώτο ηλεκτρονικό βιβλιοπωλείο και το 1995 έκανε την εμφάνισή της για πρώτη φορά η μηχανή αναζήτησης Yahoo.

⁵³ Σύμφωνα με την έκθεση της Cisco, που δημοσιεύθηκε το 2019 με τίτλο, «Cisco Visual Networking Index: Forecast and Trends 2017-2022».

⁵⁴ IP: Το Internet Protocol address είναι ένας μοναδικός αριθμός που χρησιμοποιείται σε ένα δίκτυο υπολογιστών από διάφορες συσκευές. Οι συσκευές αυτές χρησιμοποιούν το Internet Protocol standard για να αναγνωρίζονται, αλλά και να ανταλλάσσουν πληροφορίες μεταξύ τους.

- Οι συνδέσεις συσκευή με συσκευή (M2M) θα είναι περισσότερες από τις μισές παγκόσμια συνδεδεμένες συσκευές και συνδέσεις μέχρι το 2022. Θα υπάρχουν 14,6 δισεκατομμύρια M2M συνδέσεις, οι οποίες θα αγγίξουν το 51%, σε αντίθεση με το 34% του 2017.
- Η χρήση των smartphone θα υπερβεί τη χρήση του υπολογιστή. Το 2018 η χρήση υπολογιστών αφορούσε το 41% της συνολικής χρήσης IP. Ωστόσο μέχρι το 2022 η χρήση τους θα αφορά μόλις το 19%. Αντιθέτως τα smartphones φαίνεται πως αντικαθιστούν το PC, καθώς μέχρι το 2022 η χρήση τους θα ανέλθει στο 44% της συνολικής IP κίνησης, σε αντίθεση με το μόλις 17% του 2017.

Παρατηρούμε πως μέσα σε ελάχιστα χρόνια το διαδίκτυο έχει γίνει αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινής μας ζωής. Αφορά την προσωπική μας ζωή, την επαγγελματική και κοινωνική μας καθημερινότητα, τις διαπροσωπικές μας σχέσεις, τις οικογενειακές μας σχέσεις, τις φιλίες, τις εχθρότητες, την εκπαίδευση, την ψυχαγωγία, τη διασκέδασή μας. Ένας καινούριος κόσμος αναδύθηκε από αυτήν την τεχνολογική επανάσταση κι εμείς πλέον διαβιούμε σε εντελώς διαφορετικές συνθήκες ακόμα και σε σχέση με την κοντινή μας δεκαετία του 1990, όταν ουσιαστικά άρχισε να διαφαίνεται το σαρωτικό φαινόμενο του διαδικτύου.

3.2. Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις του Διαδικτύου

Το διαδίκτυο, αν και αρχικά δε δημιουργήθηκε για να καλύψει τις ανάγκες της κοινωνίας, στην πορεία ενσωματώθηκε και αναπαράχθηκε με βάση ακριβώς αυτές, ενώ συνεχίζει να μεταλλάσσεται και να εξελίσσεται σύμφωνα με τις κοινωνικές επιταγές. Σύμφωνα με τη συστημική θεωρία και συγκεκριμένα, την προσέγγιση του δομολειτουργισμού, η διατήρηση της κοινωνικής τάξης και σταθερότητας είναι βασικό στοιχείο για την επιβίωση της κοινωνίας. Ένα δεύτερο στοιχείο του δομολειτουργισμού που βοηθάει στο να κατανοήσουμε καλύτερα τη λειτουργία του διαδικτύου είναι η αλληλοεξάρτηση που υπάρχει, αλλά και η συνεργασία μεταξύ των δομών, ενώ το τρίτο στοιχείο που συναντάμε είναι το γεγονός, ότι αναπαράγονται βασικές κοινωνικές αξίες και κανόνες (Λάμνιαν, 2002: 128). Για να δούμε μέσα από την οπτική του Parsons, αξιοποιώντας το θεωρητικό πλαίσιο του Durkheim, αντιλαμβανόμαστε μία πιο σύνθετη και ταυτόχρονα συνδυαστική ανάλυση της

κοινωνικής πραγματικότητας, για παράδειγμα, ενώ βασικός στόχος του δομολειτουργισμού είναι η διατήρηση της κοινωνικής συνοχής και σταθερότητας, σε ατομικό επίπεδο όμως, θα πρέπει το άτομο μέσα στο πλαίσιο της δομής να μπορεί να αναπτύξει τη δική του δράση, η οποία στηρίζεται στις προθέσεις και τα κίνητρά του, γεγονός που συντελείται στο πλαίσιο των κοινωνικών δικτύων στον παγκόσμιο ιστό.

Σε αντίθεση με τη δομολειτουργική προσέγγιση, το μαρξικό πρότυπο υπαγορεύει πως σε αυτήν την ιστορική κοινωνική εξέλιξη στην οποία πρωτοστάτησε η δημιουργία του παγκόσμιου ιστού, τα άτομα δε διαδραματίζουν προκαθορισμένους ρόλους ως παθητικά υποκείμενα, αντιθέτως εμπλουτίζουν τις γνώσεις τους υπερβαίνοντας τις αστικές κοινωνικές σχέσεις, ερχόμενα σε μεταξύ τους συγκρούσεις μέσα από συλλογικές μορφές οργάνωσης (Γκίβαλος, 2011)⁵⁵. Στο διαδίκτυο, όπως έχει διαμορφωθεί σήμερα, με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης να απορροφούν τον περισσότερο χρόνο, τόσο σε ατομικό επίπεδο, όσο και συλλογικό, αναδεικνύονται δρώσες κοινωνικές δυνάμεις, οι οποίες αντιπαρατίθενται μέσα στο πλαίσιο των θεσμών μίας ιστορικής κοινωνίας και μέσα από τις αντιπαραθέσεις αυτές προκύπτουν νέες μορφές οργάνωσης που προσδιορίζουν νέα δεδομένα για την παραγωγική και οικονομική ζωή⁵⁶. Στον πυρήνα τους, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αναπαράγουν σχέσεις ανισότητας και εκμετάλλευσης, οι οποίες καλύπτονται από τον μανδύα της ισότητας, της ελευθερίας του λόγου και του εκδημοκρατισμού, όμως αυτό που επιτυγχάνεται πλήρως είναι η απόλυτη κυριαρχία μίας ηγεμονεύουσας τάξης, με τους θεσμούς του εποικοδομήματος αυτού να συνιστούν αναγκαίες προϋποθέσεις για τη διασφάλιση της κυριαρχίας της⁵⁷. Σύμφωνα με το μαρξικό πρότυπο ανάλυσης, υπάρχει μία οργανική σχέση μεταξύ της δομής και του αξιολογικού στοιχείου. «Οι αξίες αναδεικνύονται μέσα από τη μεθοδική ανάλυση των δομών, γι' αυτό και αποκτούν ηθική νομιμότητα ιστορικού τύπου». Το διαδίκτυο είναι αναμφισβήτητα ένας χώρος συγκρούσεων, όπου ο ισχυρός ασκεί τεράστια επιρροή στην οικονομία και η επίδρασή του αυτή είναι ικανή να μεταβάλει την οικονομική

⁵⁵ Γκίβαλος, Μ. (2011). *Φάκελος σημειώσεων του μαθήματος «Μετανεωτερικότητα και σύγχρονα προβλήματα κοινωνικοποίησης στο εκπαιδευτικό περιβάλλον»*. ΕΚΠΑ, ΠΤΔΕ, Αθήνα.

⁵⁶ όπ. παρ.

⁵⁷ όπ. παρ.

βάση, αλλά και άλλους θεσμούς, όπως είναι η εκπαίδευση ή ακόμη και τους πολιτικούς θεσμούς⁵⁸. Καθημερινά κατά τη χρήση του διαδικτύου και κυρίως μέσω των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης παρατηρείται ένα πεδίο διαπάλης ιδεών και πρακτικών στάσεων. Μέσα από τις συγκρούσεις αυτές διαμορφώνεται ένα νέο πλαίσιο αξιών, στάσεων και αντιλήψεων που διαμέσου των δυνητικών κοινωνικών αγώνων τελικά μπορούν να οδηγήσουν σε μετασχηματισμούς και κοινωνικές μεταβολές.

Όσον αφορά στην προσέγγιση της δομοποίησης, της οποίας κυριότεροι εκπρόσωποι είναι οι σύγχρονοι Giddens και Habermas, συναντάμε την έννοια της παγκοσμιοποίησης ως θεμελιώδη συνέπεια της νεωτερικότητας. Η παγκοσμιοποίηση, είναι μία διαδικασία άνισης εξέλιξης που εισάγει νέες μορφές ανάπτυξης και παγκόσμιας αλληλεξάρτησης, συνθλίβοντας τις διαφορετικές κουλτούρες (Giddens, 2001: 210), όπως ακριβώς συμβαίνει με το διαδίκτυο, όπου δημιουργείται μία παγκόσμια κουλτούρα κι ένας ενιαίος πολιτισμός, ο οποίος διατρανώνεται αφήνοντας πίσω του μικρά εθνοκεντρικά ψήγματα πολιτισμού για να θυμίζουν την μη ουσιαστική ενοποίηση των κρατών και τη διατήρηση των φυσικών συνόρων τους. Στο επίκεντρο της δομοποίησης βρίσκονται η δομή και το κοινωνικό σύστημα. Για τον Giddens, η δομή αποτελείται από κανόνες και πόρους, ενώ οι κανόνες αυτοί δεν μπορούν να εννοιολογηθούν ανεξάρτητα από τους πόρους, «οι οποίοι αναφέρονται στους τρόπους με τους οποίους σχέσεις μετασχηματισμού συσσωματώνονται στην πραγματικότητα μέσα στην παραγωγή και αναπαραγωγή των κοινωνικών πρακτικών» (Μουζέλης, 1997: 48). Το διαδίκτυο διέπεται από κανόνες, οι οποίοι χρησιμοποιούνται πέραν κάθε αμφισβήτησης και εκλαμβάνονται ως δεδομένοι, ως μέσα επικοινωνίας, καθώς η μεσοποιημένη εμπειρία (mediated experience), ήδη από την επινόηση της γραφής αποτελεί βασικό παράγοντα διαμόρφωσης της ταυτότητας, αλλά ταυτόχρονα διαμορφώνει και τις κοινωνικές σχέσεις που αναπτύσσουν τα άτομα μεταξύ τους. (Παπαθανασόπουλος, 2017: 13).

Στη βαθύτερη κατανόηση της επίδρασης του διαδικτύου στην κοινωνία, συνεισφέρει κυρίως η Θεωρία του Μέσου (medium theory), όπου οι θεωρητικές προσεγγίσεις των Inis, Ong και McLuhan εξετάζουν μεταβλητές, όπως οι αισθήσεις

⁵⁸ όπ. παρ.

που απαιτούνται για την παρακολούθηση του συγκεκριμένου μέσου, η τρόπος κωδικοποίησης των μηνυμάτων, η ταχύτητα διαβίβασης των μηνυμάτων, το κοινό στο οποίο απευθύνονται κ.ο.κ. (Παπαθανασόπουλος, 2017: 14). Σύμφωνα με τον Meyrowitz (1995), η θεωρία του Μέσου επικεντρώνεται στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά κάθε ατομικού ή ιδιαίτερου τύπου μέσων και πώς αυτά το διαφοροποιούν από τα υπόλοιπα σε τεχνολογικό, ψυχολογικό, αλλά και κοινωνικό επίπεδο. Επιπλέον, στις προ-νεωτερικές κοινωνίες η επικοινωνία βασιζόταν κατά κύριο λόγο στην προφορική παράδοση, ενώ στη νεωτερικότητα με την εφεύρεση της τυπογραφίας, κατέστη κυρίαρχη η γραπτή επικοινωνία, η οποία αντικαταστάθηκε στη μετανεωτερική εποχή από μηχανές, που επιτρέπουν τόσο τη σύγχρονη όσο και την ασύγχρονη επικοινωνία (Κάλλας, 2019: 22).

Συνδυάζοντας τη θεωρία της συμβολικής αλληλόδρασης, με εκπρόσωπό της τον Goffman, με τη θεωρία του Μέσου αντιλαμβανόμαστε πως αλλάζουν τα κριτήρια συμπεριφοράς, οι αντιλήψεις και οι στάσεις απέναντι στον υπόλοιπο κόσμο που είναι κοντά μας και συνάμα μακριά μας (Παπαθανασόπουλος, 2017: 16). Η βασική κριτική που ασκείται σε αυτή τη θεωρία είναι ότι χαρακτηρίζεται ως μία τεχνοκρατική προσέγγιση, και δεν έχει τα θεμέλιά της σε κοινωνιολογικές προσεγγίσεις παραβλέποντας τις κοινωνικές συνθήκες, όμως στην πραγματικότητα η θεωρία του Μέσου δεν είναι τεχνοκρατική και αποδεικνύεται από την παραδοχή του Postman, ο οποίος υποστηρίζει πως η τεχνολογία μεταβάλλει τη δομή της επικοινωνίας, και το διαδίκτυο συγκεκριμένα έχει σηματοδοτήσει μία δραματική αλλαγή στον πολιτισμό έχοντας μετατρέψει τους ανθρώπους σε διαφορετικά όντα, από ό,τι ήταν πριν την εφεύρεσή του (Παπαθανασόπουλος, 2017: 17).

Στη λογική αυτή συναινούν και οι Δασκαλάκης και Φασούλης (2013), οι οποίοι θεωρούν πως η μετάβαση στην κοινωνία της πληροφορίας χαρακτηρίζει την μεταμοντέρνα εποχή, η οποία οφείλει την ύπαρξή της σε μεγάλο βαθμό όχι μόνο στην πληροφορία, αλλά και την επικοινωνία. Ένα νέο Παραδειγμα δημιουργείται, το οποίο στην κλαδική του μήτρα εσωκλείει όλα τα οντολογικά στοιχεία των προηγούμενων και εστιάζει «στην παροχή υπηρεσιών, την εκμετάλλευση της γνώσης και στην επένδυση της πληροφορίας» (Φραγκουλίδου, 2006: 14). Ως λογικό επακόλουθο του μεταβιομηχανισμού έρχεται η κοινωνία της πληροφορίας και είναι η πρώτη φορά που ο έλεγχος της παραγωγής και ο βιομηχανικός παραγωγικός πλούτος έχουν

μικρότερη αξία σε σχέση με αυτήν της πληροφορίας και της διάχυσής της, η οποία δύναται να αποφέρει περισσότερα κέρδη από τη διαχείρισή της (Φραγκουλίδου, 2006: 15). Η κοινωνία της πληροφορίας (ΚτΠ) έχει αναδείξει μία νέα οικονομία της πληροφορίας, με την ψηφιακή τεχνολογία να πρωτοστατεί, αλλάζοντας τους όρους της επικοινωνίας, αλλά και τη δομή της απασχόλησης και των εργασιακών συνθηκών.

3.3. Η Κοινωνία της Πληροφορίας

Η ψηφιακή τεχνολογία έχει διεισδύσει στα άδυτα της καθημερινότητας του ανθρώπου. Το διαδίκτυο ως το απόλυτο μέσο επικοινωνίας έχει υπερισχύσει έναντι κάθε άλλης μορφής επικοινωνίας, όπως το τηλέφωνο, έχει παραγκωνίσει την τηλεόραση, το ραδιόφωνο, το φαξ, τον έντυπο τύπο, έχει επισκιάσει κάθε μέσο που φέρει πληροφορία και έχει επαναπροσδιορίσει την κοινωνική αλληλεπίδραση μεταξύ των ανθρώπων.

Σύμφωνα με τον Gillmor (2010)⁵⁹, το διαδίκτυο κατάφερε να συνδυάσει όλα τα προηγούμενα μέσα επικοινωνίας σε ένα και να τα εξελίξει στον Παγκόσμιο Ιστό. Αυτή η διαδικασία εκδημοκράτησε ριζοσπαστικά τα media, με τρόπους που τώρα αρχίζουμε να αντιλαμβανόμαστε. Το κλειστό σύστημα των μέσων επικοινωνίας ανοίγει, οι δυνατότητες είναι απεριόριστες και το σημαντικότερο είναι, ότι δεν υπάρχουν όρια. Ο Gillmor (2010) προσθέτει χαρακτηριστικά, πως αυτό είναι μία θετική εξέλιξη, αναλογιζόμενος τι συμβαίνει στα παραδοσιακά μέσα.

Όπως διαπιστώσαμε και από την έκθεση της Cisco (2019) ο όγκος των δεδομένων είναι τεράστιος και οι ταχύτητες ανταλλαγής των πληροφοριών μέσω του διαδικτύου ασύλληπτες. Όλα περιστρέφονται γύρω από την πληροφορία και τη διάχυσή της. Η Κοινωνία της Πληροφορίας είναι μία από τις σημαντικότερες προτεραιότητες του Δυτικού κόσμου. Στην Ευρώπη επικράτησε ο όρος «Κοινωνία της Πληροφορίας» (Information Society), ενώ στις Ηνωμένες Πολιτείες κάνουν λόγο για «Λεωφόρο της Πληροφορίας» (Information Superhighway) (Ασημακόπουλος,

⁵⁹ Gillmor, D. (2010). *Mediactive*. San Fransisco, CA.: Creative Commons

Παρασκευάς και Τριανταφύλλου, 2015: 40). Αυτή η διαφορά στην ορολογία ενδεχομένως πηγάζει και από το πολιτισμικό φορτίο και τον τρόπο αντίληψης των Ευρωπαίων έναντι των Αμερικανών. Η Ευρώπη του Διαφωτισμού, των Επιστημών, της κουλτούρας και του πολιτισμού δίνει έμφαση στον όρο «κοινωνία», σε αντίθεση με την Αμερική των τεχνολογικών εξελίξεων, της παγκόσμιας υπερδύναμης στην οποία η ταχύτητα των πραγμάτων έχει ιδιαίτερη βαρύτητα, με τα τεχνολογικά επιτεύγματα να αποτελούν και τον ουσιαστικό πλούτο της νεότερης Ηπείρου (Ασημακόπουλος κ.ά. 2015: 40).

Η έννοια της Κοινωνίας της Πληροφορίας και το προηγούμενο συνώνυμό της, η μεταβιομηχανική κοινωνία απασχόλησε και συνεχίζει να απασχολεί ιδιαίτέρως τους κοινωνιολόγους, με την έννοια αυτή να συλλαμβάνεται από τον Daniel Bell, έναν από τους μεγαλύτερους Αμερικανούς κοινωνιολόγους, του οποίου το έργο δεν επικεντρώνεται στις πολιτιστικές αντιφάσεις του καπιταλισμού, αλλά της αστικής κοινωνίας, ενός νέου κόσμου, που δημιουργήθηκε από τις συντεχνίες των βιοτεχνών και των εμπόρων, τη μεσαία ή αλλιώς αστική τάξη που ουσιαστικά επέφερε και τη επανάσταση στην νεότερη κοινωνία, παραγκωνίζοντας τους παραδοσιακούς στυλοβάτες ενός κοινωνικού συστήματος που μέχρι τότε ήταν οι στρατιωτικές και θρησκευτικές δυνάμεις και φέρνοντας πια στο επίκεντρο την οικονομική δραστηριότητα (Μπελ, 1999: 18). Σύμφωνα με τον Webster (2011), ο Μπελ εξιστόρησε άριστα τα κύρια στοιχεία της μεταβιομηχανικής κοινωνίας και παρουσίασε με τον καλύτερο δυνατό τρόπο «την πορεία ανάμεσα στους τομείς απασχόλησης» (Kumar, 1995: 165). Με το πέρασμα του χρόνου, κάποιος μπορεί να παρατηρήσει όλα τα μεταβατικά στάδια, από την οικονομία που στηριζόταν στη γεωργία (προβιομηχανική κοινωνία), μετέπειτα στη βιομηχανία (βιομηχανική κοινωνία) και πιο πρόσφατα στην παροχή υπηρεσιών (μεταβιομηχανική κοινωνία) (Webster, 2011:165). Παρατηρώντας τις σύγχρονες αναπτυγμένες κοινωνίες, όπως της Ευρώπης, της Βόρειας Αμερικής και της Ιαπωνίας θα δούμε, πως το παραγωγικό τους μοντέλο στηρίζεται κατά κύριο λόγο στην παροχή υπηρεσιών, όπως για παράδειγμα η διδασκαλία, η συμβουλευτική, η διαχείριση. Ακριβώς αυτό το σημείο, σύμφωνα με τον Webster είναι και η απαρχή μιας νέας κοινωνίας, αφού η πλειοψηφία των επαγγελματιών στηρίζεται στο διαμοιρασμό, τη διάχυση, την επεξεργασία και την «πώληση» της πληροφορίας. Επιπλέον, η Κοινωνία της

Πληροφορίας θεωρείται ένα τεράστιο βήμα προόδου από την εποχή των μηχανών, όπου οι πόροι ήταν και το βασικό κεφάλαιο, ενώ σήμερα το μεγαλύτερο πλεονέκτημα είναι η κατοχή και η αποτελεσματική χρήση της πληροφορίας (Küng, Picard & Towse, 2009: 62)⁶⁰.

Ανέκαθεν, ο σκοπός κάθε επιστήμης ήταν να μετασχηματιστεί προς το καλύτερο η κοινωνία. Όσον αφορά στην επιστήμη της επικοινωνίας, καθώς αφορά τις διαπροσωπικές, επαγγελματικές και πάσης φύσεως σχέσεις με τον Άλλο, μπορούμε να ισχυριστούμε πως κάθε εξέλιξη στον τομέα της επικοινωνίας, πράγματι μετασχημάτιζε την κοινωνία προς μία θετική κατεύθυνση και διευκόλυνε άμεσα την καθημερινή ζωή των ανθρώπων. Τα επικοινωνιακά τεχνικά επιτεύγματα άλλαξαν και συνεχίζουν να αλλάζουν τις κοινωνικές δομές, παρέχοντας τις υπηρεσίες της πληροφορίας δωρεάν, άμεσα και ανεμπόδιστα. Πράγματι, ο δυτικός κόσμος τουλάχιστον, έχει εισέλθει σε μία νέα εποχή, όπου η κοινωνία της πληροφορίας επικρατεί έναντι οποιουδήποτε άλλου επιστημονικού επιτεύγματος. Οι τεχνικές επικοινωνίας πλέον προσαρμόζονται τόσο σε παγκόσμια κλίμακα, όσο και σε ατομικό επίπεδο (Wolton, 2005: 298). Όλος ο κόσμος γίνεται ένα «παγκόσμιο χωριό», όπου ένα σημαντικό χαρακτηριστικό είναι παγκοσμιοποιημένη αγορά. Η κοινωνία της πληροφορίας ευνοεί τον οικονομικό φιλελευθερισμό, απαλλαγμένο από τους εθνικούς περιορισμούς του, ενώ το διαδίκτυο συμπληρώνει και ενισχύει την άποψη αυτή, καθώς μέσω των δικτύων του που δεν γνωρίζουν και αναγνωρίζουν σύνορα, υπάρχει «ελεύθερη ροή» χωρίς περιορισμούς (Wolton, 2005: 299). Εδώ ο Wolton (2005) κάνει λόγο για τη διττή φύση της πληροφόρησης, τόσο ως δημοκρατικής αξίας, όσο και ως οικονομικής αξίας και τονίζει την έννοια «της διαπλοκής των συμφερόντων, των αξιών και των προσδοκιών». Πάντως θα πρέπει να αναγνωρίσουμε πως ακόμη κι αν αναφερόμαστε σε ένα παγκόσμιο χωριό, μέχρι στιγμής μόνο οι πιο αναπτυγμένες χώρες της Δύσης έχουν εισέλθει στην «εποχή της πληροφορίας» (ΜακΚουέλ & Βιντάλ, 2001: 255). Αυτό προφανώς συμβαίνει, διότι στη Δύση έχει συντελεστεί η τεχνολογική επανάσταση και ο υπερκαταναλωτισμός

⁶⁰ Küng, L., Picard, R. G. & Towse, R. (2009). Θεωρητική επισκόπηση της επίδρασης του διαδικτύου στους κλάδους των μέσων μαζικής επικοινωνίας. Στο L. Küng, R. G. Picard & R. Towse (Επιμ.), *Η επίδραση του Internet στα ΜΜΕ: the internet and the Mass Media*, (35-66). Αθήνα: Εκδόσεις Άσπρη λέξη.

τεχνολογικών επιτευγμάτων παρατηρείται εκεί που η κουλτούρα και ο τρόπος ζωής τον ευνοούν. Η υπερβολική χρήση υπερσύγχρονων κινητών τηλεφώνων, υπολογιστών, tablets και πάσης φύσεως μικροσυσκευών που έχουν διευκολύνει την καθημερινή ζωή του δυτικού κόσμου, έχει επιφέρει δραματικές αλλαγές στην επικοινωνία των ανθρώπων, στις διαπροσωπικές σχέσεις. Αυτή η επικοινωνιακή επανάσταση που συντελείται και είναι σε εξέλιξη αυτή τη στιγμή έχει απροσδιόριστες συνέπειες. Σύμφωνα με τους ΜακΚουέλ και Βιντάλ (2001), το γεγονός ότι υπάρχει αυτή η συνεχής ροή πληροφοριών και η υπερβολική έκθεσή των ανθρώπων σε πληροφορίες δε σημαίνει απαραίτητως που είναι και σωστά πληροφορημένοι. Οι υπολογιστές και τα smartphones αποτελούν προέκταση του χεριού μας πλέον και η πρόσβαση στην πανανθρώπινη γνώση 24/7 και 365 ημέρες το χρόνο μέσω του Διαδικτύου καθιστά την υπερκατανάλωση της πληροφορίας καθημερινό φαινόμενο, ενώ δεν είναι δυνατό κάθε είδηση και κάθε πληροφορία να φιλτράρεται αποτελεσματικά, γεγονός που ευνοεί τη διάχυση των ψεύτικων ειδήσεων (fake news) και της παραπληροφόρησης.

Ένας ακόμη παράγοντας που ευνοεί την επανάσταση της πληροφορίας είναι το χαμηλό κόστος παραγωγής της και το χαμηλό κόστος αναπαραγωγής και διάχυσής της (ΜακΚουέλ & Βιντάλ, 2001: 256). Ο έντυπος τύπος είναι ιδιαίτερος δαπανηρός πλέον, ενώ κατά τη χρήση του διαδικτύου δεν ξοδεύεται χαρτί και μελάνι, δε χρειάζεται να πληρώνεται ικανοποιητικά ο εκάστοτε δημοσιογράφος για να δημοσιεύσει την είδησή του, καθώς το ρόλο αυτό μπορεί να τον αναλάβει ο καθένας. Το πιο σημαντικό όμως, είναι το γεγονός, ότι με το διαδίκτυο όλοι μπορούν να ενημερώνονται, άμεσα, ανεμπόδιστα και το κοινό δε χρειάζεται να περιμένει πότε θα τυπωθεί μία εφημερίδα ή ένα περιοδικό για να μάθει τα νέα της ημέρας 24 ώρες αργότερα.

Μία ακόμη δυνατότητα του διαδικτύου είναι η ψηφιοποίηση της πληροφορίας, είτε αυτή είναι ένα απλό δεδομένο, είτε μία εικόνα ή κείμενο είτε ένα γραφικό και η μεταφορά της παντού στον Παγκόσμιο Ιστό. Με αυτόν τον τρόπο, μπορεί να συγκεντρωθεί μία μίξη δεδομένων που προέρχονται από διάφορα μέσα και να παραχθεί ένα «πολυμεσικό περιεχόμενο» (multimedia) (Πάνος, 2005: 122). Από την ημέρα που εστάλη το πρώτο e-mail μέχρι και σήμερα, τα δεδομένα μπορούν να σταλούν, σε οποιαδήποτε μορφή. Με μουσική, με εικόνες, με γραφήματα, μπορεί

επίσης να χρησιμοποιηθούν web cameras και web microphones και να πραγματοποιηθούν φωνητικές κλήσεις, αλλά και βιντεοκλήσεις, ενώ ο χρήστης μπορεί ταυτόχρονα, να κάνει κι άλλες εργασίες στον υπολογιστή του (multitasking). Τα περισσότερα εμπόδια έχουν ξεπεραστεί και μιλάμε για μία χωρίς όρια επικοινωνία, ωστόσο πάντα υπάρχει το τεχνικό μέρος της διάχυσης της πληροφορίας, που εξαρτάται από την ταχύτητα της σύνδεσης, τον τρόπο μεταφοράς των δεδομένων, τα προγράμματα και τις εφαρμογές που χρησιμοποιούνται. Ο χρήστης δεν έχει τα πάντα στη δικαιοδοσία του με τις βασικότερες παραμέτρους να ρυθμίζονται από τις εταιρείες τηλεπικοινωνιών, οι οποίες προσφέρουν την υλικοτεχνική υποδομή του δικτύου (Πάνος, 2005: 124).

Σε αυτήν την Κοινωνία της Πληροφορίας ο άνθρωπος μεταφράζει τον εαυτό του ολοένα και σε περισσότερες μορφές πληροφορίας. Η επανάσταση της πληροφορίας μας οδηγεί σε μία *τεχνολογική προέκταση της συνείδησης* (ΜακΛούαν, 1990: 84), κι ενώ η σκέψη και η αντίληψη μας προέρχονταν από εσωτερικές διεργασίες του εγκεφάλου μας, τώρα ο εγκέφαλός μας βρίσκεται εκτός του οργανισμού μας, αφού χρησιμοποιούμε έναν ηλεκτρονικό υπολογιστή για να σκέφτεται αντί ημών (ΜακΛούαν, 1990: 84). Στην εποχή της πληροφορίας η τεχνολογία διαδραματίζει το σημαντικότερο ρόλο, είναι αυτή που κινεί τα νήματα της καθημερινότητας μας και χωρίς αυτή, μοιάζουμε ανήμποροι, αρκεί να αναλογιστούμε πώς θα ήταν μία ημέρα από τη ζωή μας χωρίς κινητό τηλέφωνο, ή πώς θα μπορούσαμε να ανταπεξέλθουμε στις επαγγελματικές μας υποχρεώσεις για μία ημέρα χωρίς τον ηλεκτρονικό μας υπολογιστή. Τα προηγούμενα τεχνολογικά επιτεύγματα ήταν μεμονωμένα και κατακερματισμένα, όμως οι τεχνολογίες σήμερα πλέκουν τόσο έντονα και βαθιά την καθημερινότητά μας και εισβάλλουν τόσο απροκάλυπτα στην προσωπική και επαγγελματική μας ζωή που πλέον μιλάμε για *καθολική και συμπαγή τεχνολογία* (ΜακΛούαν, 1990: 84). Τώρα καλούμαστε να αντιστοιχίσουμε τον εξωτερικό μας κόσμο, τις δραστηριότητές μας, την κοινωνική, προσωπική και επαγγελματική μας ζωή με την ατομική μας συνείδηση (ΜακΛούαν, 1990: 85).

Στην Κοινωνία της Πληροφορίας όλα δείχνουν να ενοποιούνται σε παγκόσμιο επίπεδο. Η Δύση και η Ανατολή, παραδοσιακά αντικρουόμενα συμφέροντα, έχουν δώσει τη θέση τους στη διεθνή αγορά, το διεθνές εμπόριο, το διεθνές χρήμα, τα

διεθνή μέσα (Σρεμπέρνυ-Μοχάμμαντι, 2009: 254)⁶¹. Αυτή η πολυπλοκότητα που προκύπτει από το δυτικό κόσμο, τις ανατολικές χώρες, τον τρίτο κόσμο και τις σχέσεις αλληλεξάρτησης που έχουν διαμορφώσει στο σύγχρονο μετανεωτερικό περιβάλλον έχει αποτελέσει πεδίο επιστημονικών συζητήσεων και αντιπαραθέσεων, καθώς σε αυτήν την εποχή το παγκόσμιο και το καθολικό μπλέκονται με το εθνικό και το τοπικό και δημιουργούν ρεύματα υποστήριξης ή και αντίδρασης απέναντι σε μία παγιωμένη κατάσταση που οφείλεται στην τεχνολογική επανάσταση κι έχει καταστήσει το σύγχρονο κόσμο ένα μεγάλο παγκοσμιοποιημένο χωριό. Σε αυτό ακριβώς το σημείο εγείρονται και διάφορα ερωτήματα σχετικά με την ταυτότητα του ατόμου, το πού ανήκει, πού θέλει να ανήκει και πού πρέπει να ανήκει σύμφωνα με τις νέες τεχνολογικές επιταγές του παγκοσμιοποιημένου περιβάλλοντος στο οποίο διαβιούμε με όλα τα μεταμοντέρνα στοιχεία που το συνοδεύουν.

3.4. Η ταυτότητα στην εποχή της πληροφορίας

Η ταυτότητα ανέκαθεν αποτελούσε ένα πολύπλευρο και πολύπλοκο ζήτημα που άπτεται πολλών επιστημονικών πεδίων, πόσω μάλλον σήμερα, που οι τεχνολογίες έχουν διεισδύσει στη ζωή μας και την έχουν μετασηματίσει, όχι μόνο σε συλλογικό επίπεδο, αλλά και σε ατομικό. Σύμφωνα με τον Fukuyama (2020: 65), η έννοια της ταυτότητας άρχισε να απασχολεί την ανθρωπότητα, από τη στιγμή που αντιλήφθηκε, ότι το άτομο έχει έναν εσωτερικό κι έναν εξωτερικό εαυτό και μάλιστα ο εσωτερικός εαυτός, βρίσκεται σε κάποια σχετική δυσαρμονία με το ρόλο που έχει αναλάβει μέσα στο κοινωνικό του περιβάλλον. Η έννοια της ταυτότητας, όπως την αντιλαμβανόμαστε σήμερα έγκειται κυρίως στην αυθεντικότητα και την επικύρωση αυτού του εσωτερικού εαυτού, που καταπιέζεται και δεν μπορεί να εκφραστεί. Δεν είναι σπάνιο φαινόμενο ένας άνθρωπος, να μην έχει κατανοήσει επακριβώς ποια είναι η ταυτότητά του, όμως να αντιλαμβάνεται, ότι ο ρόλος που έχει αναλάβει δεν συνάδει με αυτό που νιώθει μέσα του.

⁶¹ Σρεμπέρνυ – Μοχάμμαντι, Α. (2009). Το τοπικό και το παγκόσμιο στις διεθνείς επικοινωνίες. Στο James Curran & Michael Gurevitch (Επιμ.), *M.M.E. και Κοινωνία* (σελ. 254-289). Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη

Ο Fukuyama (2020) τοποθετεί την ανάδειξη του ζητήματος του εαυτού και κατ' επέκταση της ταυτότητας στην Ευρώπη μεταξύ της Μεταρρύθμισης και της Γαλλικής Επανάστασης, δύο γεγονότα που έδωσαν το εναρκτήριο λάκτισμα για τη διάδοση τέτοιων ιδεών, καθώς εκείνη την περίοδο συνέβησαν σημαντικές κοινωνικές μεταβολές στον ευρωπαϊκό χώρο. Μέχρι τότε, οι άνθρωποι ζούσαν σε οργανωμένες αγροτικές κοινωνίες με βαθιά ομοιομορφία που δεν επέτρεπε την επιλογή. Η καθημερινή τους απασχόληση ήταν δεδομένη, η θρησκεία τους δεδομένη και επιβεβλημένη, τα δύο φύλα βιολογικά προκαθορισμένα, χωρίς δικαίωμα παρέκκλισης σαφώς και οι ανθρώπινες σχέσεις συγκεκριμένες μέσα σε ένα αυστηρό κανονιστικό κοινωνικό πλαίσιο, συνεπώς ο άνθρωπος εκείνης της εποχής δεν είχε την ευχέρεια να αναρωτηθεί ποιος πραγματικά είναι (Fukuyama, 2020: 77). Ωστόσο, όλα αυτά άρχισαν να μετασχηματίζονται και οδήγησαν σιγά σιγά στον εκσυγχρονισμό της Ευρώπης. Η εμπορική επανάσταση άλλαξε το ρου της αγοράς που επέβαλαν οι καθιερωμένες κοινωνικές κυριαρχίες, η αγορά άρχισε να εξελίσσεται και να διευρύνεται, νέα επαγγέλματα έκαναν την εμφάνισή τους για να καλύψουν τις αναδυόμενες ανάγκες που προέκυψαν από τις τεχνολογικές αλλαγές, ενώ η εργασία έχασε τη διάστασή της ως αυτόνομο κομμάτι και τμηματοποιήθηκε, με τις επιμέρους εργασίες σταδιακά να διαπλέκονται μεταξύ τους με σκοπό να εξυπηρετήσουν τις διευρυμένες πλέον κοινωνικές ανάγκες που έχει δημιουργήσει η είσοδος σε μία νέα εποχή (Δασκαλάκης, 2009: 103; Δασκαλάκης & Φασούλης, 2013:20; Fukuyama, 2020: 78, Κάλλας, 2019: 162). Μέσα σε αυτό το πλαίσιο η ανθρωπότητα μεταβαίνει από την αγροτική στη βιομηχανική κοινωνία σηματοδοτώντας την ανάδυση ενός νέου πολιτισμού με έμφαση στις νέες τεχνολογίες και τις τηλεπικοινωνίες, οι οποίες είναι τόσο σημαντικές, όσο ήταν για τον 19^ο αιώνα η ατμομηχανή και ο σιδηρόδρομος (Δασκαλάκης & Φασούλης, 2013: 21, Κάλλας, 2019: 157).

Η σύγχυση που επικρατεί σχετικά με το ζήτημα της ταυτότητας «*αναδύεται ως συνθήκη ζωής στον σύγχρονο κόσμο*», σύμφωνα με τον Fukuyama (2020: 228), και αν εξετάσουμε την ταυτότητα μέσα στο δυτικό πολιτισμό, θα παρατηρήσουμε πως έχει διττή φύση. Από τη μία μεριά έχουμε την προσωπική ταυτότητα που σχετίζεται άμεσα με τις ατομικές ελευθερίες και από την άλλη έχουμε την ταυτότητα σε κλίμακα

κοινότητας (Brown, 2005: 62⁶²; Wolton, 2005: 347). Η κοινωνική ταυτότητα έχει τις ρίζες της στην ανάγκη του ατόμου να ανήκει σε κάποια ομάδα. Ο τρόπος με τον οποίο είναι δομημένη η κοινωνία σε διακριτές κοινωνικές ομάδες είναι η απαρχή της δημιουργίας της κοινωνικής ταυτότητας, από την οποία πηγάζει η αυτο-αντίληψη του ανήκειν και της υπαγωγής σε ομάδα (Brown, 2005: 63; Hogg & Vaughan, 2010: 515; Wetherell, 2004: 306⁶³). Η σύνδεση αυτή με ομαδικές και διομαδικές συμπεριφορές φέρουν κάποια γενικά χαρακτηριστικά, όπως συγκεκριμένα τονίζουν οι Hogg και Vaughan (2010):

«...ο εθνοκεντρισμός, η ενδο-ομαδική εύνοια, η διομαδική διαφοροποίηση, συμμόρφωση σε ενδο-ομαδικές νόρμες, ενδο-ομαδική αλληλεγγύη και συνοχή, αντίληψη του εαυτού».

Ο Wolton (2005) επισημαίνει, πως όλοι οι αγώνες για χειραφέτηση από τον 18 αιώνα και μετά, έχουν ως κοινό παρονομαστή την εξασφάλιση των ατομικών ελευθεριών, την ελευθερία στη σκέψη, την έκφραση, την ισότητα, όλα τους κομμάτια που συμπληρώνουν το παζλ της κοινωνικής ταυτότητας. Στην παγκόσμια Ιστορία θα βρούμε πολλά παραδείγματα πολέμων που είχαν ως επίκεντρο ζητήματα ταυτότητας. Για τον Wolton, η συλλογική ταυτότητα δημιουργεί δύναμη και είναι παράγοντας πολιτικής ανάπτυξης, ωστόσο η έννοια αυτή φέρνει μαζί της και τον εθνικισμό (Wolton, 2005: 348). Στο όνομα της ταυτότητας και του εθνικισμού ξεκίνησαν οι δύο μεγαλύτεροι πόλεμοι της παγκόσμιας ιστορίας, γι' αυτό το λόγο και στο τέλος του 20^{ου} αιώνα η συλλογική ταυτότητα έχει ένα αρνητικό πρόσημο στον άξονα της ιστορίας. Η δημιουργία του Οργανισμού των Ηνωμένων Εθνών (Ο.Η.Ε.) το 1945, είχε ως κύριο στόχο την ενοποίηση των λαών και την υπέρβαση της συλλογικής ταυτότητας, με απώτερο σκοπό την εξαφάνιση των υποφαινόμενων απειλών προς όφελος διεθνών οργανώσεων που προσέβλεπαν τόσο σε οικονομική, όσο και σε πολιτιστική συνεργασία (Wolton, 2005: 348). Στο σύγχρονο παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον, οι εθνικές ταυτότητες έχουν αρχίσει να υποβαθμίζονται και κάποια

⁶² Brown, H. (2004). Θεματικές πειραματικής έρευνας για τις ομάδες από τη δεκαετία του 1930 έως τη δεκαετία του 1990. Στο Μ. Wetherell (Επιμ.), *Ταυτότητες, ομάδες και κοινωνικά ζητήματα* (σελ. 32-100). Αθήνα: Εκδόσεις Μεταίχμιο.

⁶³ Wetherell, M. (2004). Ομαδική σύγκρουση και η κοινωνική ψυχολογία του ρατσισμού. Στο Μ. Wetherell (Επιμ.), *Ταυτότητες, ομάδες και κοινωνικά ζητήματα* (σελ. 254-330). Αθήνα: Εκδόσεις Μεταίχμιο.

στοιχεία τους που συνεχίζουν να επιβιώνουν θεωρούνται επικίνδυνα, αφού πάντα ελλοχεύει ο κίνδυνος να αναβιώσουν οι παλιές κακές εποχές εθνικιστικού παραληρήματος, όπως στην Ευρώπη του προηγούμενου αιώνα (Wolton, 2005: 349). Σε αυτό το σημείο βρίσκεται και η αρχή του προβληματισμού για τη σημαντικότητα της ταυτότητας τόσο σε συλλογικό, όσο και σε ατομικό επίπεδο.

Σύμφωνα με τους δυτικούς θεωρητικούς, μέχρι πρόσφατα ο «εαυτός» ήταν ένας και μοναδικός και τον ανακαλύπτει κανείς με την πάροδο του χρόνου. Αυτή η διαδικασία της «φανέρωσης» πραγματώνεται μέσω των προσωπικών μας επιλογών και ταυτόχρονα αναγνωρίζεται και από τους Άλλους ως μοναδικό δικό μας χαρακτηριστικό (Φραγκουλίδου, 2006: 35). Από τον 20^ο αιώνα και μετά ξεκίνησε μία αποδόμηση της έννοιας της ταυτότητας από τους μετα-δομικούς θεωρητικούς (Derrida 1976, Φουκώ, 1976, 1978), όπως επίσης και από τους μεταμοντέρνους (Λυοτάρ 1984, Rotry 1991), η οποίοι αμφισβήτησαν την ουσιοκρατική αντίληψη που επικρατούσε μέχρι τότε και κατ' επέκταση τη μοναδική και αδιαίρετη φύση της ταυτότητας (Φραγκουλίδου, 2006: 35). Μέχρι τότε ο κόσμος πίστευε στη μοναδικότητα της αλήθειας, στην υπέρτατη δύναμη αυτής προερχόμενη είτε από το Θεό, είτε από τη φύση. Στην άλλη πλευρά βρίσκονται οι αντίθετοι της «ουσιοκρατίας», οι οποίοι δεν αναγνωρίζουν την ύπαρξη οικουμενικών δομών και θεωρούν πως η προσωπικότητα, ο εαυτός και η ταυτότητα επηρεάζονται κατά περίπτωση από το περιβάλλον μέσα στο οποίο διαβιούμε, τις κοινωνικές συνθήκες που ποικίλουν και τις πολιτισμικές συμβάσεις στις οποίες καλούμαστε να ανταποκριθούμε (Φραγκουλίδου, 2006: 36). Η ταυτότητα είναι εύπλαστη, ευπροσάρμοστη και ευέλικτη, ενώ το περιεχόμενό της δεν είναι σταθερό, αλλά βρίσκεται πάντα σε εξέλιξη.

Εισερχόμενοι πλέον στην εποχή της πληροφορίας, τα τεχνολογικά επιτεύγματα, το διαδίκτυο, η κινητή τηλεφωνία, η συνδεσιμότητα σε έναν άπειρο δυνητικό κόσμο, η αβίαστη και αδιάκοπη επικοινωνία, η γνώση του τι συμβαίνει ανά πάσα ώρα και στιγμή σε όλον τον πλανήτη, μας καθιστούν πλέον παγκόσμιους πολίτες και οι δυνατότητες που παρέχονται μέσα σε αυτό το νέο κόσμο, στον οποίο έχουμε εισέλθει είναι άπειρες και ανεξάντλητες. Ωστόσο, δεν μπορούμε παρά να συμφωνήσουμε, πως η χρήση της τεχνολογίας έχει εισβάλλει, όχι μόνο στη διαμόρφωση μίας νέας παγκοσμιοποιημένης κοινωνίας, με ό,τι αυτό συνεπάγεται

(νέες εργασιακές συνθήκες, διεύρυνση εργασιακών σχέσεων, μεταβολή στις κοινωνικές, φιλικές, οικογενειακές σχέσεις, παραγωγή νέων πολιτιστικών προτύπων, ανάδυση νέων μορφών κουλτούρας και πολιτισμού κ.ά.), αλλά και στο βαθύτερο εαυτό μας και μας έχει επηρεάσει αμετάκλητα, καθορίζοντας ποιοι είμαστε, τι κάνουμε, τι μας αρέσει, πού ανήκουμε. Η μαζική εισροή και εκροή πληροφοριών από εμάς προς τους Άλλους, αλλά και από τους Άλλους προς εμάς καθορίζει στον ύψιστο βαθμό, όχι μόνο ποιοι είμαστε, αλλά και το ποιοι θέλουμε να δείχνουμε πως είμαστε. Δεν είναι λίγες οι φορές που διαμέσου του Διαδικτύου διαμορφώνουμε και παρουσιάζουμε δημόσια μέσω των κοινωνικών δικτύων μία εντελώς διαφορετική προσωπικότητα από αυτή που στην πραγματικότητα είμαστε. Οι ισορροπίες μάλιστα είναι τόσο λεπτές μεταξύ του πραγματικού μας εαυτού και του εικονικού που ακόμα και ο ίδιος ο άνθρωπος μπερδεύεται και στο τέλος γίνεται έρμαιο των διαδικτυακών επιταγών που υπαγορεύουν διαφορετικές αντιλήψεις στο βωμό του καταναλωτισμού, του χρήματος και κυρίως της διαδικτυακής δόξας των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Η ταυτότητα του σημερινού ανθρώπου είναι ένα πολύπλευρο, πολυπαραγοντικό και σύνθετο ζήτημα.

Με την είσοδο της συνεχούς μεταβαλλόμενης και εξελισσόμενης τεχνολογίας στην καθημερινότητά μας, η ταυτότητα άρχισε να επηρεάζει και να επηρεάζεται από αστάθμητους παράγοντες. Η ατομική ταυτότητα είναι κάτι εντελώς διαφορετικό από την κοινωνική – συλλογική ταυτότητα, καθώς δε συνδέεται με ομαδικές και διομαδικές συμπεριφορές, αλλά με την ατομική συμπεριφορά και τις σχέσεις που αναπτύσσει το άτομο με τους Άλλους (Hogg & Vaughan, 2010: 515). Πέρα από τη συλλογική ταυτότητα, η ατομική ταυτότητα περνάει τη δική της κρίση. Ο Εαυτός καλείται να ανταποκριθεί στις διάφορες νεοσύστατες ανάγκες που προκύπτουν από την είσοδο της τεχνολογίας στη ζωή μας, αλλά και από το βομβαρδισμό των πληροφοριών που δεχόμαστε καθημερινά από την ανάδυση νέων μέσων μαζικής επικοινωνίας (Πάνος, 2005: 11). Η ταυτότητα του σύγχρονου ανθρώπου έχει κλονιστεί και αυτό συμβαίνει, διότι τα μεταμοντέρνα στοιχεία της εποχής που διανύουμε θέτουν υπό αμφισβήτηση θεμελιώδεις σταθερές της ζωής μας, όπως είναι, για παράδειγμα, η φυσική πραγματικότητα (Πάνος, 2005: 11). Στα νέα μέσα επικοινωνίας, ο καθένας μπορεί να μεταβάλει και να παρουσιάσει τον Εαυτό του κατά το δοκούν, χωρίς ο Άλλος να είναι σε θέση να επιβεβαιώσει ή να διαψεύσει τις

πληροφορίες με τις οποίες τροφοδοτείται. Ο Εαυτός παραπέει μεταξύ φυσικής πραγματικότητας και εικονικής πραγματικότητας και δεν είναι λίγες φορές που η ψεύτικη ταυτότητα που έχει δημιουργήσει κάποιος, τείνει να παραγκωνίσει την πραγματική, λαμβάνοντας ασύμμετρες ψυχολογικές προεκτάσεις που επηρεάζουν τόσο την ψυχολογία, όσο και τις διαπροσωπικές και επαγγελματικές σχέσεις του ατόμου. Στον αντίποδα, μπορούμε να πούμε, πως αυτή ακριβώς η εξέλιξη στις νέες τεχνολογίες έχει επιφέρει και κάποια θετικά στοιχεία, όπως για παράδειγμα η αίσθηση της απελευθέρωσης από τις αυστηρές κοινωνικές επιταγές και τα ηθικά διλήμματα, τα οποία καθιστούσαν αδύνατη την εξωτερίκευση των πραγματικών στοιχείων της αληθινής ταυτότητας του ατόμου (Πάνος, 2005: 12).

Το Διαδίκτυο αναμφισβήτητα αποτελεί την κορωνίδα των νέων τεχνολογιών. Συγκεντρώνει σχεδόν όλη την πανανθρώπινη γνώση και ταυτόχρονα αποτελεί έναν «χώρο» επικοινωνίας και διάδρασης μεταξύ των χρηστών, συνεπώς είναι και το μέσο επικοινωνίας με τη μεγαλύτερη επίδραση στην ατομική ταυτότητα και τον εαυτό του χρήστη. Σε αυτήν τη δυνητική πραγματικότητα που έχει δημιουργήσει το Διαδίκτυο, η παρουσίαση του εαυτού ποικίλλει ανάλογα με τις προσδοκίες του ατόμου και τον τρόπο με τον οποίο θέλει να διαχειριστεί – παρουσιάσει τον εαυτό του (Κωλέτση, 2008: 120-121)⁶⁴. Στο χώρο αυτό μπορούμε να διαχειριστούμε την αίσθηση και το αποτύπωμα που αφήνει ο εαυτός μας κατά την επικοινωνία μας με τους Άλλους. Ακριβώς επειδή δεν υπάρχει προσωπική επαφή, αλλά η επικοινωνία συμβαίνει διαμέσου υπολογιστή, υπάρχει μία σχετική διευκόλυνση στο να παρουσιάζουμε τα πραγματικά στοιχεία του εαυτού μας, έτσι ώστε να δημιουργηθεί και εξοικείωση με τους συνομιλητές μας (Κωλέτση, 2008: 120-121; Πόλο και Μάνου, 2016: 199). Ταυτόχρονα βέβαια, πάλι εξαιτίας αυτής της απρόσωπης επικοινωνίας που προάγει το διαδίκτυο μπορούμε να εξιδανικεύσουμε χαρακτηριστικά της ταυτότητας και της προσωπικότητάς μας, δημιουργώντας την ψευδαίσθηση του ιδανικού «εγώ» μας, που ωστόσο απέχει από την πραγματικότητα. Ωστόσο στη δυνητική κοινωνία του διαδικτύου, όπου οι διάφορες όψεις του εαυτού μας παίρνουν μορφή, φαίνεται πως κυριαρχεί η μεταβλητότητα, παρά η συχνότητα του ίδιου χαρακτηριστικού, με

⁶⁴ Κωλέτση, Μ. (2008). Ψυχολογία του Κυβερνοχώρου. Στο Κωνσταντίνος Κοσκινάς & Δρ. Σπύρος Αρσένης (Επιμ.), *Δυνητικές κοινότητες και διαδίκτυο: Κοινωνιο-Ψυχολογικές προσεγγίσεις και τεχνικές εφαρμογές* (σελ. 117-125). Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.

αποτέλεσμα να επηρεάζονται τα όριά μας, αλλά και οι σταθερές που έχουμε στο πραγματικό μας περιβάλλον και θεωρούμε πως επιδρούν στην καθημερινή μας ζωή (Κωλέτση, 2008: 121).

Η τεχνολογία έχει οδηγήσει τα άτομα στη βίωση μίας διπλής πραγματικότητας. Από τη μία πλευρά υπάρχει η καθημερινή ζωή, όπως την έχει διαμορφώσει ο καθένας σύμφωνα με τις κοινωνικές επιταγές, τις προσωπικές επιλογές και τις αλληλεπιδράσεις με το εξωτερικό περιβάλλον στο κοινωνικό πλαίσιο που εντάσσεται κάθε φορά. Ενώ από την άλλη υπάρχει ένας νέος κόσμος, ανεξερεύνητος, μέσα στον οποίο το άτομο, μπορεί να προσδιορίσει τον εαυτό του με βάση τις επιθυμίες του χωρίς να απαιτείται η φυσική παρουσία του σε οποιαδήποτε έκφανση αυτού του δυνητικού κόσμου. Μέσα σε αυτές τις ιδιόμορφες νεο-κοινωνικές ρευστές δυνητικές συνθήκες η έννοια του εαυτού και της ταυτότητας ορίζονται με διαφορετικό τρόπο σε σχέση με το ρεαλιστικό – πραγματικό κατεστημένο κοινωνικό περιβάλλον μέσα στο οποίο διαβιεί το άτομο. Οι δυνητικές ταυτότητες που δημιουργούνται κατά την περιήγηση των ατόμων στο διαδίκτυο, έχουν ως βασικό χαρακτηριστικό τους τη δίχως όρια ελευθερία, την οποία ευνοεί η απουσία ελέγχου και λόγω της μεταβλητότητάς τους κατά περίπτωση έχουν ονομαστεί «περιπλέουσες ταυτότητες» (Αλεξιάς, 2008: 98; Πόλο και Μάνου, 2016: 199). Η τεχνολογία έχει εισέλθει τόσο έντονα πλέον στην καθημερινότητά του ανθρώπου που αυτοί οι δύο κόσμοι μέσα στους οποίους αλληλεπιδρά κανείς εμπλέκονται και δημιουργούν την ψευδαίσθηση, ότι το πέρασμα από τη μία πραγματικότητα στην άλλη είναι μία εύκολη διαδικασία (Αλεξιάς, 2008: 98-99). Στο φαντασιακό δεν μπορούν να υπάρξουν όρια, διότι ξεπερνά τα όρια που θέτει η βιολογική υπόσταση, η οποία υπαγορεύει την ύπαρξη του ατόμου σε συγκεκριμένο χώρο και χρόνο. Αντιθέτως ο μη σωματοποιημένος εαυτός δεν υπόκειται σε τέτοιου είδους περιορισμούς, αλλά μπορεί να αντιπαρέλθει τα εμπόδια του τόπου, του χρόνου και υπάρχει για να υλοποιεί τις επιθυμίες του ατόμου (Αλεξιάς, 2008: 99).

Η δυνητική ταυτότητα ωστόσο, δεν αποκτά τα χαρακτηριστικά που της προσδίδει το ίδιο το άτομο και δεν ορίζεται μόνο σύμφωνα με τις επιθυμίες και τις φαντασιώσεις του ιδίου, αλλά προσδιορίζεται και από το πώς πραγματώνεται σε συνάρτηση με τους Άλλους. Συνεπώς, η δυνητική ταυτότητα επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό και από αυτό που βλέπουν και αντιλαμβάνονται και οι υπόλοιποι χρήστες του

διαδικτύου με τους οποίους έρχεται σε επαφή το άτομο (Πόλο και Μάνου, 2016: 203).

3.5. Διομαδική επικοινωνία και κουλτούρα στη δυνητική κοινότητα

Ο άνθρωπος ανέκαθεν ένιωθε την ανάγκη να ανήκει κάπου, να μοιράζεται τις ίδιες εμπειρίες, να βιώνει τις ίδιες αλλαγές, να εξελίσσεται, να προοδεύει και να πορεύεται στη ζωή του μέσα σε μία ομάδα, είτε πραγματική είτε φαντασική. Αυτή η ομάδα μπορεί να λέγεται «κοινωνία» και να έχει μεγαλύτερη κλίμακα, από την ομάδα της οικογένειας ή του σχολείου, ή του εργασιακού περιβάλλοντος, ή σε όποια ομάδα και να ανήκει κανείς, το σημαντικό ωστόσο, είναι πως η έννοια αυτή καταλαμβάνει το μεγαλύτερο μέρος της καθημερινής μας ζωής. Οι ομάδες ουσιαστικά μας προσδιορίζουν, μας κοινωνικοποιούν και μέσα από αυτές εκφραζόμαστε, ενώ ταυτόχρονα καθορίζουν ποιοι είμαστε και τι είδους ζωή διαβιούμε (Hogg & Vaughan, 2010: 344). Βασικό χαρακτηριστικό της κοινωνικής ομάδας είναι το γεγονός, ότι τα άτομα που την απαρτίζουν αναπτύσσουν μεταξύ τους διάφορες μορφές αλληλεπίδρασης, καθώς επίσης νιώθουν, ότι αποτελούν αλληλοεξαρτώμενα μέλη της ομάδας αυτής (Hogg & Vaughan, 2010: 345). Σύμφωνα με τους Johnson & Johnson (1987), τα άτομα αυτά έχουν έναν κοινό στόχο, ενεργούν από κοινού για να τον πετύχουν και ικανοποιούν κάποια ανάγκη τους μέσα από την σύμπραξη τους. Μέσα στην κοινωνική ομάδα τα άτομα διαμοιράζουν τους ρόλους τους και αλληλεπιδρούν μεταξύ τους έχοντας ως γνώμονα τους κανόνες και τους όρους που διέπουν τις σχέσεις μεταξύ τους εντός της ομάδας της οποίας αποτελούν μέλη (Hogg & Vaughan, 2010: 346).

Η επικοινωνία μεταξύ των μελών είναι αυτονόητη για να δομηθούν οι διομαδικές σχέσεις, οι οποίες μπορεί να είναι *συγκρουσιακές, σχεδόν ανύπαρκτες* ή ακόμη και *συνεργατικές* (Χαντζή, 2013: 1-2)⁶⁵. Οι παράγοντες που καθορίζουν και τη φύση των διομαδικών σχέσεων είναι η ποιότητα των σχέσεων αυτών, δηλαδή αν υπάρχει συνεργασία και σύμπνοια ή όχι, δηλαδή ανταγωνισμός, καθώς επίσης και η

⁶⁵ Χαντζή, Α. (2013). *Σημειώσεις μαθήματος: Κοινωνική Ταυτότητα και Διομαδικές Σχέσεις*. Αθήνα: Παντειακές Δημοσιεύσεις. Ανακτήθηκε στις 20/5/2019 από την ιστοσελίδα <http://pandemos.panteion.gr/index.php?op=record&lang=el&pid=iid:6543>

δύναμη που διαθέτουν (ισχυρές – ανίσχυρες ομάδες) (Χαντζή, 2013: 2)⁶⁶. Σύμφωνα με τον Gudykunst (1995)⁶⁷, οι ταυτότητες που κατευθύνουν τις συμπεριφορές των ατόμων είναι και αυτές που καθορίζουν, αν οι σχέσεις που δημιουργούνται είναι διαπροσωπικές ή διομαδικές. Για να θεωρηθούν διαπροσωπικές οι σχέσεις θα πρέπει οι συμπεριφορές τους να ρυθμίζονται με βάση την εικόνα που έχουν οι ίδιοι για τον εαυτό τους, αυτή δηλαδή που τους προσδίδει το χαρακτηριστικό της μοναδικότητας και συγκροτεί την ατομική τους ταυτότητα (Κιουμή, 2017: 63). Στον αντίποδα, οι σχέσεις που δομούνται πάνω στην κοινωνική ταυτότητα των ατόμων, δηλαδή σε αυτή που καθορίζεται από τη συμμετοχή τους σε ομάδες, θεωρούνται διομαδικές (Κιουμή, 2017: 63). Πλέον υπάρχει ένα ακόμα είδος ταυτότητας και σχετίζεται με το Διαδίκτυο. Η έννοια της διαδικτυακής ταυτότητας, η οποία και καθορίζει τη διομαδική επικοινωνία μεταξύ των χρηστών του διαδικτύου. Αυτό το είδος ταυτότητας έχει χαλαρά, ευμετάβλητα χαρακτηριστικά με το χρήστη να έχει την απόλυτη εξουσία και να παρουσιάζει τον εαυτό του, όπως αυτός επιθυμεί, είτε με υπερβολές, είτε με αλήθειες ή ακόμα και ψεύδη (Πόλο & Μάνου, 2016: 200). Στόχος πάντα είναι η αποδοχή και το αίσθημα του ανήκειν και του συνανήκειν. Τα social media που αποτελούν και έναν από τους πυλώνες της παρούσας διατριβής σχετίζονται με την κατά Anderson φαντασιακή κοινότητα και με την αίσθηση του συνανήκειν σε μία ομάδα, ακόμα κι αν τα μέλη δεν έχουν γνωριστεί ποτέ (Anderson, 1991: 6-7; Kavoura, 2014: 494⁶⁸, Van der Wurff, 2008: 95⁶⁹), όπως συμβαίνει ως επί των πλείστων στη διομαδική επικοινωνία μέσω του Διαδικτύου. Ένα επιπλέον χαρακτηριστικό αυτού του είδους επικοινωνίας είναι πως η ύπαρξη της διαδικτυακής μνήμης επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό τη διαδικτυακή ταυτότητα και κατ' επέκταση τις διομαδικές σχέσεις που δημιουργούνται, τις οποίες δύναται να συσφίξουν ή ακόμη και να διαρρήξουν. Η διομαδική επικοινωνία μέσω του Διαδικτύου δεν έχει σχέση μόνο με το χρήστη και την ταυτότητά του, αλλά και με τον Άλλο, καθώς αυτός είναι

⁶⁶ όπ. παρ.

⁶⁷ Gudykunst, W. B. (1995). Anxiety/uncertainty management (AUM) theory: Current status. In R. L. Wiseman (Ed.), *Intercultural communication theory* (8-58). Thousand Oaks, CA: Sage.

⁶⁸ Kavoura, A. (2014). Social media, online imagined communities and communication research. *Library Review*, 63(6/7), 490-504.

⁶⁹ Van der Wurff, R. (2008). Η επίδραση του Διαδικτύου στο περιεχόμενο των MME. Στο L. Küng, R. G. Picard & R. Towse (Επιμ.), *Η επίδραση του Internet στα MME (the Internet and the Mass Media)* (91-114). Αθήνα: Άσπρη λέξη.

που ορίζει την ταυτότητα του καθενός και έχει τη δύναμη της επιλογής της διάδρασης και της συμμετοχής ή όχι (Πόλο & Μάνου, 2016: 200). Στο Διαδίκτυο άλλωστε τίποτα δε μένει κρυφό, ακόμη κι αν σβήσουμε ή αν προσπαθήσουμε να αποκρύψουμε στοιχεία της ταυτότητάς μας ή ακόμα και της καθημερινότητάς μας, είναι βέβαιο πως κάποιος άλλος θα τα θυμάται.

Η ουσιαστική διαφορά μεταξύ της σωματοποιημένης διομαδικής επικοινωνίας και της διαδικτυακής διομαδικής επικοινωνίας είναι πως η δεύτερη δε γνωρίζει τα αυστηρά χωροχρονικά όρια της πρώτης, με αποτέλεσμα ο χώρος και ο χρόνος να καταλύονται ως πλαίσιο αναγκαιότητας, κινήτρων και περιεχομένου, με αποτέλεσμα να καλύπτονται αναγκαιότητες και κίνητρα ανεξαρτήτως να παραπάνω παραμέτρων (Κωλέτση, 2008: 122). Η επικοινωνία λοιπόν μεταξύ των online κοινοτήτων είναι πραγματική και όχι εικονική με τα μέλη τους να είναι πρόθυμα να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των συνοδοιπόρων τους άμεσα και με προθυμία, αφού το αίσθημα του συνανήκειν είναι το ίδιο δυνατό τόσο στην πραγματική ζωή όσο και στη διαδικτυακή (Κωλέτση, 2008: 122).

Τα νέα δεδομένα αντίληψης της νέας πραγματικότητας ενός δυνητικού κόσμου έχουν αναμφίβολα επηρεάσει τις ανθρώπινες σχέσεις, την ποιότητά τους, τους τρόπους και τα κριτήρια με τα οποία επιλέγει κανείς να δικτυωθεί. Η επιστημονική κοινότητα έρχεται καθημερινά αντιμέτωπη με νέες προκλήσεις, τις οποίες οφείλει να αντιμετωπίσει και να εξηγήσει νέα φαινόμενα, τα οποία έχει αναδείξει η ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας. Αναμφίβολα ένα από τα σημαντικότερα ονόματα στην έρευνα, την ανάλυση και την κατανόηση του κυβερνοχώρου είναι αυτό του Howard Rheingold (2000), ο οποίος ασχολήθηκε με την εικονική πραγματικότητα και το πώς επιδρούν οι εικονικές κοινότητες στην πραγματική ζωή των μελών τους. Ο θεωρητικός εστιάζει κατά κύριο λόγο στην κοινωνική ζωή που αναπτύσσει το άτομο στον κυβερνοχώρο και τη συγκρίνει με την «πραγματική» κοινωνική ζωή, ενώ προσπαθεί να βρει κομβικά σημεία ένωσης των δύο χώρων εντός και εκτός διαδικτύου (Πάνος, 2005: 82). Ο Rheingold (2000) θεωρεί, πως παρά το γεγονός ότι ο κυβερνοχώρος είναι μία εικονική πραγματικότητα, ωστόσο οι δράσεις του ατόμου

έχουν αποτελέσματα και συνέπειες στην πραγματική ζωή του (Μανωλόπουλος και Σπυράκης, 2008: 270⁷⁰; Πάνος, 2005: 82).

Στις δυνητικές κοινότητες συναρθροίζονται άτομα με κοινά ενδιαφέροντα και ανταλλάσσουν απόψεις με απόλυτη ελευθερία, χωρίς να παρεμβαίνει ο χώρος, ο χρόνος και κυρίως χωρίς να μεσολαβούν συμφέροντα, τα οποία θα μπορούσαν να αποσιωπήσουν την ελευθεροστομία στο διαδίκτυο (Αλεξιάς, 2008: 107). Επίσης μία ιδιαίτερη ενδιαφέρουσα διαπίστωση είναι το γεγονός ότι οι δυνητικές κοινότητες, όπως και η Disneyland για παράδειγμα είναι διαδικασίες, οι οποίες δεν παράγουν πόλεις με τη γνωστή σε όλους μας έννοια της πόλης, αλλά πόλεις με δισεκατομμύρια πολίτες, ωστόσο χωρίς κατοίκους (Αλεξιάς, 2008: 108). Αυτός ο νοητός χώρος που δημιουργεί μία δυνητική κοινότητα εμπεριέχει τη διαδικασία του πνευματικού ανήκειν χωρίς να απαιτεί το φυσικό σωματοποιημένο ανήκειν.

Ο Anderson (2006) υποστηρίζει την αίσθηση συνοχής που υπάρχει μεταξύ των μελών σε μία «φαντασική κοινότητα» ακόμη κι αν δεν έχουν συναντηθεί ποτέ, ενώ ταυτόχρονα αναφέρεται και στην ύπαρξη του «σημαντικού Άλλου», όπου ο σημαντικός Άλλος ενδέχεται να είναι μία διαφορετική δυνητική κοινότητα, ένα άλλο έθνος και αναπτύσσουν μεταξύ τους μία δυναμική συγκρίσεων και διαφορών, με αποτέλεσμα οι ομοιογένεια που εκμαιεύεται από την όλη διαδικασία να ενισχύει τους δεσμούς της εκάστοτε κοινότητας (Κάβουρα, 2016: 84). Ο Anderson (2006: 6) δικαιολογεί τη λέξη «φαντασική», καθώς τα μέλη ακόμα και της πιο μικρής κοινότητας – έθνους δεν πρόκειται ποτέ να γνωρίσουν τα υπόλοιπα μέλη, δε θα ακούσουν ποτέ τη φωνή τους, θα αγνοούν την ύπαρξή τους, όμως μέσα στο μυαλό τους πάντα θα υπάρχει η εικόνα της κοινότητάς τους. Ωστόσο, το έθνος φαντασιώνεται ως περιορισμένης εμβέλειας, γιατί ακόμη και το μεγαλύτερο σε μέγεθος, αυτό που ίσως περιλαμβάνει ακόμη και δισεκατομμύρια ανθρώπων, έχει τέλος, καθώς υπάρχουν όρια, έστω και ελαστικά, πέρα από τα οποία υπάρχουν και άλλα έθνη. Κανένα έθνος δεν είναι όμορο της ανθρωπότητας (Anderson, 2006: 7). Ακόμη και οι μεσσιανικοί εθνικιστές δεν ονειρεύονται μία μέρα, που θα ενοποιηθούν

⁷⁰ Μανωλόπουλος, Χ. και Σπυράκης, Π. (2008). Οι Δυνητικές Κοινότητες ως τεχνο-κοινωνικά μορφώματα: Μεθοδολογίες αναπαράστασης και ερμηνείας. Στο Κωνσταντίνος Κοσκινάς και Δρ Σπύρος Αρσένης (Επιμ.), Δυνητικές κοινότητες και Δίκτυο: Κοινωνιο – Ψυχολογικές προσεγγίσεις και Τεχνικές εφαρμογές (σελ.269-307). Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος

όλα τα μέλη της ανθρώπινης φυλής υπό τη σκέπη του δικού τους έθνους, όπως τουλάχιστον ήλπιζαν σε κάποιες περασμένες εποχές για παράδειγμα οι Χριστιανοί, οι οποίοι ονειρεύονταν έναν ολότελα χριστιανικό πλανήτη (Anderson, 2006: 7).

Η δομή των δυνητικών κοινοτήτων δε διαφέρει σημαντικά από τη δομή και την αρχιτεκτονική των φυσικών χώρων. Όπως σε μία πραγματική με φυσική οντότητα κοινότητα υπάρχουν σχέσεις αλληλεπίδρασης μεταξύ των μελών, ακριβώς το ίδιο συμβαίνει και σε μία δυνητική, ωστόσο στη δεύτερη μπορεί να υπάρχει ανωνυμία, γεγονός που οδηγεί σε μία απελευθέρωση της έκφρασης (Παπαχαρίση, 2010: 197)⁷¹. Οι πιο πρόσφατες έρευνες έχουν επικεντρωθεί στο πώς δομούνται αυτές οι κοινότητες και ποια είναι η αρχιτεκτονική τους, έτσι ώστε να ενθαρρύνουν τη σύνδεση των χρηστών του διαδικτύου, αλλά και τη δημιουργία κοινωνικού κεφαλαίου μέσω της αποτελεσματικής επικοινωνίας μεταξύ των μελών (Παπαχαρίση, 2010: 197). Συγκεκριμένα, οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης δίνουν τη δυνατότητα στο χρήστη να παρουσιάζει τον εαυτό του, να δημιουργεί επαφές και «φίλους», αλλά επιτυγχάνουν πραγματικά το σκοπό τους, όταν δημιουργούν τις κατάλληλες προϋποθέσεις για να διευκολύνεται οι επικοινωνία μεταξύ των μελών, καθώς τα δομικά χαρακτηριστικά που χρησιμοποιούν, διευκολύνουν τη δημιουργία ενός πολιτισμού της «πραγματικής εικονικότητας» (Castells, 2000). Επίσης οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης ενισχύουν τα κοινωνικά χαρακτηριστικά του κυβερνοχώρου και ενθαρρύνουν τη δημιουργία δεσμών μεταξύ των μελών, ενώ ταυτόχρονα ενισχύεται και η αλληλόδραση, η οποία είναι διαπροσωπική και διέπεται από τους κανόνες της καθημερινής αλληλεπίδρασης που έχουν διαμορφωθεί κατάλληλα για ένα εικονικό διαδικτυακό περιβάλλον (Παπαχαρίση, 2010: 200). Μέσα σε αυτό το περιβάλλον οι συμπεριφορές είναι ευμετάβλητες και χαρακτηρίζονται από ρευστότητα, η οποία επηρεάζεται από τη συνεχόμενη αύξηση των χρηστών. *«Οι διαδικτυακοί κόσμοι λειτουργούν σε συνέργεια παρά σε απομόνωση και μια ευέλικτη αρχιτεκτονική επιτρέπει στα διαδικτυακά κοινωνικά συστήματα να σχηματιστούν με εργαλειακό τρόπο παρά ως αποικίες των εκτός διαδικτύου ισοδύναμών τους»* (Παπαχαρίση, 2010: 216).

⁷¹ Παπαχαρίση, Ζ. (2010). Οι «Συμπεριφορές» των Κοινωνικών Δικτύων. Στο Στέλιος Παπαθανασόπουλος (Επιμ.), *Τα Μέσα Επικοινωνίας στον 21ο αιώνα* (σελ.197-217). Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη

Μια δυνητική κοινότητα είναι μία ομάδα ή ένα σύμπλεγμα ατόμων που κατά κύριο λόγο επικοινωνεί και αλληλεπιδρά μέσω εναλλακτικών καναλιών επικοινωνίας, παρά μέσω διαπροσωπικής επαφής (Μανωλόπουλος & Σπυράκης, 2008: 270). Στην περίπτωση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης, που είναι και το επίκεντρο της παρούσας διατριβής, αναφερόμαστε σε e-community ή online community, καθώς ο τρόπος με τον οποίο επικοινωνούν τα μέλη αυτών των δυνητικών κοινοτήτων είναι το e-mail, το διαδίκτυο, το usenet. Το κριτήριο με το οποίο μπορούμε να χαρακτηρίσουμε το είδος των αλληλεπιδράσεων που καθορίζουν τα χαρακτηριστικά μιας δυνητικής κοινότητας, έναντι άλλων κοινοτήτων έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τους θεωρητικούς, καθώς θα πρέπει να οριοθετηθούν τα εργαλεία που θα καταστήσουν τις κοινότητες αυτές μετρήσιμες ποσοτικά, αλλά και την αποτύπωσή τους σε όρους δομής (Μανωλόπουλος & Σπυράκης, 2008: 273). Ένα επίσης χαρακτηριστικό των δυνητικών κοινοτήτων είναι και το γεγονός, ότι παρατηρείται μία συνάρτηση μεταξύ της δυναμικής τους και του συνεχούς αυξανόμενου αριθμού των χρηστών του διαδικτύου και της εξέλιξης του διαδικτύου (Μανωλόπουλος & Σπυράκης, 2008: 274). Αυτό που διαφοροποιεί τις δυνητικές κοινότητες σε σχέση με τις πραγματικές είναι το γεγονός πως αν αφαιρεθεί το «e» από το community, καταλύεται το οικοδόμημα. Ουσιαστικά ο Web έχει προσδώσει μία μηχανική δομή που υποστηρίζει την ύπαρξη αυτών των μορφωμάτων, αν όμως κανείς τραβήξει το καλώδιο, τα διαδικτυακά κοινωνικά μορφώματα παύουν να έχουν υπόσταση και εξαφανίζονται. Μπορεί ο Web να έχει κοινωνικές, οικονομικές και πολιτικές προεκτάσεις στην καθημερινότητα του ανθρώπου, δε θα πρέπει να παραλείψουμε όμως το γεγονός, ότι έχει φτιαχτεί για να είναι ένα εργαλείο στα χέρια της ανθρωπότητας (Μανωλόπουλος & Σπυράκης, 2008: 275). Ωστόσο, στη βιβλιογραφία θα συναντήσει κανείς και την άλλη όψη του νομίσματος, καθώς σύμφωνα με έρευνες το Διαδίκτυο δεν είναι ένας τόπος μόνο, στον οποίο δημιουργούνται δυνητικές κοινότητες, που παύουν να υφίστανται, όταν δεν υπάρχει αυτό, αλλά κάποιες φορές υπό ιδανικές συνθήκες αναπτύσσονται και πραγματικές κοινωνικές σχέσεις μεταξύ των ατόμων μίας δυνητικής διαδικτυακής κοινότητας που μεταφέρονται εκτός της εικονικής πραγματικότητας στην καθημερινή ζωή. Οι χρήστες του Διαδικτύου αναπτύσσουν γρήγορα διαπροσωπικές σχέσεις, οι οποίες μπορεί να μεταφερθούν και στο οικογενειακό, φιλικό ή και εργασιακό περιβάλλον

περνώντας πλέον από το εικονικό στο πραγματικό χρησιμοποιώντας και άλλα μέσα επικοινωνίας, όπως το τηλέφωνο ή το ταχυδρομείο (Parks & Floyd, 1996)⁷². Αυτό που ουσιαστικά όμως είναι προαπαιτούμενο για να μεταφερθεί μία διαδικτυακή σχέση στον πραγματικό κόσμο είναι πλήρωση κάποιων κριτηρίων που τίθενται από αμφότερες πλευρές. Όπως για παράδειγμα είναι η εμπιστοσύνη, η οικειότητα, η άνεση στην επικοινωνία και το αίσθημα ασφάλειας που μπορεί να αποπνέει ο ένας στον άλλο. Αυτά είναι και τα βασικά χαρακτηριστικά που ορίζουν την έννοια μιας ουσιαστικής σχέσης είναι σε μία δυνητική κοινότητα είτε στην καθημερινή υλιστική ζωή. (Κωλέτση, 2008, McKenna, Green & Gleason, 2002)⁷³. Σύμφωνα με τη Γιώτα (2015), η ποιότητα των φιλικών σχέσεων σχετίζεται με τα παραπάνω κριτήρια, ωστόσο, οι έρευνες υπαινίσσονται ότι οι διαδικτυακές σχέσεις, έχουν την τάση να έχουν χαμηλότερη ποιότητα από τις πραγματικές (Antheunis, Schouten, Valkenburg & Peter, 2012, Mesch and Talmud, 2007). Αυτή η διαπίστωση βέβαια δεν αναιρεί το γεγονός πως υπό ορισμένες προϋποθέσεις, οι διαδικτυακές σχέσεις δύναται να προσεγγίσουν την αντίστοιχη ποιότητα των πραγματικών (Γιώτα, 2015, Chan & Cheng, 2004, McKenna & Bargh, 2000, Parks & Floyd, 1996).

Ένας ακόμη προβληματισμός που προκύπτει από τη μελέτη των φαντασιακών κοινοτήτων είναι ο εξής: Είναι φαντασιακές κοινότητες ή μήπως θα έπρεπε να αναφερόμαστε σε φαντασιακές κοινωνίες; Ο Brook Thomas (2003) ασχολήθηκε διεξοδικά με αυτό το ερώτημα, αναφέροντας πως η διαφορά μεταξύ του έθνους ως φαντασιακή κοινότητα και του έθνους ως φαντασιακή κοινωνία, έγκειται στο γνωστό διαχωρισμό του Ronald Barthes μεταξύ έργου (work) και κειμένου (text). Το έθνος ως φαντασιακή κοινότητα είναι όπως το έργο του Barthes, καθώς είναι ένας ζωντανός οργανισμός που εξελίσσεται, με κύριο χαρακτηριστικό την ανάπτυξη (Thomas, 2003: 149)⁷⁴. Αντιθέτως, το έθνος ως φαντασιακή κοινωνία, νοείται ως κείμενο, το οποίο είναι ένα δίκτυο, το αποτέλεσμα μίας συνδυαστικής συστηματικής, χωρίς τα ζωτικά χαρακτηριστικά ενός οργανισμού σε εξέλιξη και ανάπτυξη⁷⁵. Από το έργο του Thomas

⁷² Parks, M. R. & Floyd, K. (1996). Making friends in Cyberspace. *Journal of Communication*, 46, 80-97.

⁷³ McKenna, K. Y. A., Green, S. A. & Gleason, M. E. J. (2002). Relationship formation on the Internet: What's the big attraction? *Journal of Social Issues*, 58(1), 9-31.

⁷⁴ Thomas, B. (2003). National Literary Histories: Imagined Communities or Imagined Societies? *Modern Language Quarterly*, 64(2), 137-152.

⁷⁵ όπ. παρ.

(2003) πάντως συμπεραίνουμε πως αποτελεί διακαή πόθο η αναγωγή του έθνους σε φαντασιακή κοινότητα, με τους ισχυρούς δεσμούς που τη διέπουν και με τη λογική της ανάπτυξης όμοιας με ενός ζωντανού οργανισμού, αλλά αυτό που διαφαίνεται προς το παρόν στην πραγματικότητα είναι πως τα έθνη είναι κατά κύριο λόγο δίκτυα πολύπλοκα και με δυσκολία στην επαφή μεταξύ των ανθρώπων (Thomas, 2003: 150).

Οι περισσότεροι ερευνητές που ασχολήθηκαν με τη δομή, τους τρόπους συγκρότησης και τους δεσμούς των φαντασιακών - δυνητικών κοινοτήτων εστιάζοντας τόσο στη χωρική τους διάσταση, όσο και στο χαρακτηριστικό του προσωρινού που τις διακρίνει (Kanno & Norton, 2003: 247-248)⁷⁶, κατέληξαν πως οι άνθρωποι έχουν την ικανότητα να συνδέονται σε κοινότητες που βρίσκονται πέρα από το τοπικό και το καθιερωμένο και πως η επένδυση σε τέτοιου είδους φαντασιακές κοινότητες επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό τόσο την κατασκευή της ταυτότητας, αλλά και τη διαδικασία της μάθησης, αφού μέσα σε μία τέτοιου είδους κοινότητα η κατανόηση και η μάθηση εμπλουτίζονται από τους οραματισμούς, αλλά και τους προβληματισμούς των μελών που τις απαρτίζουν (Kanno & Norton, 2003: 248).

Ένα ζήτημα που έχει απασχολήσει ιδιαίτερω τους ερευνητές σε σχέση με τις δυνητικές κοινότητες και τον τρόπο επικοινωνίας των μελών τους, ειδικά στην περίπτωση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, είναι η κουλτούρα που αναδύεται μέσα από τους μετασηματισμούς αυτής της νέας μορφής οργάνωσης στο διαδίκτυο. Ιστορικά, η κουλτούρα αποτελεί μία από τις πιο δύσκολα προσδιορίσιμες έννοιες των κοινωνικών επιστημών. Έχει ειπωθεί, ότι η λέξη αυτή είναι μία από τις πιο δύσκολες λέξεις της αγγλικής γλώσσας. Ο υδραργυρικός χαρακτήρας του ορισμού της έχει περάσει από διάφορα στάδια με το πέρασμα του χρόνου. Ο όρος αρχικά δήλωνε τη διαδικασία της αγροτικής καλλιέργειας και είχε υλικές συνδηλώσεις, ενώ αργότερα άρχισε να αποποιείται την υλική του έννοια και να αποκτά τη μεταφορική και πνευματική του σημασία (Δασκαλάκης & Φασούλης, 2013: 184; Eagleton, 2003). Η δυσκολία που συναντάμε στην ανάλυση του όρου της κουλτούρας είναι το γεγονός, πώς αναφερόμαστε σε μία έννοια διχασμένη μεταξύ της υλικότητας και την

⁷⁶ Kanno, Y. & Norton, B. (2003). Imagined Communities and Educational Possibilities: Introduction. *Journal of Language, Identity and Education*, 2(4), 241-249.

πνευματικότητας και αυτήν τη «διελκυστίδα», ενισχύει η αντιπαράθεσή της με την έννοια του πολιτισμού (Eagleton, 2003). Πολλοί θεωρητικοί προσπαθώντας να δώσουν έναν ορισμό, τονίζουν τα στοιχεία της συμμετοχής και της εκμάθησης, ενώ άλλοι επισημαίνουν, πως τα στοιχεία των ιδανικών και των πεποιθήσεων είναι βαθιά ριζωμένα (Δασκαλάκης & Φασούλης, 2013: 184). Ωστόσο, σε κάθε περίπτωση η κουλτούρα αποτελεί τον συνδετικό κρίκο μίας ομάδας, τον συγκολλητικό παράγοντα που ενισχύει το αίσθημα του ανήκειν και του αίσθημα του συμμετέχειν, ενώ δεν αφορά μόνο εξωτερικά κοινά γνωρίσματα, όπως τον τρόπο ζωής, τη μόδα, το γούστο, την ομοιομορφία, αλλά είναι κάτι βαθύτερο που ενώνει μία ομάδα με συναισθηματικούς δεσμούς, που διατηρούνται και αντέχουν στο χρόνο (Αλεξιάς & Βάγιας, 2008: 62-63; Δασκαλάκης & Φασούλης, 2013: 184, Σαχινίδης, 2006). Επιπλέον, σύμφωνα με τους Δασκαλάκη και Φασούλη (2013: 185) μέσω της κουλτούρας *«η συμπεριφορά των ατόμων ελέγχεται και παρακολουθείται, προκειμένου να εξασφαλιστεί η τήρηση των κανονισμών. Η οργανωτική κουλτούρα κατ' αυτόν τον τρόπο εμφανίζεται ως ένα σύστημα από αξίες, πεποιθήσεις και συνήθειες, τις οποίες συμμερίζονται τα μέλη της»*, ενώ οι Αλεξιάς και Βάγιας (2008: 63) συμπληρώνουν, πως τα μέλη των δυνητικών κοινοτήτων χρησιμοποιώντας τις Τ.Π.Ε. και τις υπηρεσίες του Διαδικτύου και του Παγκόσμιου Ιστού συντελούν στη συγκρότηση *«ενός σημαντικού κοινωνικού κεφαλαίου, αποτελούμενου από το σύνολο των online και offline οικονομικών, παραγωγικών και κοινωνικών διαδικασιών. Αυτό το κεφάλαιο είναι αποτέλεσμα της νέας δυνητικής οργανωτικής κουλτούρας, όπως αυτή διαμορφώνεται στο παγκοσμιοποιημένο μετα-βιομηχανικό περιβάλλον και ταυτόχρονα η βάση πάνω στην οποία δομούνται οι διαδικασίες και οι λειτουργίες της δυνητικής οργάνωσης»*.

Ολοκληρώνοντας την παρούσα υποενότητα, θα πρέπει να επισημάνουμε και μία θεμελιακή έννοια που διέπει τις σχέσεις των μελών μίας δυνητικής κοινότητας και ειδικά στο Διαδίκτυο και τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, και δεν είναι άλλη από την έννοια της αμοιβαίας εμπιστοσύνης (Δασκαλάκης και Φασούλης, 2013: 231; Kadushin, 2019: 249). Το απρόσωπο των σχέσεων εντός του δυνητικού περιβάλλοντος, η μη φυσική εγγύτητα και η διαφορά στην κουλτούρα του κάθε ατόμου που συμμετέχει σε μία διαδικτυακή ομάδα καθιστούν πολύ δύσκολη την ανάπτυξη της εμπιστοσύνης και την αλληλεγγύης μεταξύ των μελών. Ωστόσο, ο

Kadushin (2019), θεωρεί πως η κοινωνική αλληλεγγύη είναι η σημαντικότερη μορφή κοινωνικού κεφαλαίου που μπορεί να υπάρξει σε επίπεδο ομάδας, πόσω μάλλον δυνητικής. Η γενικευμένη αμοιβαιότητα που προκύπτει από την επαναλαμβανόμενη αλληλεπίδραση και το σταδιακό χτίσιμο των κοινωνικών σχέσεων, ακόμα και σε έναν εικονικό κόσμο, ενισχύει τους δεσμούς των ατόμων, αναπτύσσει σχέσεις εμπιστοσύνης μεταξύ τους και καλλιεργεί ένα πνεύμα σύμπνοιας και αλληλοκατανόησης που αυξάνεται με την πάροδο του χρόνου και θέτει τις βάσεις για τη δημιουργία ενός ισχυρού κοινωνικού κεφαλαίου. Συνεπώς παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον η διερεύνηση των σχέσεων που δημιουργούνται εντός της δυνητικής κοινότητας, αλλά και τα κίνητρα, οι στόχοι και οι προσδοκίες των ατόμων που συμμετέχουν σε αυτήν, όμως πριν φτάσουμε σε αυτό το σημείο θα πρέπει να εξετάσουμε ποιοι είναι οι χρήστες του Διαδικτύου, ποια είναι τα χαρακτηριστικά τους και πώς ακριβώς το χρησιμοποιούν.

3.6. Τυπολογία των χρηστών του Διαδικτύου και έρευνες για τη χρήση του

Όπως αναφέραμε και σε προηγούμενες ενότητες το Διαδίκτυο υπήρξε το αποκορύφωμα της τεχνολογικής επανάστασης. Η ραγδαία αύξηση του αριθμού των υπολογιστών που είναι πλέον συνδεδεμένοι στο Διαδίκτυο, το καθιστά το σημαντικότερο μέσο επικοινωνίας του σύγχρονου κόσμου. Για να κατανοήσουμε όμως πως έφτασε το Διαδίκτυο να μετράει σήμερα σχεδόν 28 δισεκατομμύρια συνδεδεμένες συσκευές με το 60% του παγκόσμιου πληθυσμού να χρησιμοποιεί τις υπηρεσίες του (CISCO, 2019) θα πρέπει να κατανοήσουμε κάποια δημογραφικά γεγονότα που συγκλόνισαν τον κόσμο. Σύμφωνα με τον Tapscott (2009), η γενιά της 1^{ης} δημογραφικής έκρηξης βρίσκεται μεταξύ του 1946 και του 1964 με χώρες που επηρεάζονται περισσότερο τις Η.Π.Α., τον Καναδά και στην Αυστραλία, ενώ τα παιδιά που γεννιούνται κατά την περίοδο αυτή ονομάζονται boomers. Ακολουθούν οι busters που γεννήθηκαν μεταξύ του 1965 και του 1976, η λεγόμενη Γενιά X, με χαρακτηριστικό της μεταπολεμικής αυτής εποχής τη σημαντική μείωση των γεννήσεων, καθώς υπήρξε μία δημογραφική συρρίκνωση. Στη συνέχεια ακολουθεί η Γενιά Y, οι echo, που είναι και γνωστή ως δικτυακή γενιά, η οποία ξεκινάει το 1977 και φτάνει μέχρι και το 1997 και τέλος συναντάμε τη Γενιά Z, που ξεκινάει το 1997 μέχρι και σήμερα (Tapscott, 2009).

Κάθε γενιά ενέχει στο «DNA» της τα γεγονότα που τη σημάδεψαν και τα χαρακτηριστικά που τη διαμόρφωσαν. Η Δικτυακή γενιά, ως απόηχος της δημογραφικής έκρηξης είναι αυτή που βιώνει έντονα τη σαρωτική έλευση της τεχνολογίας στη καθημερινότητά της. Ο Tapscott (2009) τονίζει πως τα παιδιά της γενιάς αυτής αφομοίωσαν την τεχνολογία σαν τον αέρα που αναπνέουν και διαμόρφωσαν 8 διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά, τα οποία ονομάζει «νόρμες της Δικτυακής Γενιάς»:

1. *«Θέλουν ελευθερία σε ό,τι κάνουν, από τις επιλογές τους έως την έκφρασή τους»*
2. *«Τους αρέσει να διαμορφώνουν τα πράγματα στα μέτρα τους»*
3. *«Προβαίνουν σε εξονυχιστικούς ελέγχους. Είναι οι νέοι ελεγκτές»*
4. *«Αναζητούν την επιχειρηματική ακεραιότητα και διαφάνεια, όταν αποφασίζουν τι να αγοράσουν και πού να εργαστούν»*
5. *«Επιθυμούν τη διασκεδάση και το παιχνίδι τόσο στην εργασία, όσο στην εκπαίδευση, αλλά και την κοινωνική τους ζωή»*
6. *«Είναι η γενιά που αναπτύσσει συνεργασία και σχέσεις»*
7. *«Είναι η γενιά που έχει ανάγκη για ταχύτητα και όχι μόνο στα βιντεοπαιχνίδια της»*
8. *«Είναι καινοτόμοι»*

(Tapscott, 2009)

Σύμφωνα με την έκθεση της CISCO (2019), μέχρι το 2022 θα υπάρχουν 4,8 δισεκατομμύρια χρήστες του διαδικτύου, με τον αριθμό αυτόν να παρουσιάζει πολύ μεγάλη αύξηση από τα 3,4 δισεκατομμύρια που ήταν το 2017, ενώ οι συσκευές που έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο και οι συνδέσεις, θα φτάσουν παγκοσμίως τα 28.5 δισεκατομμύρια. Επιπλέον, μέχρι το 2022, θα υπάρχουν 28,5 δισεκατομμύρια συσκευές και συνδέσεις σταθερές, αλλά και φορητές, οι οποίες παρουσιάζουν επίσης σημαντικότερη αύξηση από τα 18 δισεκατομμύρια το 2017 - ή 3,6 δικτυωμένες συσκευές/συνδέσεις ανά άτομο, από τις 2,4 ανά άτομο. Παρ' όλα αυτά υπάρχουν ορισμένα στρώματα του πληθυσμού που αδυνατούν να παρακολουθήσουν τις εξελίξεις (Λέανδρος, 2005).

Όσον αφορά στην ελληνική πραγματικότητα, σύμφωνα με την Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ), στην έρευνα⁷⁷ που πραγματοποίησε το 2019 σχετικά με τη χρήση τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας από νοικοκυριά και άτομα προέκυψε πως 8 στα 10 νοικοκυριά έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο από την κατοικία τους (78,5%), ποσοστό κατά 32,1% αυξημένο σε σχέση με τις μετρήσεις του 2010. Το μεγαλύτερο ποσοστό χρηστών βρίσκεται στην Αττική (83,5%), με τη Βόρεια Ελλάδα να ακολουθεί (78,8%) με μικρή διαφορά από την Κεντρική Ελλάδα (74,8%), ενώ τα νησιά του Αιγαίου και η Κρήτη σημειώνουν το χαμηλότερο ποσοστό (68,8%). Όσον αφορά στην εξέλιξη των ευρυζωνικών συνδέσεων περιορισμένης συχνότητας σε κατοικίες παρατηρείται μία σημαντικότερη αύξηση της τάξης του 36,9%, καθώς το 2019 οι ευρυζωνικές συνδέσεις αγγίζουν το 78,1%. Σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ, οι λόγοι για τους οποίους δεν έχουν όλοι οι πολίτες της Ελλάδας πρόσβαση στο Διαδίκτυο είναι διαχρονικά οι ίδιοι και συγκεκριμένα:

1. η έλλειψη δεξιοτήτων (67,3%)
2. η μη χρησιμότητα των πληροφοριών που υπάρχουν στο Διαδίκτυο και η έλλειψη ενδιαφέροντος (22,5%)
3. το ιδιαίτερα υψηλό κόστος του εξοπλισμού (15%)

Σχετικά με τη χρήση του Διαδικτύου, το 75,7% ηλικίας 16-74 ετών συνδέθηκε στο Διαδίκτυο κατά το Α' τρίμηνο του 2019, ποσοστό κατά 4,8% αυξημένο σε σχέση με τις μετρήσεις του 2018. Σημαντικότερη αύξηση παρατηρήθηκε και στη χρήση του διαδικτύου από κινητή συσκευή αφού το 2010 σε ηλικίες μεταξύ 16-74 ετών μόλις το 15,1% είχε πρόσβαση από το κινητό του, ενώ το 2019 το ποσοστό αυτό έφτασε στο 83,4%. Οι έλληνες χρήστες του διαδικτύου χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες του κατά κύριο λόγο για την αναζήτηση πληροφοριών και υπηρεσιών σε ποσοστό 83%. Άλλοι λόγοι χρήσης βεβαίως, είναι και το online διάβασμα ειδήσεων και η ενημέρωση (87,7%), το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (77,9%), τα social media (74,9%), η ανταλλαγή μηνυμάτων μέσω εφαρμογών (skype, messenger, viber, whats app 72%). Οι χρήστες φαίνεται πως επιλέγουν την ταχύτητα στις τραπεζικές τους συναλλαγές μέσω e-banking (40,3%), ενώ χαμηλό είναι το ποσοστό των πολιτών που επιλέγουν να

⁷⁷ ΕΛΣΤΑΤ (2019). *Έρευνα χρήσης τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας από νοικοκυριά και άτομα: Έτος 2019*. Πειραιάς.

συμμετάσχουν online σε δημοσκοπήσεις ή ψηφοφορίες που αφορούν κοινωνικά ή πολιτικά ζητήματα (3,8%). Επιπλέον, στην τελευταία έκθεση της ΕΛΣΤΑΤ (2021α, 2021β) που αφορά στην ελληνική πραγματικότητα, όσον αφορά στα στατιστικά δεδομένα σχετικά με τις τεχνολογίες επικοινωνιών και πληροφόρησης παρατηρούμε μία ραγδαία ανάπτυξη σε σχέση με το 2016, καθώς το ποσοστό του πληθυσμού που έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο από το 69,1% φτάνει στο 78,1%, δηλαδή η άνοδος αγγίζει το 20% σχεδόν. Επίσης, ιδιαίτερη αύξηση παρατηρείται και στο ποσοστό των Έλλήνων που δε χρησιμοποιεί τόσο συχνά πλέον το τηλέφωνό του για να πραγματοποιεί κλήσεις, αλλά το διαδίκτυο, με το 72,3% έναντι του 46,5% που ήταν το αντίστοιχο ποσοστό την περίοδο του 2016. Σημαντικό είναι και το ποσοστό των πολιτών που επέλεξε το 2020 για τις αγορές του το ηλεκτρονικό εμπόριο (47,8% έναντι του 32,8% το 2016, 36,4% το 2017, 40,2% το 2018 και 41,5% το 2019), ενώ στο σημείο αυτό θα πρέπει να επισημάνουμε πως οι μετρήσεις αυτές περιέχουν και στοιχεία από τους μήνες που είχε επιβληθεί ολικό lockdown σε όλη την επικράτεια, λόγω της πανδημίας COVID-19 με τα φυσικά καταστήματα να παραμένουν κλειστά για μεγάλο χρονικό διάστημα, γεγονός που συνετέλεσε στην αύξηση του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Καθώς παρακολουθούμε μία ραγδαία αύξηση των χρηστών του διαδικτύου παγκοσμίως, παρατηρούνται διαφορές στον τρόπο πρόσβασης στο ίντερνετ αλλά και αλλαγές στον τρόπο συμπεριφοράς τους. Η διάδραση μεταξύ υπολογιστών και ανθρώπων είναι ένα καθημερινό φαινόμενο για τον πληθυσμό του Δυτικού κόσμου και όχι μόνο. Το να αντιληφθεί κανείς τη συμπεριφορά των χρηστών του διαδικτύου είναι ιδιαιτέρως πολύπλοκο ζήτημα, του οποίου ο βαθμός δυσκολίας ανεβαίνει καθώς εμπλέκονται όλο και νεότερες τεχνολογίες, όπως τα smartphones που περιπλέκουν τη χρήση του ίντερνετ (Krairit, 2017: 59)⁷⁸. Από το 2001 ερευνητές προσπαθούν να κατηγοριοποιήσουν τους χρήστες του διαδικτύου, ωστόσο φτάνοντας στο 2010, οι Brandtzaeg και Heim στη μελέτη τους κατάφεραν να ολοκληρώσουν την τυπολογία των χρηστών κατατάσσοντάς τους στις εξής κατηγορίες:

⁷⁸ Krairit, D. (2017). The New Face of Internet User Typology: The Case of Thailand. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* 13(2), 58-79.

1. Οι μη χρήστες (non users)
2. Οι σποραδικοί χρήστες (sporadics): Συνήθως είναι νέοι χρήστες, κάνουν χαμηλού επιπέδου σποραδική χρήση του διαδικτύου
3. Οι συζητητές (debaters): bloggers και συζητητές συνήθως στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης
4. Οι ψυχαγωγούντες (entertainment users): οι χρήστες που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο κατά κύριο λόγο για να παίζουν παιχνίδια
5. Οι συναναστρεφόμενοι (socializers): οι χρήστες που χρησιμοποιούν κατά κύριο λόγο εφαρμογές ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης
6. Οι θεατές (lurkers): οι χρήστες που απλά παρακολουθούν, απλά για να περάσουν το χρόνο τους, χωρίς να συμμετέχουν
7. Οι ουσιαστικοί (instrumental): οι πιο συνηθισμένοι χρήστες, οι οποίοι γενικά ασχολούνται με τα media και συγκεκριμένα με το Διαδίκτυο. Χρησιμοποιούν το ίντερνετ ως εργαλείο, τόσο για τη δουλειά τους, όσο και για την προσωπική τους ζωή. Δεν είναι ευδιάκριτοι στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης
8. Οι προχωρημένοι (advanced): αυτού του είδους οι χρήστες απαντώνται στις περισσότερες μελέτες και μαζί με τους σποραδικούς είναι το πιο κοινό είδος χρήστη. Χρησιμοποιούν ένα μεγάλο εύρος των μέσων αρκετά συχνά, ενώ ταυτόχρονα χρησιμοποιούν προηγμένες λειτουργίες του διαδικτύου σε σχέση με τον υπόλοιπο πληθυσμό (Brandtzaeg & Heim, 2010⁷⁹; Krairit, 2017: 63).

Για να γνωρίσουμε την ταυτότητα των χρηστών του διαδικτύου στην Ελλάδα το Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας δημοσίευσε μία έρευνα⁸⁰ για το προφίλ των Ελλήνων χρηστών το 2010. Η έρευνα αυτή πραγματοποιήθηκε το τελευταίο τρίμηνο του 2008 σε άτομα ηλικίας από 16 έως 74 ετών στις 13 περιφέρειες της χώρας. Εξετάζοντας τα ποσοστά πρόσβασης στο διαδίκτυο με βάση δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος, προκύπτει ότι τα πρωτεία στη χρήση κατέχουν: οι άνδρες (52%), οι νέοι ιδιαίτερα των ηλικιών μεταξύ 16 και 24 ετών (92%), τα άτομα υψηλού μορφωτικού επιπέδου (79%), καθώς και οι κάτοικοι των μεγάλων αστικών

⁷⁹ Brandtzaeg P. B. & Heim, J. (2010). Social network sites - A typology of users. *Journal of Web-Based Communities*, 6(3), 231-253.

⁸⁰ Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας (2010). *Ταυτότητα Χρηστών Internet στην Ελλάδα*. Αθήνα.

κέντρων (59%). Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας του 2008 και την ανάλυσή τους ως προς το φύλο των ερωτώμενων, προκύπτει ότι η απόσταση στη χρήση Η/Υ και διαδικτύου μεταξύ ανδρών και γυναικών εξακολουθεί να υφίσταται, με τους άνδρες να προηγούνται.

Σε έρευνα του Reuters Institute για τις ψηφιακές ειδήσεις στην Ελλάδα που δημοσιεύθηκε το 2016, οι Καλογερόπουλος, Παναγιώτου και Δημητρακοπούλου (2016) μελέτησαν τη χρήση του διαδικτύου από τους Έλληνες χρήστες σε σχέση με την πληροφόρηση και ενημέρωσή τους⁸¹. Ο μιντιακός πλουραλισμός έχει δώσει την ευκαιρία σε όλους τους πολίτες να επιλέγουν οι ίδιοι το μέσο από το οποίο θα ενημερωθούν και θα πληροφορηθούν τόσο για το τοπικό, όσο και για το παγκόσμιο γίνεσθαι. Υπάρχουν τα παραδοσιακά Μ.Μ.Εν., αλλά πλέον υπάρχουν και τα σύγχρονα διαδικτυακά μέσα που είναι άμεσα προσβάσιμα με τον κατάλληλο εξοπλισμό, ενημερώνονται συνεχώς και αδιάκοπα και ο χρήστης μπορεί να διασταυρώνει τις πληροφορίες που δέχεται από διάφορες πηγές. Πέραν των παραδοσιακών τρόπων σύνδεσης στο διαδίκτυο, όπως είναι ο οικιακός ή επαγγελματικός υπολογιστής, πλέον οι πολίτες δικτυώνονται και μέσω φορητών συσκευών, όπως τα tablets και τα smartphones (Καλογερόπουλος κ.ά., 2016: 6).

Στην 5η ετήσια Digital News Report του Reuters Institute για τη μελέτη της Δημοσιογραφίας του Πανεπιστημίου της Οξφόρδης μελετήθηκε ο συνεχώς μεταβαλλόμενος τομέας της επικοινωνίας και κατ' επέκταση της ενημέρωσης σε 26 χώρες. Στην έρευνα αυτή, συμμετείχαν 50.000 άνθρωποι καθιστώντας τη μεγαλύτερη συγκριτική έρευνα σχετικά με τη χρήση των διαδικτυακών ειδήσεων στον κόσμο. Στη μελέτη αυτή, οι Καλογερόπουλος κ.ά. (2016) παρατηρούν πως το 51% των χρηστών και των 26 χωρών χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για την ενημέρωσή τους, με το 12% να εμφανίζει μόνο τα κοινωνικά δίκτυα, ως μέσο ενημέρωσης. Η τηλεόραση πλέον χάνει τα πρωτεία και την αίγλη των προηγούμενων ετών, καθώς μόλις το 24% την επιλέγει ως κύριο μέσο ενημέρωσης μεταξύ των ηλικιών 18 – 24, σε αντίθεση με τις μεγαλύτερες ηλικίες που την προτιμούν. Στην Ελλάδα οι χρήστες του Διαδικτύου επιλέγουν μεν την online ενημέρωση, ωστόσο η εμπιστοσύνη που έχουν

⁸¹ Καλογερόπουλος, Α., Παναγιώτου, Ν. & Δημητρακοπούλου, Δ. (2016). *Reuters Institute: Έρευνα για τις ψηφιακές ειδήσεις 2016 (Ελλάδα)*. iWrite Creative Team: Αθήνα.

στα μέσα ενημέρωσης είναι πολύ χαμηλή, καθώς μόλις το 7% θεωρεί πως τα μέσα είναι ανεξάρτητα και μακριά από πολιτικές επιρροές και στρατηγικές, ενώ μόλις το 5% των χρηστών θεωρεί πως δεν εμπλέκονται επιχειρηματικοί δάκτυλοι στα μέσα (Καλογερόπουλος κ.ά., 2016: 12)⁸².

Όσον αφορά στην τυπολογία του ελληνικού κοινού, στην έκθεση του Reuters (2016), οι ερευνητές κατέληξαν σε τρεις κατηγορίες:

1. οι αφοσιωμένοι χρήστες: χρήστες οι οποίοι παρακολουθούν ανελλιπώς τις εξελίξεις και ενημερώνονται για την επικαιρότητα από το διαδίκτυο τουλάχιστον πέντε φορές μέσα στη μέρα

2. οι συστηματικοί χρήστες: αυτοί που παρακολουθούν τις εξελίξεις αρκετά συχνά από μία έως πέντε φορές μέσα στη μέρα και τέλος,

3. οι περιστασιακοί χρήστες: χρήστες, οι οποίοι δεν έχουν ως πρώτη επιλογή για την ενημέρωσή τους το διαδίκτυο, το οποίο επισκέπτονται μία φορά την ημέρα, ή κάποιες φορές μέσα στην εβδομάδα (Καλογερόπουλος κ.ά., 2016: 53). Στην Ελλάδα έχουμε κατά κύριο λόγο συστηματικούς χρήστες, ενώ ακολουθούν οι περιστασιακοί και τέλος, οι αφοσιωμένοι χρήστες. Όσον αφορά στο φύλο, δε φαίνεται σύμφωνα με την έρευνα να διαδραματίζει κάποιο ρόλο στην έκθεση στις ειδήσεις μέσω του διαδικτύου, ωστόσο η ηλικία φαίνεται πως επηρεάζει, καθώς οι μεγαλύτερες ηλικίες (55+) παρατηρείται πως είναι πιο δραστήριες, έναντι των νεότερων χρηστών 18-24 και 24-34 (Καλογερόπουλος κ.ά., 2016: 54).

Ολοκληρώνοντας την τυπολογία των Ελλήνων χρηστών του Διαδικτύου, όπως έχει διαμορφωθεί από την παραπάνω μελέτη, μπορούμε να πούμε πως οι Έλληνες χρήστες έχουν πράγματι ενσωματώσει το διαδίκτυο και τις ψηφιακές τεχνολογίες στην καθημερινότητά τους, κυρίως για την ενημέρωσή τους⁸³. Στην Ελλάδα συναντάμε παραδοσιακούς χρήστες, δηλαδή αυτούς που ενημερώνονται από τα παραδοσιακά μέσα (τηλεόραση, ραδιόφωνο, έντυπος τύπος), τους ψηφιακούς χρήστες που επιλέγουν για την ενημέρωσή τους το διαδίκτυο μέσω υπολογιστή, smartphone και tablet, αλλά και τους συνδυαστικούς χρήστες, οι οποίοι χρησιμοποιούν τόσο τα παραδοσιακά μέσα, όσο και τα τελευταία τεχνολογικά

⁸² όπ. παρ.

⁸³ όπ. παρ.

επιτεύγματα, προκειμένου να ενημερωθούν για τις εξελίξεις τόσο σε τοπικό, όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο. Όπως είναι λογικό, οι νεότερες γενιές επιλέγουν το διαδίκτυο για την ενημέρωσή τους, σε αντίθεση με τις μεγαλύτερες ηλικίες που στρέφονται κατά κύριο λόγο σε παραδοσιακές μορφές πληροφόρησης και ενημέρωσης⁸⁴.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

4. Κοινωνικά μέσα και κοινωνική δικτύωση

4.1. Παραδοσιακά κοινωνικά μέσα vs online κοινωνικά μέσα

Μετά τη σαρωτική είσοδο του Διαδικτύου στην καθημερινότητα των ανθρώπων, ο χάρτης των παραδοσιακών μέσων επικοινωνίας άλλαξε με κάποια να παραγκωνίζονται, κάποια να χάνουν την πρότερη αίγλη τους, όπως η τηλεόραση και ο έντυπος τύπος, αφού λόγω της διαρκούς ενημέρωσης που προσφέρει το ίντερνετ στους χρήστες του, είναι αδύνατο πλέον να ανταποκριθούν στις τρομακτικές απαιτήσεις ενός κοινού που θέλει να ενημερώνεται για τις εξελίξεις σε πρώτο χρόνο ή αν είναι δυνατόν, να τις παρακολουθεί σε live-streaming (απευθείας μετάδοση). Είναι λογικό λοιπόν, τα παραδοσιακά μέσα να μην μπορούν να φτάσουν την ταχύτητα του διαδικτύου, ενώ ακόμα και η εγκυρότητά τους θίγεται, καθώς το κοινό πλέον επιζητά την άμεση πρόσβαση στην πρωτογενή πληροφορία και όχι τη φιλτραρισμένη είδηση ενός τηλεοπτικού ή ραδιοφωνικού σταθμού ή μίας εφημερίδας, υπό το πρίσμα και την οπτική γωνία διαφόρων συμφερόντων πολιτικού ή επιχειρηματικού ενδιαφέροντος.

Πάνω σε αυτήν την εμπορευματοποίηση της πληροφορίας αναπτύχθηκε ραγδαία τα τελευταία δεκαπέντε περίπου χρόνια η έννοια των «κοινωνικών μέσων» (social media) και της «κοινωνικής δικτύωσης» (social networking), με την πλειοψηφία των χρηστών της Δύσης να δείχνει πως τα προτιμά σε αντίθεση με τα παραδοσιακά μέσα (Πατέλη, 2011)⁸⁵. Για να κατανοήσουμε τη συμμετοχή των δυτικών κοινωνιών σε αυτή τη νέα φόρμουλα επικοινωνίας αρκεί να δούμε τους

⁸⁴ όπ. παρ.

⁸⁵ Πατέλη, Κ. (2011). Κοινωνικά Μέσα και Εξουσία. Στο Στέλιος Παπαθανασόπουλος (Επιμ.), *Τα Μέσα Επικοινωνίας στον 21ο αιώνα* (σελ.182-196). Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη

αριθμούς. Το 2009 το Facebook μετρούσε ήδη πάνω από 400 εκατομμύρια χρήστες, ενώ υπολογίζεται πως το 25% των Αμερικανών χρησιμοποιεί το Twitter⁸⁶. Ενώ στο τέλος του 2018, το Facebook άγγιξε τα 2,2 δισεκατομμύρια χρήστες παγκοσμίως. Τα κοινωνικά μέσα στο διαδίκτυο, όπως και τα παραδοσιακά μέσα έχουν πυροδοτήσει εδώ και αρκετά χρόνια μία τεράστια συζήτηση στους επιστημονικούς κύκλους σχετικά με τη σχέση τους με τη δημοκρατία. Ωστόσο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν υπόκεινται σε κάποιο διεθνές θεσμικό πλαίσιο και δεν έχουν φτιαχτεί για να εξυπηρετήσουν το κοινωνικό σύνολο, μάλιστα δεν επιτελούν κάποια κοινωνική λειτουργία, ούτε έχουν κάποιο κοινωνικό ρόλο⁸⁷, έχουν δημιουργηθεί για εμπορική εκμετάλλευση. Από τη μία δηλαδή εκτελούν τις ανάγκες για διαρκή ενημέρωση των πολιτών που αποτελεί θεμελιώδη αρχή της δημοκρατίας, από την άλλη όμως το κέρδος είναι αυτό που τα θέτει σε τροχιά⁸⁸.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν ανοίξει πολλές συζητήσεις σχετικά με το πόσο χρήσιμα είναι, κατά πόσο θα πρέπει να τα χρησιμοποιούμε τελικά και ποια είναι η ορθή χρήση τους. Ως μέρος της ανάπτυξης των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης, τα κοινωνικά μέσα, όπως για παράδειγμα το Facebook, Instagram, Twitter, αποτελούν ένα διαβρωτικό παράγοντα στον τρόπο με τον οποίο σχετίζονται τα άτομα μεταξύ τους (Wang, Lee & Hua, 2015: 40)⁸⁹. Αυτά τα μέσα επιτρέπουν στα άτομα να συνδέονται σχεδόν με τον οποιονδήποτε, ανά πάσα ώρα, οπουδήποτε. Αυτή η θεμελιώδης κινητήριος δύναμη επέκτασης της σύνδεσης και της διάδρασης μεταξύ των ατόμων ενισχύεται από την ύπαρξη πληθώρας εφαρμογών για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε ασύρματες συσκευές (smartphones, tablets)⁹⁰. Μέσα από τις δυνατότητες που έχει κανείς στις εφαρμογές των social media, μπορεί να δημιουργήσει λειτουργικές κοινότητες ή οργανισμούς, να ξεκινήσει διαλόγους, να μοιραστεί ιδέες, να αναπτύξει και να εξελίξει τη φήμη του ή ακόμη και να διευρύνει και να εξελίξει την ταυτότητά του⁹¹.

⁸⁶ όπ. παρ.

⁸⁷ όπ. παρ.

⁸⁸ όπ. παρ.

⁸⁹ Wang, C., Lee M. K. O. & Hua, Z. (2015). A Theory of Social Media dependence: Evidence from microblog users. *Decision Support Systems*, 69, 40-49.

⁹⁰ όπ. παρ.

⁹¹ όπ. παρ.

Τα κοινωνικά μέσα πέρα από τους ρόλους που επιτελούν, αποτελούν κι ένα σημαντικό εργαλείο στα χέρια των καταναλωτών. Οι καταναλωτές έχουν αναπτύξει πολλές μορφές αλληλεπίδρασης μέσω των διαδικτυακών μέσων, μέσω online forums, κοινοτήτων, ιστοσελίδων μέσω των οποίων βαθμολογούν προϊόντα, εταιρίες, οργανισμούς και υπηρεσίες (Hajli, 2014: 399)⁹². Αυτού του είδους η αλληλεπίδραση παρέχει διαφορετικές αξίες τόσο στις επιχειρήσεις, όσο και στους καταναλωτές και αποτελεί ένα πολύτιμο εργαλείο και για τις δύο πλευρές, καθώς οι μεν καταναλωτές επιλέγουν αξιόπιστες εταιρίες για να αγοράσουν, αλλά και αυτές αντίστοιχα μπορούν να αξιοποιήσουν τις online θετικές κριτικές σε forums, blogs και πλατφόρμες πώλησης για να ανεβάσουν το κύρος τους και την αξιοπιστία τους. Η μεταξύ τους διάδραση μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης εγκαθιδρύει την εμπιστοσύνη στο ηλεκτρονικό εμπόριο⁹³. Οι γκουρού της σύγχρονης βιομηχανίας θεωρούν αναγκαία τη συμμετοχή στα κοινωνικά μέσα. Συγκεκριμένα, αν οι εταιρίες δε χρησιμοποιούν Facebook, Youtube και διάφορα άλλα εξαιρετικά δημοφιλή social media είναι σαν μην αποτελούν μέρος του κυβερνοχώρου (Kaplan & Haenlein, 2010: 67)⁹⁴. Οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης δε βοηθούν μόνο τις μεγάλες εταιρίες και οργανισμούς να αφουγκραστούν τις επιθυμίες των πελατών τους και να τις ικανοποιήσουν, αλλά αποτελούν ένα πολύ καλό εργαλείο και για μικρομεσαίες επιχειρήσεις ή ακόμη και μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς⁹⁵. Τα κοινωνικά μέσα πράγματι προκαλούν ουσιώδεις και διαβρωτικές αλλαγές στην επικοινωνία μεταξύ οργανισμών, κοινοτήτων και ατόμων. Αυτές οι αλλαγές έχουν σηματοδοτήσει μία νέα εποχή, επαναπροσδιορίζοντας τις σχέσεις μεταξύ εταιριών και καταναλωτών. Κάποτε οι εταιρίες προσπαθούσαν να μιλήσουν και να πείσουν τους καταναλωτές, ενώ τώρα πλέον οι καταναλωτές θέλουν να είναι αυτοί που κινούν τα νήματα και αναγκάζουν τις εταιρίες και τους οργανισμούς να ακούσουν και να σεβαστούν τις ανάγκες τους (Kietzmann, Hermkens, McCarthy & Silvestre, 2011: 250)⁹⁶. Τα κοινωνικά μέσα

⁹² Hajli, M. N. (2014). A Study of the Impact of Social Media on Consumers. *International Journal of Market Research*, 56(3), 387-404.

⁹³ όπ. παρ.

⁹⁴ Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53, 59-68.

⁹⁵ όπ. παρ.

⁹⁶ Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. & Silvestre, B. (2011). Social Media? Get serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media. *Business Horizons*, 54, 241-251.

αποτελούν μία ομάδα εφαρμογών βασιζόμενων στο Διαδίκτυο που χτίζονται πάνω σε ιδεολογικά και τεχνικά θεμέλια και επιτρέπουν τη δημιουργία και την ανταλλαγή παραγόμενου περιεχομένου από τους χρήστες (Karlan και Haenlajn, 2010: 61), ενώ ταυτόχρονα περιλαμβάνουν μία πληθώρα πηγών online πληροφοριών που δημιουργούνται, κυκλοφορούν και χρησιμοποιούνται από τους καταναλωτές για να επιμορφώνονται μεταξύ τους σχετικά με προϊόντα, υπηρεσίες και brands που είναι διαθέσιμα στην αγορά (Murugesan, 2007)⁹⁷.

Η χρήση των social media για να επικοινωνούμε μεταξύ μας ανήκει στις πιο δημοφιλείς χρήσεις του διαδικτύου. Αυτό βέβαια έχει επιφέρει διάφορες συζητήσεις για το κατά πόσο κάτι τέτοιο είναι θεμιτό, καθώς υπάρχουν αντικρουόμενες απόψεις σχετικά με τη φύση και τις επιπτώσεις αυτού του είδους επικοινωνίας και online κοινωνικής επαφής (Baym, Zhang & Lin, 2004: 300)⁹⁸. Μία κοινή στρατηγική για να μετρήσουμε την κοινωνική και προσωπική ευεξία (well-being) και να αντιληφθούμε τις επιπτώσεις της χρήσης του διαδικτύου είναι να συγκρίνουμε τα άτομα με βάση τη χρήση του ίντερνετ. Αν και σπάνια διατυπώνεται, αυτό προϋποθέτει να θεωρήσουμε το ίντερνετ ως μία τεχνολογικά καθοριστική δύναμη⁹⁹. Σύμφωνα με τη μελέτη της Baym et al. (2004), τα άτομα θα χρησιμοποιήσουν το Διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στη ζωή τους με τρόπους που θα ολοκληρώνουν τις προσωπικές τους κοινωνικές ανάγκες. Τα αποτελέσματα της έρευνας αυτής δείχνουν πως η κατά πρόσωπο επικοινωνία δεν κινδυνεύει από την επικοινωνία μέσω social media, αντιθέτως όσο το δείγμα της έρευνας επικοινωνούσε περισσότερο μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης, τόσο πιο πολύ επικοινωνούσε και με παραδοσιακούς τρόπους επικοινωνίας, όπως το τηλέφωνο ή και κατά πρόσωπο¹⁰⁰. Σε κάθε περίπτωση, όσες αλλαγές και να επιφέρουν τα τεχνολογικά επιτεύγματα, όσο και να προοδεύσουν και να εξελιχθούν τα online κοινωνικά μέσα, σίγουρα δεν μπορούν να αντικαταστήσουν πλήρως τους παραδοσιακούς τρόπους επικοινωνίας.

⁹⁷ Murugesan, S. (2007). Understanding Web 2.0. *IT Professional*, 9(4). 34-41.

⁹⁸ Baym, N. K., Zhang, Y. B. & Lin, M.-C. (2004). Social Interactions Across Media. *New Media and Society*, 6(3), 299-318.

⁹⁹ όπ. παρ.

¹⁰⁰ όπ. παρ.

4.2. Οι απαρχές της κοινωνικής δικτύωσης

Η ανατολή και δημοφιλία των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης κατά την καινούρια χιλιετία αποτελεί τόσο επαναστατική εξέλιξη στον τομέα της τεχνολογίας, που σχεδόν επισκιάζει την τεχνολογική επανάσταση που επέφερε το ίδιο το Διαδίκτυο (Lórinicz, Koltai, Győr, & Takács, 2019: 43)¹⁰¹. Ωστόσο δεν είναι η πρώτη φορά που συναντάμε την κοινωνική δικτύωση στη βιβλιογραφία, καθώς κοινωνικά δίκτυα υπήρχαν ανέκαθεν, ενώ τώρα πλέον αναφερόμαστε στην online δικτύωση. Η έννοια της κοινωνικής δικτύωσης απασχόλησε ιδιαίτερα τους κοινωνιολόγους, καθώς μελετώντας την πραγμάτωσή της, καταφέρνουν να περιγράψουν, αλλά και να ερμηνεύσουν σε βάθος διάφορες όψεις της κοινωνικής πραγματικότητας σε σχέση με τη συγγένεια, την κοινωνικότητα, την επικοινωνία, την εξουσία και διάφορες άλλες εκφάνσεις της καθημερινότητας των ανθρώπων ((Burt, 1980; Blau 1974; Kadushin, 2019; Μαράτου – Αλιπράντη, Παπλιάκου & Χατζηγιάννη, 1995; Marsden 2000¹⁰²; Wasserman & Faust, 1994). Οι κοινωνιολόγοι ξεκίνησαν να παρατηρούν την κοινωνική δικτύωση από τη δεκαετία του 1940, όμως η επιστημονική έρευνα στο πεδίο αυτό προχώρησε μετά το 1960 σε μία δομική ανάλυση του όρου, στην οποία θεωρείται δεδομένο πως οι συμπεριφορές των ατόμων σχετίζονται άρρηκτα με τις δομές μέσα στις οποίες είναι ενσωματωμένα¹⁰³. Η διαφορά μεταξύ των ερευνητών που ασχολήθηκαν με τις κοινωνικές δομές σε σχέση με αυτούς που μελέτησαν τα κοινωνικά δίκτυα, είναι πως στις κοινωνικές δομές γίνεται κατηγοριοποίηση των ατόμων, ενώ στα κοινωνικά δίκτυα μελετώνται οι σχέσεις που αναπτύσσουν τα άτομα, ή οι ομάδες μεταξύ τους¹⁰⁴. Στη συγκεκριμένη περίπτωση μας απασχολεί το αν οι κατηγοριοποιήσεις έχουν κάποιο νόημα, καθώς τα άτομα ανήκουν τόσο σε κατηγορίες, όσο και σε δίκτυα, ενώ οι κατηγορίες απλά αντανακλούν τις δομικές σχέσεις που ενώνουν τα άτομα μεταξύ τους¹⁰⁵.

¹⁰¹ Lórinicz, L., Koltai, J., Győr, A. F. & Takács, K. (2019). Collapse of an online social network: Burning social media to create it? *Social Networks*, 57, 43-53.

¹⁰² Μαράτου – Αλιπράντη, Λ., Παπλιάκου, Β. & Χατζηγιάννη, Α. (1995). Κοινωνικά Δίκτυα στον Αστικό Χώρο: Κοινωνικότητα, Αλληλοβοήθεια, Εργασία (Έρευνα του ΕΚΚΕ). *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, 88, 172-211.

¹⁰³ όπ. παρ.

¹⁰⁴ όπ. παρ.

¹⁰⁵ όπ. παρ.

Τα κοινωνικά δίκτυα μελετούν την κοινωνικότητα, αλλά ταυτόχρονα μελετούν και το «κοινωνικό κεφάλαιο» (social capital) των ατόμων. Το κοινωνικό κεφάλαιο, σύμφωνα με τον Bourdieu (1986) απαρτίζεται από κοινωνικές διασυνδέσεις και υπό συγκεκριμένες συνθήκες μπορεί να μετατραπεί σε οικονομικό κεφάλαιο, ενώ λειτουργεί συμπληρωματικά και ως προς το πολιτιστικό και ανθρώπινο. «Το κοινωνικό κεφάλαιο κάθε ατόμου αποτελείται από το σύνολο των κοινωνικών του σχέσεων, υπαρκτών ή δυνητικών, και, αναλογικά προς το οικονομικό κεφάλαιο, μπορεί κανείς να το συσσωρεύσει, να το διαχειριστεί ή να το μετατρέψει σε άλλου είδους ή ακόμα και να το χρησιμοποιήσει για να του αποφέρει εισόδημα» (Μαράτου – Αλιπράντου, Παπλιάκου & Χατζηγιάννη, 1995: 174; Qi, Monod, Fang & Deng, 2018: 98¹⁰⁶, Τσούνης & Σαράφης, 2016: 146¹⁰⁷).

Πέραν του Bourdieu, τη δυναμική του συσσωρευμένου κοινωνικού κεφαλαίου μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα των ατόμων έχει μελετήσει και ο Coleman (1988), ο οποίος θεωρεί πως το κοινωνικό κεφάλαιο «ορίζεται από τη λειτουργία που επιτελεί», ενώ τονίζει πως για να προκύψει αυτό, θα πρέπει να συντελεστούν αλλαγές στις σχέσεις μεταξύ των ανθρώπων, κάτι που διευκολύνει τη δράση. Εάν το φυσικό κεφάλαιο είναι εντελώς απτό και σωματοποιείται σε μία ορατή μορφή, ενώ ταυτόχρονα το ανθρώπινο κεφάλαιο είναι λιγότερο απτό και σωματοποιείται στις ικανότητες και τη γνώση που απαιτείται από το άτομο, τότε το κοινωνικό κεφάλαιο είναι το λιγότερο απτό, καθώς υπάρχει μέσα στις σχέσεις μεταξύ των ανθρώπων (Coleman, 1988: 100)¹⁰⁸. Συμπληρωματικά στο έργο των Bourdieu και Coleman, ο Putnam (1993) συνδέει το κοινωνικό κεφάλαιο τόσο με τις αξίες, όσο και με τα κοινωνικά δίκτυα κι ενώ οι προαναφερόμενοι θεωρητικοί αντιμετωπίζουν το κοινωνικό κεφάλαιο ως ατομικό αγαθό, ο Putnam του προσδίδει τα χαρακτηριστικά της συλλογικότητας με τη συμμετοχή των πολιτών στα κοινωνικά δίκτυα και τα κοινά γενικότερα (Τσούνης & Σαράφης, 2016: 148). Ο Francis Fukuyama (2001) όρισε το κοινωνικό κεφάλαιο ως την ύπαρξη συγκεκριμένων ανεπίσημων αξιών και νορμών

¹⁰⁶ Qi, J., Monod, E., Fang, B. & Deng, S. (2018). Theories of Social Media: Philosophical Foundations. *Engineering*, 4, (94-102).

¹⁰⁷ Τσούνης, Α. & Σαράφης, Π. (2016). Κοινωνικό Κεφάλαιο: μια Απόπειρα Εννοιολογικής Οριοθέτησης του Όρου. *Το Βήμα των Κοινωνικών Επιστημών*, 66(IZ), 141-171.

¹⁰⁸ Coleman, J. S. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *The American Journal of Sociology*, 94, 95-120.

που διαμοιράζονται μεταξύ μελών μιας ομάδας, στην οποία υπάρχει διάδραση και συνεργασία¹⁰⁹. Ωστόσο τονίζει πως το να μοιράζεται μία ομάδα ατόμων τις ίδιες αξίες και νόρμες δε σημαίνει πως αυτομάτως παράγει και κοινωνικό κεφάλαιο, γιατί πολύ απλά μπορεί οι αξίες αυτές να μην είναι σωστές¹¹⁰. Το κοινωνικό κεφάλαιο είναι μία πολυδιάστατη έννοια, ωστόσο η συσσώρευσή του έχει τόσο ατομική όσο και συλλογική διάσταση. Η ευημερία είτε οικονομική, είτε κοινωνική είτε πολιτισμική δεν έχει θετικό αντίκτυπο σε ένα άτομο μόνο, αλλά ενισχύει το κοινωνικό κεφάλαιο σε συλλογικό επίπεδο (Φακιολάς, 2012: 203)¹¹¹. Τα θετικά χαρακτηριστικά που διαθέτει κάθε άτομο επιδρούν σημαντικά στα κοινωνικά δίκτυα που συμμετέχει αυξάνοντας τις δυνατότητές του και τα επιτεύγματά του σε διάφορους τομείς¹¹².

Ο Kadushin, στο πρόσφατο έργο του «Τα κοινωνικά δίκτυα» (2019), κάνει μία λεπτομερή ανασκόπηση στην ιστορία των δικτύων και συγκεκριμένα αναφέρει πως, «τα κοινωνικά δίκτυα βρίσκονται στον πυρήνα της ανθρώπινης κοινωνίας από τότε που ήμασταν μια κοινωνία κυνηγών και συλλεκτών τροφής. Οι άνθρωποι ήταν δεμένοι μεταξύ τους μέσα από τις σχέσεις και την εξάρτησή τους [...]. Οι ομάδες της γειτονιάς και των χωριών που φημίζονταν ως η καρδιά της Αμερικής του 19^{ου} αιώνα, αντί να εξαφανίζονται, έχουν μετατραπεί από κοινωνικές σχέσεις σε συγγενείς κοινότητες που σχηματίζονται από γεωγραφικά διασκορπισμένα κοινωνικά δίκτυα [...]. Είμαστε «διαδικτυακοί» εδώ και χιλιετίες». Στο σημείο αυτό οφείλουμε να κάνουμε έναν σαφή διαχωρισμό μεταξύ των εννοιών «κοινωνικά μέσα» (social media) και «κοινωνική δικτύωση» (social networking), παρά το γεγονός, και οι δύο αυτές έννοιες χρησιμοποιούνται ευρέως στο χώρο των Τ.Π.Ε και κάποιες φορές επικαλύπτουν η μία την άλλη. Υπάρχουν διάφοροι ορισμοί που περιγράφουν τα χαρακτηριστικά τόσο των κοινωνικών μέσων, όσο και της κοινωνικής δικτύωσης. Συγκεκριμένα, οι Μανούσου & Χαρτοφύλακα (2011) αναφέρονται στα social media ως «μέσα διαμοιρασμού της πληροφορίας, των δεδομένων και της επικοινωνίας στο κοινό», ενώ το social networking αναφέρεται «στη δημιουργία και την αξιοποίηση

¹⁰⁹ Fukuyama, F. (2001). Social Capital, Civil Society and Development. *Third World Quarterly*, 22(1), 7-20.

¹¹⁰ όπ. παρ.

¹¹¹ Φακιολάς, Ν. (2012). Επίδραση των Κοινωνικών Δικτύων στην Υγεία. *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών* 137-138(A'-B). 201-232.

¹¹² όπ. παρ.

κοινοτήτων για τη διασύνδεση ανθρώπων με κοινά ενδιαφέροντα». Η Κοινωνία της Πληροφορίας έχει φέρει σημαντικές διαφοροποιήσεις στους τρόπους επικοινωνίας μέσω των δικτύων και από τα παραδοσιακά κοινωνικά δίκτυα, περνάμε στην online κοινωνική δικτύωση, όπου η επικοινωνία διαμεσολαβείται από μηχανές και εικονικά δίκτυα που επιτρέπουν τη σύγχρονη, αλλά και την ασύγχρονη επικοινωνία, ενώ οι σαρωτικές μεταβολές που έχει επιφέρει η τεχνολογική επανάσταση έχουν ενισχύσει και την ανάπτυξη παγκόσμιων δικτύων επικοινωνίας (Κάλλας, 2019; Ong, 2001; Poster, 1990).

4.3. Online κοινωνικά δίκτυα: Από το SixDegrees στο Facebook

Τα ψηφιακά κοινωνικά δίκτυα έκαναν την εμφάνισή τους τις τελευταίες δύο δεκαετίες, με τους χρήστες του διαδικτύου να χρησιμοποιούν αυτές τις ιστοσελίδες ολοένα και περισσότερο, ανεβάζοντας κατακόρυφα τις ώρες που περνάνε μπροστά σε μία οθόνη, είτε υπολογιστή, είτε smartphone και tablet. Η παντοδυναμία των social media είναι αδιαμφισβήτητη με τις ιστοσελίδες αυτές να έχουν εισβάλει τόσο δυναμικά στην καθημερινότητα των ατόμων που πλέον την καθορίζουν, ενώ διαμορφώνουν σχέσεις προσωπικές, αλλά και επαγγελματικές, αναπλάθουν προσωπικότητες, δημιουργούν εικόνες του εαυτού, αλλά η μη ορθή χρήση αυτών, μπορεί να αποβεί καταστροφική.

Κοινωνικά δίκτυα ονομάζουμε αυτές τις διαδικτυακές κοινότητες που επιτρέπουν στους χρήστες να αλληλεπιδρούν κοινωνικά μέσω υπολογιστών, κινητών και tablet ακόμα σε απευθείας σύνδεση (Τζαβέλα & Τσίτσικα, 2019: 146-147)¹¹³. Σύμφωνα με τους Chen, Diao και Zhang (2011)¹¹⁴, οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης είναι διαδικτυακές κοινότητες, μέσω των οποίων διασυνδέονται άτομα με κοινά ενδιαφέροντα. Οι Boyd και Ellison (2008) τις ορίζουν, ως υπηρεσίες του διαδικτύου, οι οποίες επιτρέπουν στα άτομα πρώτον, να δημιουργήσουν ένα

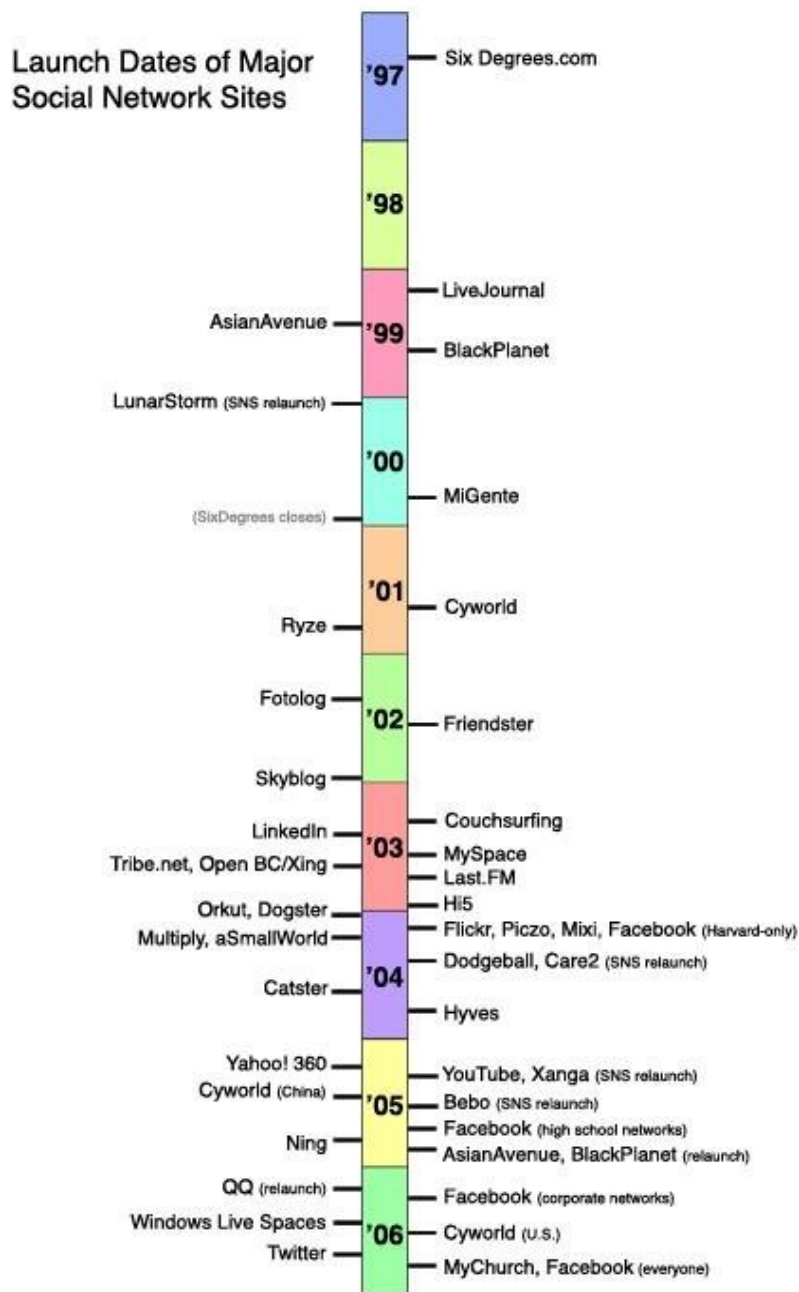
¹¹³ Τζαβέλα, Ε. & Τσίτσικα, Α. (2019). Κοινωνικά Δίκτυα στην Εφηβεία. Στο Άρτεμις Τσίτσικα και Αλέξανδρος Κοπανιάρης (Επιμ.), *Ψηφιακή Γενιά. Χρήση της Τεχνολογίας από παιδιά και εφήβους* (146-156). Αθήνα: Εκδόσεις Πεδίο.

¹¹⁴ Chen, S., Diao, Y. & Zhang, J. (2011). Social Media: Communication Characteristics and Application Value in Distance Education. *2011 International Conference on Electrical and Control Engineering (ICECE)*. (6774-6777). Yichang, China.

δημόσιο ή ημι-δημόσιο προφίλ μέσα σε ένα οριοθετημένο σύστημα, δεύτερον να διατυπώσουν μία λίστα από άλλους χρήστες με τους οποίους συνδέονται με τις ίδιες επαφές και τρίτον να παρακολουθούν και να ανατρέχουν στη λίστα με τις επαφές τους, ακόμα και σε αυτές που έχουν δημιουργηθεί από άλλους μέσα στο ίδιο σύστημα (Boyd & Ellison, 2008: 211)¹¹⁵.

Όπως βλέπουμε και στο Σχήμα 9 οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης δεν είναι κάποια καινούρια επίτευξη της τεχνολογίας, αλλά έχουν μία ιστορία στο χρόνο, και η εξέλιξή τους ήδη μετράει περισσότερες από δύο δεκαετίες με αφετηρία, το 1997 και τη δημιουργία του SixDegrees.com. Η ιστοσελίδα αυτή επέτρεπε στους χρήστες να δημιουργούν προφίλ, λίστα με «φίλους» και από το 1998 τους έδωσε τη δυνατότητα να «σερφάρουν» και στις λίστες επαφών των «φίλων» τους. Αυτά τα χαρακτηριστικά υπήρχαν σε πρώιμο στάδιο και πριν το SixDegrees, προφίλ υπήρχαν και σε διάφορες σελίδες γνωριμιών. Ωστόσο το SixDegrees εμφανιζόταν ως εργαλείο που βοηθούσε τα άτομα να συνδεθούν με τους άλλους, αλλά και να στείλουν μηνύματα μεταξύ τους (Boyd & Ellison, 2008). Όταν όμως το 2000 έφτασε τους ένα εκατομμύριο χρήστες, δεν κατάφερε να ανταπεξέλθει στις απαιτήσεις μίας τέτοιας επιχείρησης με αποτέλεσμα να κλείσει. Στη συνέχεια δημιουργήθηκαν αρκετές παρόμοιες ιστοσελίδες, όπως το Live Journal, το Black Planet, το Asian Avenue κ.ά., όπου οι χρήστες μπορούσαν να δημιουργήσουν προφίλ, είτε προσωπικό, είτε επαγγελματικό, ενώ είχαν τη δυνατότητα να συνδέονται με επαφές, χωρίς να απαιτείται η έγκρισή τους (Boyd & Ellison, 2008).

¹¹⁵ Boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2008). Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. *Journal of Computer – Mediated Communication*, 13, 210-230.



Σχήμα 7. Ιστορική αναδρομή των social network sites (SNS)
(Boyd & Ellison, 2008)

Από το 2003 και μετά δημιουργήθηκαν άπειρες ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, ωστόσο αυτή που κατάφερε να μονοπωλήσει το ενδιαφέρον των χρηστών ήταν το MySpace, το οποίο γεννήθηκε στη Σάντα Μόνικα της Καλιφόρνια και ήρθε για να προσελκύσει χρήστες από όλα τα υπόλοιπα SNS, καθώς υπήρχαν φήμες πως το Friendster θα καθιερώσει μία συνδρομή για τους χρήστες του, συνεπώς

οι δυσαρεστημένοι χρήστες που δεν ήθελαν να διατηρούν προφίλ επί πληρωμή άρχισαν να καταφεύγουν σε άλλα κοινωνικά δίκτυα (Boyd & Ellison, 2008):

Η πραγματική επανάσταση όμως στην κοινωνική δικτύωση, πραγματοποιήθηκε στις 4 Φεβρουαρίου το 2004, όταν το *thefacebook.com* άνοιξε για τους φοιτητές του Πανεπιστημίου Χάρβαρντ στο Κέιμπριτζ της Μασαχουσέτης. Το Facebook έδινε τη δυνατότητα στους φοιτητές να δημιουργήσουν μία σελίδα με το προφίλ τους, η οποία θα περιελάμβανε προσωπικά στοιχεία και πληροφορίες, αλλά θα μπορούσαν ταυτόχρονα να διατηρούν και επαφές μεταξύ τους. Το μόνο προαπαιτούμενο ήταν να διατηρεί κάποιος διεύθυνση e-mail με την κατάληξη *harvard.edu* (Brügger, 2015)¹¹⁶. Το Facebook ιδρύθηκε από τους Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz, Andrew McCollum και Chris Hughes για να εξυπηρετεί μόνο φοιτητές του Χάρβαρντ, ενώ λίγο αργότερα επεκτάθηκε και σε άλλα πανεπιστήμια, χωρίς όμως να μπορούν προς το παρόν να συμμετάσχουν εταιρείες, οργανισμοί και επιχειρήσεις¹¹⁷. Η ιστοσελίδα αυτή ήταν από την αρχή της ενδιαφέρουσα με τους χρήστες της να δηλώνουν σχεδόν εθισμένοι, ενώ μέσα σε δύο μήνες λειτουργίας της είχε φτάσει τους 70.000 χρήστες και το Δεκέμβριο του 2005 πλέον μετρούσε περισσότερους από 6 εκατομμύρια χρήστες¹¹⁸. Τα χαρακτηριστικά του Facebook που το έκαναν να ξεχωρίσει ανάμεσα σε πληθώρα ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης, ήταν τα προφίλ των χρηστών και το δίκτυο. Το προφίλ του χρήστη σχετιζόταν με ένα άτομο και ήταν ορατό στους υπόλοιπους μόνο εάν το επέτρεπε ο ίδιος μέσω των ρυθμίσεων της ιστοσελίδας.

Στην προσωπική ιστοσελίδα του καθενός, μπορούσε το άτομο να συμπεριλάβει πληροφορίες για τη ζωή του, τα ενδιαφέροντά του, τα αγαπημένα του βιβλία, τις πολιτικές και θρησκευτικές του πεποιθήσεις¹¹⁹. Υπήρχε δε, ο περιορισμός, οι χρήστες να μην μπορούν να δημιουργήσουν προφίλ για ζώα, μέρη, νεκρά αντικείμενα, πρόσωπα της φαντασίας ή άλλα πρόσωπα εκτός από τους ίδιους. Ο καθένας μπορούσε να αναρτήσει στον «τοίχο» του ό,τι επιθυμούσε, καθώς επίσης

¹¹⁶ Brügger, N. (2015). A Brief History of Facebook as a media text: The development of an empty structure. *First Monday*, 20(5). 1-20.

¹¹⁷ όπ. παρ.

¹¹⁸ όπ. παρ.

¹¹⁹ όπ. παρ.

και οι «φίλοι» του μπορούσαν με τη σειρά τους να αναρτήσουν κάτι στους τοίχους των φίλων τους ή και να σχολιάσουν κάποια ανάρτηση¹²⁰.

Το Facebook δεν είναι πλέον μία απλή ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης. Είναι ένα online πολυεργαλείο στα χέρια οργανισμών, κυβερνήσεων, εκπαιδευτικών ιδρυμάτων, εταιρειών. Έχει διεισδύσει τόσο βαθιά στην καθημερινότητα των ανθρώπων, που είναι αναπόσπαστο κομμάτι της κοινωνικής, προσωπικής και επαγγελματικής ζωής του καθενός. Μάλιστα πολλοί θεωρούν πως αν κάποιος δεν έχει προφίλ στο Facebook είναι σαν να μην υπάρχει πουθενά στα social media, πεποίθηση που αμφισβητεί ακόμα και την ίδια την ύπαρξη του ατόμου! Το Facebook δε χρησιμοποιείται ανεπίσημα μόνο για τις ανάγκες της κοινωνικής δικτύωσης ή τον εμπλουτισμό του κοινωνικού κεφαλαίου, αλλά ακόμα για την ανάπτυξη πελατειακών σχέσεων (Eriksson & Larsson, 2014)¹²¹, την online σύζευξη και το marketing (Cvijikj & Michahelles, 2013)¹²², τη διαχείριση κρίσεων και την ανάληψη αποφάσεων (Pinto & Mansfield, 2011)¹²³ σε μία πληθώρα τομέων από μία πληθώρα ατόμων. Με σχεδόν 2,5 δισεκατομμύρια χρήστες παγκοσμίως το Facebook είναι αδιαμφισβήτητα το πιο δημοφιλές μέσο κοινωνικής δικτύωσης παγκοσμίως. Αυτό που το καθιστά μοναδικό στο είδος του είναι η ικανότητα συνεργασίας και σύνδεσης σε μία μαζική, άνευ προηγουμένου κλίμακα, η οποία επιτρέπει στα άτομα να δημιουργούν και να μοιράζονται πληροφορίες και να χτίζουν σχέσεις (Chugh & Ruhi, 2017)¹²⁴.

4.4. Χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν μονοπωλήσει το ενδιαφέρον των ατόμων στο διαδίκτυο και έχουν δημιουργήσει τις δικές τους ιδιαίτερες συνθήκες κάτω από

¹²⁰ όπ. παρ.

¹²¹ Eriksson, M. & Larsson, E. (2014). Facebook as a Tool for Building Customer Relationships in the Hospitality Industry: A Quantitative Study on the Effects of Facebook Activities on Relationship Drivers and Relational Benefits. Available on: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:733323/FULLTEXT01.pdf>

¹²² Cvijikj, I. P. & Michahelles, F. (2013). Online Engagement Factors on Facebook Brand Pages. *Social Network Analysis and Mining*, 3(4), 843-861.

¹²³ Pinto, M. B. & Mansfield, P. (2011). Facebook as a Complaint Mechanism: An Investigation of Millennials. *Journal of Behavioral Studies in Business*, 4, 1-12.

¹²⁴ Chugh, R. & Ruhi, U. (2017). Social Media in Higher Education: A literature Review of Facebook. *Education and Information Technologies*, 23, 605-616.

τις οποίες αλληλεπιδρούν, δικτυώνονται, δημιουργούν σχέσεις. Η ευκολία στη χρήση τους, η ταχύτητα, αλλά και ο βαθμός προσβασιμότητας τα καθιστούν σημαντικότερους παράγοντες στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης με ένα ευρύ φάσμα ενδιαφερόντων, από το περιβάλλον μέχρι την πολιτική και από την τεχνολογία μέχρι τη βιομηχανία της ψυχαγωγίας (Asur & Huberman, 2010: 492)¹²⁵. Στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης μπορεί το κοινό να συζητά σε πρώτο χρόνο τα θέματα που το απασχολούν, αλλά και να εκφράζει ανοιχτά την άποψή του (Akram & Kumar, 2018: 347)¹²⁶. Είναι δεδομένο, πως οι ιστοσελίδες αυτές έχουν γίνει μέρος της καθημερινότητας των ανθρώπων, καθώς ανά πάσα ώρα και στιγμή μπορούν να συναναστραφούν τους οικείους τους, να ελέγξουν τα tweets τους και να κάνουν status update στο Facebook. Σύμφωνα με τους Akram & Kumar (2018), η κοινωνική δικτύωση συμβάλλει στην κοινωνικοποίηση των νέων ανθρώπων, ενώ οι ιστοσελίδες αυτές, επιτρέπουν στους χρήστες να συζητούν, να μοιράζονται πληροφορίες και να αλληλεπιδρούν με διάφορους τρόπους. Σε προσωπικό επίπεδο η online κοινωνική δικτύωση μας επιτρέπει να επικοινωνούμε με δικούς μας ανθρώπους, να αναπτύσσουμε νέα ενδιαφέροντα ή ακόμα και να ψυχαγωγούμαστε¹²⁷, ενώ σε επαγγελματικό επίπεδο μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε τις σελίδες αυτές για να επεκτείνουμε τις γνώσεις μας σε νέους τομείς που αφορούν την εργασία μας, ή ακόμα και να δημιουργήσουμε ένα επαγγελματικό δίκτυο συνδεδεμένοι με αντίστοιχους επαγγελματίες άλλων οργανισμών¹²⁸.

Για να κατηγοριοποιήσουμε τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης μπορούμε να τις ομαδοποιήσουμε ανάλογα με τη λειτουργικότητά τους (Owyang, 2009), ή ανάλογα με τις υπηρεσίες που μπορούν να προσφέρουν στους χρήστες τους και συγκεκριμένα στους καταναλωτές (Bard, 2010). Γενικότερα ωστόσο, μπορούμε να τις διακρίνουμε στις παρακάτω έξι βασικές κατηγορίες σύμφωνα με τον Zhang (2010):

1. Social Networks: ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης
2. Social bookmarking: μέσα κοινωνικής σελιδοσήμανσης

¹²⁵ Asur, S. & Huberman, B. A. (2010). Predicting the Future with Social Media. *2010 IEEE/WIC/ACM International Conference on Web Intelligence and Intelligent Agent Technology*. (492-499). Toronto, Canada.

¹²⁶ Akram, W. & Kumar, R. (2018). A Study on Positive and Negative Effects on Social Media on Society. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*, 5(10), 347-354.

¹²⁷ όπ. παρ.

¹²⁸ όπ. παρ.

3. Collaborative authoring: ιστοσελίδες συνεργατικής συγγραφής
4. Multimedia sharing: ιστοσελίδες ανταλλαγής πολυμέσων
5. Blogs: προσωπικά ιστολόγια
6. Web conferencing: τηλεδιασκέψεις στο διαδίκτυο

Σύμφωνα με τη στατιστική εταιρία Statista, οι πιο δημοφιλείς ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για το 2019 ήταν οι εξής:

1. Facebook: 2.414.000.000 χρήστες
2. Youtube: 2.000.000.000 χρήστες
3. WhatsApp: 1.600.000.000 χρήστες
4. Facebook Messenger: 1.300.000.000 χρήστες
5. WeChat: 1.133.000.000 χρήστες
6. Instagram: 1.000.000.000 χρήστες
7. QQ: 808.000.000 χρήστες
8. QZone: 554.000.000 χρήστες
9. Tik Tok: 500.000.000 χρήστες
10. Sina Weibo: 486.000.000 χρήστες
11. Reddit: 330.000.000 χρήστες
12. Twitter: 330.000.000 χρήστες
13. Douban: 320.000.000 χρήστες
14. Snapchat: 314.000.000 χρήστες
15. LinkedIn: 310.000.000 χρήστες
16. Pinterest: 300.000.000 χρήστες (Statista, 2019)¹²⁹

Επίσης η Statista δημοσίευσε τη λίστα με τις δημοφιλέστερες ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για το 2023, με το Facebook σταθερά να κρατάει την πρώτη θέση στις προτιμήσεις των χρηστών, ενώ το Youtube ακολουθεί και την τριάδα συμπληρώνει το WhatsApp, όπως βλέπουμε στο Γράφημα 1.

Όσον αφορά στην ελληνική πραγματικότητα, σύμφωνα με την αναφορά του Reuters Institute (2019), το 80% των Ελλήνων χρηστών χρησιμοποιεί το Facebook με το 58% να το προτιμάει για την ενημέρωσή του, το 81% χρησιμοποιεί το Youtube, με

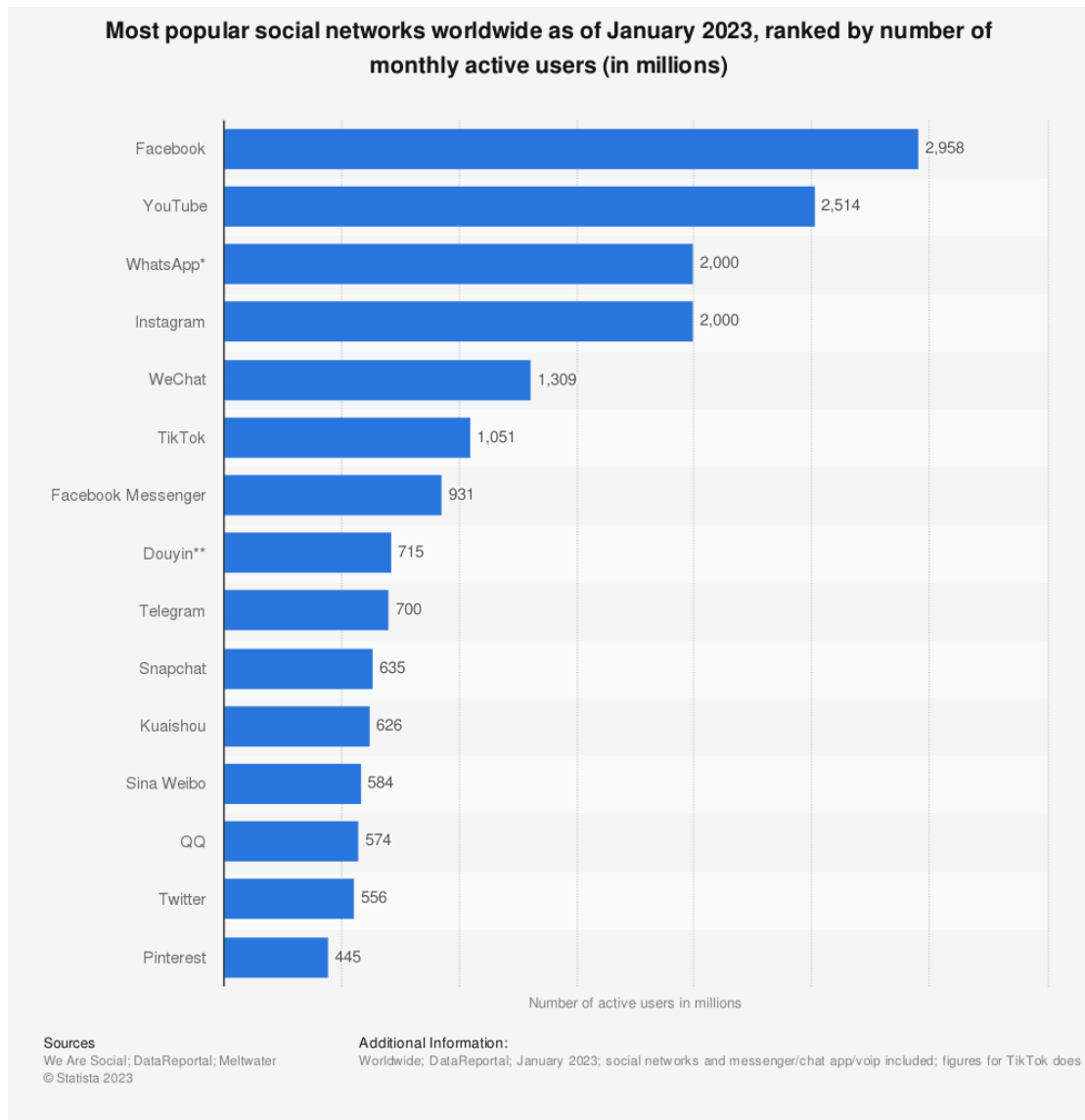
¹²⁹ Statista (2019). Most Popular Social Networks Worldwide as of October 2019, ranked by number of active users. Available on: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

μόλις το 36% να το προτιμάει για την ενημέρωσή του, ενώ ακολουθούν το Facebook Messenger (63%), το Viber (54%), το Instagram (42%) και τέλος, το Twitter (24%). Γενικά, το ποσοστό των Ελλήνων χρηστών που συμμετέχει σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat κ.λπ.) αγγίζει το 74,9%, σύμφωνα με την έκθεση της ΕΛΣΤΑΤ για το 2019, ενώ online μουσική (web ραδιόφωνο, You Tube και μουσική συνεχούς ροής) επιλέγει να ακούσει το 72,9%. Επίσης το 72% των χρηστών ανταλλάσσουν μηνύματα μέσω εφαρμογών, όπως το Skype, το Messenger, το Viber και το WhatsApp (ΕΛΣΤΑΤ, 2019). Επίσης, στην Ελλάδα το 66,8% των χρηστών πραγματοποιεί κλήσεις ή βιντεοκλήσεις, με χρήση web κάμερας (Skype, Facetime, Viber, WhatsApp). Επιπλέον, σύμφωνα με την τελευταία έκθεση της ΕΛΣΤΑΤ (2021α, 2021β)¹³⁰, οι Έλληνες χρησιμοποιούν σε ποσοστό 76% τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό το 2016 έφτανε στο 67,5%, το 2017 στο 71,5%, το 2018 στο 73,4% και το 2019 στο 74,9%.

Τα κοινωνικά μέσα είναι ένας μηχανισμός επικοινωνίας που επιτρέπει στους χρήστες να επικοινωνούν με χιλιάδες, ίσως και δισεκατομμύρια άλλους χρήστες σε παγκόσμιο επίπεδο. Οι Whitting και Williams (2013)¹³¹ ανέλυσαν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε επτά άξονες: α) κοινωνική αλληλεπίδραση, β) αναζήτηση πληροφοριών, γ) ελεύθερος χρόνος, δ) ψυχαγωγία, ε) χαλάρωση, στ) επικοινωνιακή χρησιμότητα και ζ) ευκολία στη χρήση. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνάς τους, το 88% των χρηστών χρησιμοποιεί τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης για την κοινωνική αλληλεπίδραση, το 80% για την αναζήτηση πληροφοριών, το 76% για να περνάει το χρόνο του, το 64% για ψυχαγωγία, το 60% για χαλάρωση, ενώ σε χαμηλότερο ποσοστό οι χρήστες χρησιμοποιούν τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για επικοινωνιακούς λόγους (56%), διατύπωση απόψεων (56%), ενώ εντυπωσιακό είναι το 20% που δηλώνει πως μετέχει στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να κατασκοπεύει τι κάνουν άλλοι χρήστες.

¹³⁰ ΕΛΣΤΑΤ (2021α). *Ελλάς με αριθμούς: Ιανουάριος – Μάρτιος 2021*. Πειραιάς. ΕΛΣΤΑΤ (2021β). *Ελλάς με αριθμούς: Απρίλιος – Ιούνιος 2021*. Πειραιάς.

¹³¹ Whiting, A. & Williams, D. (2013). Commentary Paper. Why People Use Social Media: A Uses and Gratifications Approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(4), 362-369.



Γράφημα 1. Οι πιο δημοφιλείς ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για το 2023¹³²

Όπως διαπιστώνουμε από τα στοιχεία μελετών που δημοσιοποιούνται, η βιομηχανία των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης ολοένα και εξαπλώνεται κερδίζοντας εκατομμύρια νέους χρήστες καθημερινά, οι οποίοι πλέον ενσωματώνουν τις νέες τεχνολογίες και τις νέες υπηρεσίες που τους προσφέρουν στην καθημερινή προσωπική, επαγγελματική και κοινωνική ζωή. Οι χρήστες των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης είναι ένα υπερμεγέθες καταναλωτικό κοινό γι’

¹³²Statista (2023). *Most popular social networks worldwide as of January 2023, ranked by number of monthly active users*. Διαθέσιμο στον ιστότοπο: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

αυτό και το διαδίκτυο ευνοεί τις επιχειρήσεις που ασχολούνται με το marketing και τη διαφήμιση, καθώς τους προσφέρει απλόχερα δισεκατομμύρια καταναλωτών, που είναι έτοιμοι να πραγματοποιήσουν τις αγορές τους διαδικτυακά. Οι Whitting και Williams (2013: 362) αναφέρουν πως τα κοινωνικά μέσα είναι ένα σημαντικό πεδίο ενδιαφέροντος για τους μαρκετίστες και τους διαφημιστές αφού δαπανώνται τουλάχιστον 60 δισεκατομμύρια το χρόνο στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για διαφήμιση. Η επιτυχία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στο να δημιουργούν επαφές με το καταναλωτικό κοινό είναι δεδομένη και στα επόμενα χρόνια διαφαίνεται πως θα είναι ιδιαίτερος κερδοφόρος αυτή η επαφή.

Οι καταναλωτές έχουν πάψει να είναι παθητικοί αποδέκτες στη διαδικασία του εμπορίου και της αγοράς. Σήμερα έχουν ενεργό ρόλο στη συνδημιουργία των πάντων από το σχεδιασμό ενός προϊόντος μέχρι τα προωθητικά μηνύματα (Berthon, Pitt, McCarthy & Kates, 2007)¹³³. Η ιλιγγιώδης ανάπτυξη της αλληλεπίδρασης μέσω των ψηφιακών μέσων έχει φέρει την επανάσταση στο μάρκετινγκ, με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης να φαίνεται πως έχουν διαφοροποιήσει το «οικοσύστημα» της επίδρασης του τομέα αυτού (Hanna, Rohm & Crittenden, 2011: 265)¹³⁴. Σύμφωνα με τους Hansen, Shneiderman και Smith (2011), οι διαδικτυακές πλατφόρμες επικοινωνίας έχουν παράξει πολλούς νέους τρόπους διάδρασης και αλληλεπίδρασης. Υπάρχουν πλέον εκατοντάδες πλατφόρμες κοινωνικών μέσων και δεν είναι τυχαίο που τα στελέχη των εταιρειών μάρκετινγκ χρησιμοποιούν τις πλατφόρμες αυτές (blogs, wikis, podcasts, SNS) για να επικοινωνούν με τους πελάτες τους και να έχουν live feedback των προϊόντων ή των υπηρεσιών που προωθούν και πωλούν¹³⁵. Αυτή η επίδραση που ασκούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τόσο στον κόσμο του μάρκετινγκ, όσο και στο ευρύ καταναλωτικό κοινό έχει φέρει επανάσταση στον τρόπο με τον οποίο συντελείται το εμπόριο προϊόντων και υπηρεσιών, όσο και η διαφήμιση. Ωστόσο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν είναι αποτελούν το τέλειο υποκατάστατο του παραδοσιακού μάρκετινγκ, ούτε ταιριάζει απαραίτητα σε όλες

¹³³ Berthon, P. R., Pitt, L. F., McCarthy, I. & Kates, S. (2007). When customers get clever: Managerial Approaches to Dealing with Creative Consumers. *Business Horizons*, 50(1), 39-48.

¹³⁴ Hanna, R., Rohm, A. & Crittenden, V. L. (2011). We're All Connected: The Power of the Social Media ecosystem. *Business Horizons*, 54, 265-273.

¹³⁵ όπ. παρ.

τις περιπτώσεις προώθησης (Weinberg & Pehlivan, 2001: 282)¹³⁶. Οι οργανισμοί και οι εταιρείες που ασχολούνται με αυτόν τον τομέα μπορούν να χρησιμοποιήσουν τα κοινωνικά μέσα και τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης αποτελεσματικά μεταφέροντας το μήνυμα που θέλουν απευθείας στους καταναλωτές εστιάζοντας σε παραδοσιακούς στόχους¹³⁷.

Οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιούνται ευρέως για να συζητώνται διάφορα θέματα και να εκφράζονται απόψεις, όμως η επίδραση που έχουν στη ζωή των ανθρώπων έχει δύο όψεις, τη θετική και φυσικά την αρνητική. Δεν είναι λίγοι αυτοί που υποστηρίζουν ένθερμα τη χρήση τους και θεωρούν πως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι το μεγαλύτερο τεχνολογικό επίτευγμα μέχρι σήμερα, που έχει βελτιώσει την καθημερινότητα των ατόμων γλιτώνοντας τους από τον πολύτιμο χρόνο που θα σπαταλούσαν σε παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας, ενώ ζούμε στην εποχή της πραγματικής και ουσιαστικής παγκοσμιοποίησης. Υπάρχει βέβαια και η αντίθετη άποψη, κατά την οποία τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν αρνητικές επιπτώσεις στην επικοινωνία των ατόμων, καθώς υποστηρίζεται ότι έχουμε εισέλθει στην εποχή της αποξένωσης, όπου την κατά πρόσωπο επαφή και επικοινωνία έχει αντικαταστήσει ένας διάλογος σε μία ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης, ενώ οι άνθρωποι «μιλούν» πολύ μέσω των προφίλ τους, αλλά «δρουν» λιγότερο ή σχεδόν καθόλου.

Οι Akram και Kumar (2017) μελέτησαν τις θετικές και τις αρνητικές επιδράσεις των δημοφιλέστερων μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην υγεία των ατόμων, στην εργασία, στην εκπαίδευση, στην κοινωνία και στην παιδική ηλικία. Όσον αφορά στην υγεία, κάποια από τα θετικά στοιχεία που εκτιμήθηκαν ήταν η άμεση online πρόσβαση σε γιατρούς, η συζήτηση για τα συμπτώματα διαφόρων νόσων με φίλους, συνεργάτες και συγγενείς, η υποστήριξη δράσεων που σχετίζονται με την υγεία, η παροχή βοήθειας σε υπηρεσίες υγείας, ώστε να θέτουν ως προτεραιότητα κρίσιμα περιστατικά, καθώς επίσης και η παροχή περισσότερων πληροφοριών στους ερευνητές. Αντιθέτως στις αρνητικές επιδράσεις των μέσων κοινωνικής δικτύωσης

¹³⁶ Weinberg, B. D. & Pehlivan, E. (2011). Social Spending: Managing the Social Media Mix. *Business Horizons*, 54, 275-282.

¹³⁷ όπ. παρ.

περιλαμβάνονται οι λανθασμένες αυτο-διαγνώσεις και η μη τήρηση του ιατρικού απορρήτου (Akram & Kumar, 2017: 349).

Όσον αφορά στην επίδραση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στην εργασία, στα θετικά συγκαταλέγονται: η καλύτερη κατανόηση των απαιτήσεων των πελατών, η προώθηση των επιχειρήσεων σε παγκόσμιο επίπεδο, η παροχή πλούσιων εμπειριών από πελάτες, η παρακολούθηση των ανταγωνιστών, η γρήγορη και άμεση ανταλλαγή πληροφοριών, η επίγνωση των πελατών, η οποία βοηθάει στην καλύτερη κατανόηση της χρήσης των προϊόντων και των υπηρεσιών. Σχετικά με τα αρνητικά αποτελέσματα που μπορεί να επιφέρει η κοινωνική δικτύωση στην εργασία οι ερευνητές επισημαίνουν το γεγονός ότι οι πελάτες μπορεί να είναι δυσαρεστημένοι από κάποια επιχείρηση ή οργανισμό και αυτό να αποτυπωθεί σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης με αποτέλεσμα τη δημιουργία απογοητευτικού αρνητικού κλίματος. Επίσης οι αρνητικές κριτικές είναι επιζήμιες, ενώ ο χρόνος που καταναλώνεται στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης είναι ιδιαιτέρως υψηλός. Ανάμεσα στις αρνητικές επιδράσεις είναι και το γεγονός ότι πολλοί οργανισμοί δεν καταφέρνουν να μετρήσουν σωστά τα αποτελέσματα της προώθησης μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Akram & Kumar, 2017: 350).

Σχετικά με τον τομέα της εκπαίδευσης οι Akram και Kumar (2017: 350-351) περιλαμβάνουν στις θετικές επιδράσεις της χρήσης των διαδικτυακών πλατφορμών επικοινωνίας τα εξής: κοινωνικοποίηση, διαμοιρασμός της γνώσης, εκσυγχρονισμός και επικαιροποίηση της γνώσης, μάθηση από διάφορες πηγές, προετοιμασία, ανταλλαγή σκέψεων και απόψεων και ανάπτυξη κριτικής σκέψης. Ωστόσο δεν είναι λίγα και τα αρνητικά στοιχεία που προκύπτουν από τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην εκπαίδευση. Οι μαθητές επαναπαύονται στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης για την αναζήτηση πληροφοριών με αποτέλεσμα να μειώνεται η αντιληπτική τους ικανότητα και η ικανότητα αναζήτησης πληροφοριών σε άλλες πηγές. Δυστυχώς οι μαθητές ξεχνούν την κατά πρόσωπο επαφή και επικοινωνία και καταφεύγουν στην εύκολη λύση της online επικοινωνίας καταργώντας κάθε παραδοσιακό μέσο από την καθημερινότητά τους. Αρνητικό επίσης είναι και το γεγονός ότι στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρατηρείται μη ορθή χρήση της γλώσσας, με συντομογραφίες και ορθογραφικά λάθη, αφού οι μαθητές στηρίζονται

στον αυτόματο διορθωτή του υπολογιστή ή του smartphone τους. Στις αρνητικές επιδράσεις επίσης συγκαταλέγονται οι χαμηλοί βαθμοί και η απώλεια κινητρου.

Αρκετές είναι οι θετικές επιδράσεις της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που παρατηρούνται στην κοινωνία. Η συνδεσιμότητα, η εκπαίδευση, η βοήθεια, η πληθώρα πληροφοριών, η διαφήμιση, η υπηρετήση ευγενών σκοπών και η συγκρότηση κοινοτήτων είναι μεταξύ αυτών, ενώ η κυβερνο-εξαπάτηση, η υποκλοπή, ο εθισμός, οι απάτες και δυσφήμιση είναι κάποια από τα αρνητικά που επισημαίνονται (Akram & Kumar, 2017: 351-352). Τέλος σχετικά με τον αντίκτυπο που έχουν οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης σε παιδιά και εφήβους οι ερευνητές αναφέρουν ως θετικές επιδράσεις: την επίγνωση του τι συμβαίνει στην κοινωνία και τον κόσμο, την ανάπτυξη κοινωνικών δεξιοτήτων, την έμπνευση από υγιή πρότυπα που προβάλλονται και τη βοήθεια στην απόκτηση ικανοτήτων ανάγνωσης και γραφής. Όσον αφορά στις επιπτώσεις, ανάμεσά τους είναι η λανθασμένη άποψη για την εικόνα και το σώμα τους, η επικίνδυνη σεξουαλική συμπεριφορά, καθώς επίσης και οι χαμηλοί βαθμοί στο σχολείο (Akram & Kumar, 2017: 252-253).

Η διαδικτυακή κοινωνική δικτύωση έχει θετικές επιδράσεις, αλλά σίγουρα έχει και αρνητικές, αφού όπως συμπεραίνουμε από όλα τα παραπάνω, βασική προϋπόθεση είναι η ορθή χρήση της με σύνεση και μέτρο, έχοντας ως γνώμονα τον εργαλειακό χαρακτήρα της τεχνολογίας και το γεγονός ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι το μέσο και όχι ο σκοπός.

4.5. Η έννοια της δημοκρατίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Διαμαρτυρίες, αντιδράσεις, αλλαγές και μετασχηματισμοί στην κοινή γνώμη απαντώνται στις συντονισμένες δυνατότητες των επικοινωνιακών δικτύων. Οι ψηφιακές τεχνολογίες έχουν μεταλλάξει τα διαπροσωπικά δίκτυα σε μαζικές, διαβρωτικές δομές που διαρκώς διοχετεύουν πληροφορίες (Piedrahita, Borge-Holthoefner, Moreno & González-Bailón, 2018: 326)¹³⁸. Η έννοια της δημοκρατίας σήμερα όσο ποτέ άλλοτε, ταλαντεύεται μεταξύ ασυδοσίας, λογοκρισίας, αναρχίας και στο όνομά της οι χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μάχονται όχι μόνο για

¹³⁸ Piedrahita, P., Borge-Holthoefner, J., Moreno, Y. & González-Bailón, S. (2018). The Contagion Effects of Repeated Activation in Social Networks. *Social Networks*, 54, 326-335.

να εκφράσουν ελεύθερα τη γνώμη τους, που είναι και η θεμελιώδης αρχή της δημοκρατίας, αλλά ενίοτε προσπαθούν να την επιβάλουν, να δημαγωγήσουν, να παραπληροφορήσουν. Γι' αυτούς ακριβώς τους λόγους έχει ξεκινήσει μία μεγάλη συζήτηση σχετικά με το κατά πόσο οι χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι ελεύθεροι να εκφράζονται, πώς χρησιμοποιούν την υπερπληροφόρηση που λαμβάνουν για να προάγουν τη δημοκρατία, ποιοι είναι οι μετασχηματισμοί που επιτρέπουν τελικά την πραγμάτωση αυτής στο διαδίκτυο και τέλος ποια είναι τα δικαιώματα και ποιες οι υποχρεώσεις που απορρέουν από την ορθή χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Διάφορες μελέτες που έχουν πραγματοποιηθεί έχουν καταλήξει στο συσχετισμό της απελευθέρωσης των τεχνολογικών επιτευγμάτων, όπως το ίντερνετ, τα κινητά τηλέφωνα, τα social media, με τον αντίκτυπο που έχουν στη δημοκρατία, ενώ σχετικά με τα social media είναι ένα πεδίο που διαρκώς διερευνάται (Flew & Iosifidis, 2020¹³⁹; Jha & Kodila-Tedika, 2019: 1-2¹⁴⁰). Το ίντερνετ δεν είναι απλά ένα εργαλείο εκδημοκρατισμού, αλλά ταυτόχρονα είναι κι ένα όργανο απολυταρχισμού (Aday, Farrell, Lynch, Sides, Kelly & Zuckerman, 2010; Morozov, 2012), γεγονός που μας υποδεικνύει, ότι η σχέση του ίντερνετ, των τεχνολογιών που εξαρτώνται από το ίντερνετ και της δημοκρατίας πιθανόν να εξαρτώνται από άλλους παράγοντες, όπως για παράδειγμα ο ρόλος της κοινωνίας των πολιτών (Jha & Kodila-Tedika, 2019: 2). Ιδιαίτερη αξία έχει η σπουδαιότητα της κοινωνίας των πολιτών, των πολιτικών οργανισμών και των οικονομικών δυνάμεων στα αποτελέσματα της τεχνολογικής προόδου και της δύναμης της δημοκρατίας (Diamond, 2010).

Η σχέση μεταξύ των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και της δημοκρατίας έχει γίνει ακόμα πιο σημαντική υπό το πρίσμα της αντιστροφής που υπάρχει παγκοσμίως στις δημοκρατικές αντιλήψεις. Σύμφωνα με το Freedom House (2019)¹⁴¹, παρατηρείται ότι η ελευθερία που απορρέει από τη δημοκρατία απειλείται σε αρκετές χώρες παγκοσμίως με τις Η.Π.Α. να είναι ανάμεσα σε αυτές. Όσον αφορά στην Ελλάδα, έχουμε θετική αποτίμηση από την έρευνα του Freedom House, με τη

¹³⁹ Flew, T. & Iosifidis, P. (2020). Populism, globalization and social media. *The International Communication Gazette*, 82(1), 7-25.

¹⁴⁰ Jha, C. K. & Kodila – Tedika, O. (2019). Does Social Media Promote Democracy? Some Empirical Evidence. *Journal of Policy Modeling*, 1-20.

¹⁴¹ Freedom House, 2019. *Freedom in the World 2019*. Available on: https://freedomhouse.org/sites/default/files/Feb2019_FH_FITW_2019_Report_ForWeb-compressed.pdf

χώρα μας να είναι από τις ελάχιστες, που βλέπουν βελτίωση στα δικαιώματα και τις ελευθερίες που απολαμβάνουν οι πολίτες της (Freedom House, 2019: 16). Ταυτόχρονα οι χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχουν αυξηθεί κατακόρυφα παγκοσμίως από το 1 δισεκατομμύριο το 2010, στα 2,77 δισεκατομμύρια το 2019. Ακόμα κι αν το ίντερνετ δεν είναι διαθέσιμο στον μισό παγκόσμιο πληθυσμό, οι κοινωνικά ενεργοί πολίτες χρησιμοποιούν τόσο το ίντερνετ, όσο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να ξεπεράσουν τις αρχές, να προσεγγίσουν τις μάζες και να μεταλαμπαδεύσουν τις αξίες της δημοκρατίας σε διάφορες χώρες (Jha & Kodila-Tedika, 2019: 2). Τα online κοινωνικά δίκτυα κατέστησαν δυνατό να ανοίξει μία λεωφόρος πληροφοριών προς όλο τον κόσμο, αναγκάζοντας με αυτόν τον τρόπο τις κυβερνήσεις να οπισθοχωρήσουν σε διάφορες χώρες εξαιτίας της διεθνούς λογοκρισίας και των πιέσεων που τους ασκούσαν προς αυτήν την κατεύθυνση (Jha & Kodila-Tedika, 2019: 2).

Οι μελέτες πάνω στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν πληθύνει τα τελευταία 15 χρόνια. Οι ερευνητές ενδιαφέρονται να διερευνήσουν τόσο τις θετικές όσο και τις αρνητικές επιδράσεις τους στην καθημερινή ζωή των πολιτών, αλλά και σε ολόκληρη την κοινωνία. Η πολιτική επικοινωνία έχει εστιάσει στα αποτελέσματα των κοινωνικών μέσων στην πολιτειακή και πολιτική συμμετοχή. Το γεγονός ότι άνθρωποι από όλο τον κόσμο συνδέονται και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τους δίνουν ευκαιρίες για να εκφράζονται και να μοιράζονται ανοιχτά τις ιδέες και τις απόψεις τους, φανερώνει την τρομερή επίδραση που έχουν πάνω στην καθημερινότητα μας, ωστόσο φαίνεται πως δεν έχουν ακόμη καταφέρει να εκπληρώσουν τις δυνατότητές τους, σε ό,τι έχει να κάνει με την διατήρηση και την ενδυνάμωση μιας ενημερωμένης κοινής γνώμης (de Zúñiga, Huber, Strauß, 2018)¹⁴². Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν τη δυναμική να υιοθετούν τις δημοκρατικές αρχές σε διάφορες εκφάνσεις τους. Για παράδειγμα, οι πολίτες μπορούν να έχουν πρόσβαση στις ειδήσεις, είτε εκούσια είτε ακούσια, το οποίο αποτιμάται θετικά ως προς τη συμμετοχή τους στα πολιτικά, κοινωνικά και πολιτιστικά δρώμενα. Επιπλέον, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δίνουν το έναυσμα για πολιτική έκφραση, που είναι

¹⁴² De Zúñiga, G., Huber, B. & Strauß, N. (2018). Social Media and Democracy. *El Profesional de la Informacion*, 27(6). 1172-1180.

ουσιώδης για την ενασχόληση με την πολιτική¹⁴³, ενώ επιτρέπουν το διαμοιρασμό ιδεών και πληροφοριών ταυτόχρονα σε πληθώρα αποδεκτών. Μία ακόμη έκφανση της δημοκρατίας είναι το γεγονός ότι τα άτομα έρχονται σε επαφή με άλλους πολίτες που ενδεχομένως να έχουν μερικώς ή πλήρως διαφορετικές απόψεις και μέσω της συζήτησης ή και ακόμα της αντιπαράθεσης προάγεται ο διάλογος και η αποδοχή¹⁴⁴. Επίσης αυτό που έχει ιδιαίτερη σημασία είναι πως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι φιλικές προς το χρήστη πλατφόρμες που καλλιεργούν καθημερινά την πολιτική έκφραση σε μία πιο απτή και προσβάσιμη φόρμουλα κορυφώνοντας την αρχή της συμμετοχής¹⁴⁵. Ένας προβληματισμός όμως που ανακύπτει δε μας επιτρέπει να εκθειάσουμε περαιτέρω τη συμβολή τους στην πρόοδο, την εξέλιξη και διαιώνιση των αρχών και των αξιών της δημοκρατίας και αυτός έχει να κάνει με το γεγονός, ότι ενώ οι αισιόδοξοι ήλπιζαν πως τα online κοινωνικά μέσα θα οδηγήσουν σε μία νέα εποχή, όπου οι πληροφορίες θα ρέουν άφθονες προς όφελος των πολιτών και θα προοδεύουμε εξαιτίας της συμμετοχής μας σε μία κοινωνία της πληροφορίας, κάτι τέτοιο δε διαφαίνεται, όπως υποστηρίζουν οι Cacciatore, Yeo, Scheufel, Xenos, Brossard & Corley (2018), καθώς στη μελέτη τους καταλήγουν πως οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης και συγκεκριμένα το Facebook έχει αρνητικό πρόσημο στο συσχετισμό με την πολιτική γνώση. Βέβαια πάντα υπάρχει και ο αντίλογος που δείχνει μεμονωμένες περιπτώσεις πράγματι να λαμβάνουν τέτοιου είδους γνώση όταν εκτίθενται σε πληροφορίες μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης¹⁴⁶.

Για αρκετές δεκαετίες θεματοφύλακες της δημοκρατίας ήταν οι ρεπόρτερς και οι δημοσιογράφοι, οι οποίοι συνέλεγαν τις απαιτούμενες πληροφορίες για διάφορα πεδία ενδιαφέροντος του κοινού που διάβαζε εφημερίδες και περιοδικά, είτε παρακολουθούσε ειδήσεις στην τηλεόραση. Ο κλάδος αυτός είχε πρόσβαση σε πληροφορίες μέσω των πηγών του και είχε τη σοφία να επιλέξει ποιες από αυτές θα πρέπει να φτάσουν στο κοινό και ποιες όχι με απώτερο σκοπό την προστασία του κοινού κατά προτεραιότητα, προστατεύοντάς το από τη δημαγωγία και από κακόβουλες παραπλανητικές ειδήσεις τις οποίες φίλτραραν και αποφάσιζαν εάν θα

¹⁴³ όπ. παρ.

¹⁴⁴ όπ. παρ.

¹⁴⁵ όπ. παρ.

¹⁴⁶ όπ. παρ.

πρέπει να δουν το φως της δημοσιότητας ή όχι (Kent, 2013: 338)¹⁴⁷. Μέχρι και τη δεκαετία του 1980 που τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας ήταν περιορισμένα, οι δημοσιογράφοι είχαν σημαντικότερο ρόλο στη διασφάλιση της δημοκρατίας και γι' αυτό δεν ήταν τυχαία η αναφορά στον Τύπο ως «τέταρτη εξουσία»¹⁴⁸.

Οι κοινωνικές ανακατατάξεις που έχουν επέλθει από την είσοδο της τεχνολογίας στην καθημερινή μας ζωή είναι αναπόφευκτες. Κάθε καινούρια τεχνολογία είτε σε λογισμικό, είτε σε υλισμικό, επιφέρει αλλαγές στον πυρήνα της δημοκρατικής επικοινωνίας. Προς το παρόν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιούνται κατά κύριο λόγο ως εργαλεία marketing και διαφήμισης, ενώ στην πραγματικότητα οι επαγγελματίες της επικοινωνίας μπορούν να αξιοποιήσουν τα νέα μέσα σε χιλιάδες άλλες δραστηριότητες, όπως η επίλυση προβλημάτων, η βελτίωση του σχεδιασμού, οικοδόμηση σχέσεων¹⁴⁹.

Τα κοινωνικά δίκτυα, οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, οι ιστοσελίδες micro blogging είναι ένα νέο πεδίο έρευνας, αλλά πολλά υποσχόμενο, που αφορά κατά κύριο λόγο την αναπτυσσόμενη Δύση, ωστόσο όμως γίνονται αρκετά βήματα και στην Ανατολή με την Αραβική Άνοιξη να είναι ένα καλό παράδειγμα της επίδρασης τους στην πολιτική της χωρών της Μέσης Ανατολής (Finau, Kant, Logan, Prasad, Tarai & Cox 2014: 2)¹⁵⁰. Συγκεκριμένα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δίνουν την ευκαιρία σε πολιτικούς ακτιβιστές να εκφράσουν τα παράπονά τους, να οργανώσουν και να συντονίσουν διαμαρτυρίες, καθώς επίσης και να μοιραστούν με όλον τον κόσμο το δρόμο προς τη δημοκρατία¹⁵¹. Βλέπουμε λοιπόν πως οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης διαδραματίζουν έναν σημαντικότερο ρόλο στην εγκαθίδρυση της δημοκρατίας και την εδραίωση των βασικών αρχών και αξιών της, ακόμα και σε χώρες που έχουν βαθιά ριζωμένα καθεστώτα απολυταρχικά με θεοκρατικές και θρησκευτικές πεποιθήσεις ζυμωμένες με το πολιτικό και κοινωνικό γίγνεσθαι. Ακόμα κι αν υπάρχει μακρύς δρόμος προς την ολοκλήρωση του δημοκρατικού ονείρου στην

¹⁴⁷ Kent, M. L. (2013). Using Social Media Dialogically: Public Relations Role in Serving Democracy. *Public Relations Review*, 39, 337-345.

¹⁴⁸ όπ. παρ.

¹⁴⁹ όπ. παρ.

¹⁵⁰ Finau, G., Kant, R., Logan, S., Prasad, A., Tarai, J. & Cox, J. (2014). Social Media and e-Democracy in Fiji, Solomon Islands and Vanuatu. *Twentieth Americas Conference on Information Systems*, Savannah, USA.

¹⁵¹ όπ. παρ.

Ανατολή, ωστόσο οι διαδικτυακές πλατφόρμες βάζουν το λιθαράκι τους προς την κατεύθυνση αυτή.

Η συμμετοχή είναι έννοια συνυφασμένη με τη δημοκρατία, ενώ οι έρευνες δείχνουν πως οι χρήστες των κοινωνικών δικτύων φαίνεται πως είναι ενεργοί τόσο online όσο και offline. Σύμφωνα με τους Gil de Zúñiga, Veenstra, Vraga & Shah (2010)¹⁵², η online και offline συμμετοχή στην πολιτική είναι δύο όψεις του ίδιου νομίσματος. Αυτή η υβριδική συμμετοχή καταφέρνει να συγκεράσει τον εικονικό με τον πραγματικό κόσμο σε όρους πολιτικής σύμπλεξης και δράσης. Πλέον μιλάμε για μία «ψηφιακή δημοκρατία» (Gil de Zúñiga et al., 2010: 45). Το διαδίκτυο παρέχει νέους τρόπους με τους οποίους οι πολίτες μπορούν να ασχοληθούν και να συμμετέχουν στην πολιτική ζωή της χώρας τους, χωρίς να υπάρχει διάκριση στο ποιο είδος συμμετοχής είναι επικρατέστερο και αποτελεσματικότερο. Τα άτομα που χρησιμοποιούν τα παραδοσιακά μέσα για την ενημέρωση και τη συμμετοχή τους (έντυπος τύπος, τηλεόραση, ραδιόφωνο) είναι οπωσδήποτε σημαντικοί δείκτες ενεργών πολιτών, όμως και οι χρήστες των διαδικτυακών πηγών ενημέρωσης και συμμετοχής φαίνεται πως είναι επίσης το ίδιο ενεργοί, απλώς χρησιμοποιούν διαφορετικούς τρόπους και μέσα εκτός των παραδοσιακών. Οι Hall, Tinati & Jennings (2018)¹⁵³ μελέτησαν δύο γεγονότα της παγκόσμιας πολιτικής σκηνής, την εκλογή του Trump στο αξίωμα του Προέδρου των Η.Π.Α. και την έξοδο της Μεγάλης Βρετανίας από την Ευρωπαϊκή Ένωση, γνωστή ως Brexit, σε συνάρτηση με τη συμμετοχή των πολιτών, την έκφραση των απόψεών τους, την πρόσβαση, το διαμοιρασμό πληροφοριών και τη σύνδεση των γεγονότων σε Facebook και Twitter. Παρά το γεγονός ότι ο κόσμος ασχολήθηκε ιδιαιτέρως και με τα δύο πολιτικά γεγονότα, φάνηκε πως οι απόψεις των χρηστών δεν μπορούν απαραίτητως να εκφράσουν την κοινή γνώμη στο σύνολό της, ούτε να προβλέψουν την ψήφο του κοινού. Ωστόσο, οι διάλογοι μεταξύ των χρηστών και η διάδραση μεταξύ τους έδειχνε ποιο θα είναι το πραγματικό αποτέλεσμα και στα δύο πολιτικά γεγονότα (Hall et al., 2018: 25).

¹⁵² Gil de Zúñiga, H., Veenstra, A., Vraga, E. & Shah, D. (2010). Digital Democracy: Reimagining Pathways to Political Participation. *Journal of Information Technology & Politics*, 7, 36-51.

¹⁵³ Hall, W., Tinati, R. & Jennings, W. (2018). From Brexit to Trump: Social Media's Role in Democracy. *IEEE Computer Society*, 51(1), 18-27.

Η δημοκρατία είναι ένας ζωντανός οργανισμός, όπως όλοι οι θεσμοί. Ως ζωντανός οργανισμός μεταλλάσσεται, εξελίσσεται, αναπτύσσεται και προοδεύει, ακολουθεί τις νόρμες μίας νέας εποχής, στην οποία η τεχνολογία κυριαρχεί και οι πολίτες μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχουν ανακαλύψει νέους τρόπους συμμετοχής στα κοινά, πιο εύκολους, πιο γρήγορους. Η δημοκρατία δεν κινδυνεύει από τα SNS, όπως φαίνεται από τη βιβλιογραφία, όμως προάγεται μέσω αυτών; Οι αξίες και οι αρχές της συνεχίζουν να οδηγούν τους πολιτικούς και να καθοδηγούν τους πολίτες; Αυτή είναι μία συζήτηση σε εξέλιξη, καθώς τα κοινωνικά μέσα είναι ένα νέα φαινόμενο που ερευνάται, και σίγουρα έχει θετικά όσο αρνητικά αποτελέσματα στην καθημερινότητά μας, ωστόσο δεν μπορούμε να αγνοήσουμε πως η ευκολία και η ταχύτητα δίνουν την ευκαιρία σε ανθρώπους να συμμετέχουν περισσότερο στην κοινωνική και πολιτική ζωή του τόπου τους. Η πολυφωνία που υπάρχει στο διαδίκτυο, ο διάλογος ακόμα και σε περιπτώσεις έντονης διαφωνίας, η έκφραση ιδεών και απόψεων, η αποδοχή και η κριτική της υπερπληθώρας πληροφοριών σίγουρα είναι εκφάνσεις της δημοκρατίας. Απέναντι βέβαια μπορούμε να αντιτάξουμε την παραπληροφόρηση, τη δημαγωγία και την οκνηρία των πολιτών, οι οποίοι ναι μεν συμμετέχουν μέσω του υπολογιστή τους στα κοινά, όμως δεν πρέπει να ξεχνάμε πως η πραγματική συμμετοχή πραγματώνεται μέσα από δημοκρατικές διαδικασίες. Για παράδειγμα μπορούμε να εκφράζουμε διαδικτυακά όσο θέλουμε την άποψή μας για ένα πολιτικό κόμμα, όμως η πραγματική κρίση έρχεται την ώρα της κάλπης στην πραγματική ζωή. Συνεπώς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παίζουν καθοριστικό ρόλο στην πραγμάτωση της δημοκρατίας, όμως οι πολίτες θα πρέπει να ενεργοποιούνται τόσο στον εικονικό όσο και στον πραγματικό κόσμο, εάν επιζητούν την ουσιαστική συμμετοχή στην πολιτική και κοινωνική ζωή.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο

5. Παιδική ηλικία και Νέες Τεχνολογίες – Έρευνες

5.1. Παιδιά και έφηβοι χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης

Το Διαδίκτυο, έχει επιφέρει συνταρακτικές αλλαγές σε όλες τις εκφάνσεις της καθημερινότητας των ατόμων. Σίγουρα αποτελεί το πιο χρήσιμο εργαλείο τόσο στην επαγγελματική όσο και στην προσωπική και κοινωνική μας ζωή. Χρησιμοποιείται για την επικοινωνία, την ενημέρωση, για το ηλεκτρονικό εμπόριο, τη διαφήμιση, την έκφραση θέσεων, ιδεών και απόψεων, την εκπαίδευση, την ψυχαγωγία. Μέσω του Διαδικτύου πραγματοποιούνται τραπεζικές συναλλαγές με το πάτημα ενός κουμπιού, γίνονται αγοραπωλησίες, υπάρχει πρόσβαση σε όλες τις βιβλιοθήκες του κόσμου και κατ' επέκταση στην πανανθρώπινη γνώση. Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι το διαδίκτυο είναι φτιαγμένο από ενήλικες για ενήλικες. Όμως δε χρησιμοποιείται μόνο από αυτούς, οι έρευνες δείχνουν ότι το ίντερνετ χρησιμοποιείται από όλο και χαμηλότερες ηλικίες, καθώς τα παιδιά έχουν εύκολη, γρήγορη και άμεση πρόσβαση σε αυτό από τις συσκευές των γονιών τους, pc, laptop, smartphone, tablet. Κάποτε πίσω στη δεκαετία του 1980 οι γονείς θαύμαζαν τις ικανότητες των παιδιών τους να χρησιμοποιούν το VCR (video), σήμερα τα παιδιά χρησιμοποιούν με εξαιρετική ευκολία κάθε τεχνολογικό επίτευγμα, ακόμα και σε ηλικίες που δε γνωρίζουν, γραφή και ανάγνωση με τη δύναμη της εικόνας κι ένα πάτημα σε touch screen να τα οδηγεί.

Η παιδική ηλικία είναι μία σχετικά καινούρια κοινωνική κατασκευή. Έκανε την εμφάνισή της στις αρχές του 18 αιώνα, καθώς μέχρι τότε τα παιδιά θεωρούνταν ενήλικες σε μικρογραφία, χωρίς να υπόκεινται σε ειδικούς περιορισμούς, όρια και αποκλίσεις (Aries, 1962). Τα παιδιά συνήθως παρουσιάζονται ως παθητικοί αποδέκτες και μιμητές καταστάσεων αλλά και μιας κοινωνικής πραγματικότητας, ωστόσο διαφοροποιούνται από τους ενήλικες, καθώς οι δύο αυτές κατηγορίες διαχωρίζονται εξαιτίας των ορίων και των περιορισμών που διέπει την καθεμία (Αυγητίδου & Χατζηλιαμή, 2005)¹⁵⁴. Τα παιδιά μεγαλώνουν σε έναν ενήλικο κόσμο και δεν γίνεται να μην επηρεαστούν από αυτόν. Η αξία της εικόνας στην παιδική ηλικία είναι αδιαμφισβήτητη και ο καταϊγισμός ερεθισμάτων που λαμβάνουν σήμερα επηρεάζει τα κοινωνικά χαρακτηριστικά που φέρει. Η τεχνολογική γνώση μέσα στην οποία γεννιούνται τα παιδιά συγκροτεί ένα πολιτιστικό πλαίσιο μέσα στο οποίο αναπτύσσουν ικανότητες σε άτυπα ή τυπικά περιβάλλοντα μάθησης

¹⁵⁴ Αυγητίδου, Σ. & Χατζηλιαμή, Μ. (2005). Η Εικόνα της Παιδικής Ηλικίας στον Διαφημιστικό Λόγο και τα Παιδιά ως Ενεργητικοί Αποδέκτες της. Στο Ουρανία Κωνσταντινίδου – Σέμογλου (Επιμ.) *Εικόνα και Παιδί – Icon and Child*. (291-299). Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Cannot Not Design Publications.

(Κασσωτάκης, 2001: 26¹⁵⁵; Τσιτουρίδου, 2005: 539¹⁵⁶). Οι δυνατότητες όμως που προσφέρει η κοινωνία της πληροφορίας δεν περιορίζεται μόνο στον εμπλουτισμό των γνώσεων, αλλά ταυτόχρονα τους δίνει νέους τρόπους εκμάθησης και αντίληψης των πραγμάτων πέρα των σχολικών συνόρων. Η πρόσβαση των παιδιών στον ψηφιακό κόσμο παρέχει δυνατότητες αλληλεπίδρασης με εικόνες και λέξεις, ενώ η «γραμμική και προκαθορισμένη πορεία ανακάλυψης της πληροφορίας εγκαταλείπεται» (Dressang & McClelland, 1999). Τα τεχνολογικά επιτεύγματα είναι ιδιαίτερως δημοφιλή τόσο στο χώρο της εκπαίδευσης, όσο και της ψυχαγωγίας και η δυνατότητα αλληλεπίδρασης μεταξύ τους καθιστά τα επιτεύγματα αυτά ακόμη πιο δημοφιλή, καθώς τα παιδιά υιοθετούν χωρίς κριτική ματιά αυτά που τους προσφέρονται, αξιοποιώντας στο έπακρο όλες τις δυνατότητες των νέων τεχνολογιών. Σκοπός τόσο των γονέων, όσο και των εκπαιδευτικών αποτελεί η σωστή χρήση της τεχνολογίας και κυρίως του διαδικτύου, καθώς η δημιουργικότητα που αποτελεί και το ζητούμενο, στο διαδίκτυο δεν είναι αυτονόητη, ακόμη κι αν είναι το μεγαλύτερο, ταχύτερο, πληρέστερο και πιο άμεσο μέσο επικοινωνίας – πληροφόρησης – ενημέρωσης (Κατερέλος & Παπαδόπουλος, 2009)¹⁵⁷.

Οι χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δεν έχουν περιορισμούς στην ηλικία, παρά μόνο τυπικούς. Οι ιστοσελίδες αυτές μπορούν να χρησιμοποιηθούν από κάθε άνθρωπο, ανεξαρτήτως φύλου, εθνικότητας, θρησκείας και ηλικίας. Ωστόσο όπως είδαμε και στις παραπάνω έρευνες η ομάδα ανθρώπων που χρησιμοποιεί τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι κατά κύριο λόγο οι έφηβοι και οι νεαροί ενήλικες, προφανώς, διότι έχουν μεγαλύτερη εξοικείωση με τα τεχνολογικά επιτεύγματα έναντι των υπολοίπων ηλικιακών ομάδων που δεν ήρθαν σε επαφή με τέτοιου είδους τεχνολογία παρά μόνο τα τελευταία χρόνια και φαίνεται πως ακόμη προτιμούν τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας.

¹⁵⁵ Κασσωτάκης, Μ. (2001). Το επίσημο και το παράλληλο σχολείο: σχέση ανταγωνιστική ή συμπληρωματική; Στο Π. Χαραμής (Επιμ.), *Η αξιοποίηση των ΜΜΕ στο σχολείο: Δυνατότητες – Όρια – Προοπτικές*, (23-34). Αθήνα: Εκδόσεις της Σχολής Ι. Μ. Παναγιωτόπουλου.

¹⁵⁶ Τσιτουρίδου, Μ. (2005). Αλληλεπιδραστικότητα και Περιβάλλον Πολυμέσων. Στο Ουρανία Κωνσταντινίδου – Σέμογλου (Επιμ.) *Εικόνα και Παιδί – Icon and Child*. (537-553). Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Cannot Not Design Publications.

¹⁵⁷ Κατερέλος, Ι. & Παπαδόπουλος, Π. (2009). *Οι έφηβοι και το ίντερνετ. Ασφαλής και δημιουργική χρήση*. Αθήνα: Καστανιώτης.

Από το 2005 και μετά τόσο στις Η.Π.Α., όσο και σε αρκετές άλλες χώρες τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης άρχισαν να χρησιμοποιούνται από ολοένα και μικρότερες ηλικίες με τα παιδιά και τους εφήβους να περνούν αρκετές ώρες στο My Space και το Facebook, γεγονός που γέννησε κάποιους προβληματισμούς στην επιστημονική κοινότητα σχετικά με τι κάνει τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης τόσο δημοφιλείς στα παιδιά, πώς αυτές οι ιστοσελίδες έγιναν μέρος της καθημερινότητάς τους, οι διαδικτυακές τους φιλίες μοιράζονται τις ίδιες αξίες με τις πραγματικές προσωπικές τους φιλίες (Boyd, 2008)¹⁵⁸; Αρχικά αυτό που ένωσε όλους τους εφήβους παγκοσμίως υπό τη σκέπη του My Space ήταν η αγάπη τους για τη μουσική και τα κοινά ενδιαφέροντα που προκύπτουν από αυτή. Αυτή ακριβώς την αγάπη των εφήβων αφουγκράστηκαν διάφορα μουσικά συγκροτήματα και μπάντες, που στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης βρήκαν έναν «τόπο», έστω και διαδικτυακό για να ενώσουν τους θαυμαστές τους και να προμοτάρουν τα καινούρια τους μουσικά εγχειρήματα¹⁵⁹. Έτσι λοιπόν οι νεαροί χρήστες άρχισαν να χρησιμοποιούν το My Space και ταυτόχρονα άρχισαν να καλούν και φίλους τους να το χρησιμοποιήσουν, ακόμα κι αν δεν είχαν ιδιαίτερη σχέση με τη μουσική. Αυτό που είναι αξιοσημείωτο ωστόσο, όπως επισημαίνει και η Boyd (2008), είναι πως ενώ οι μεγαλύτεροι σε ηλικία χρήστες είχαν την τάση να δημιουργούν online κοινωνικά δίκτυα και να συνάπτουν νέες κοινωνικές σχέσεις με αγνώστους, οι έφηβοι χρησιμοποίησαν εντελώς διαφορετική στρατηγική κοινωνικοποίησης επιλέγοντας γνωστούς και φίλους από την πραγματική τους ζωή για να επικοινωνούν και μέσω των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης.

Ένας επιπλέον παράγοντας που ενισχύει τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από τους εφήβους είναι και τα διαδικτυακά παιχνίδια. Το online gaming είναι ιδιαιτέρως αγαπητό σε παιδιά και εφήβους αφού κάνουν μία δραστηριότητα που αγαπούν προφανώς λόγω ηλικίας, το παιχνίδι, αλλά ταυτόχρονα μπορούν να επικοινωνούν και με τους φίλους τους (Hayman, 2016)¹⁶⁰. Μπορούν να παίζουν ταυτόχρονα σε ίδιες πλατφόρμες χωρίς να βρίσκονται καν στον ίδιο χώρο, ούτε καν

¹⁵⁸ Boyd, D. (2008). Youth, Identity and Digital Media. Στο David Buckingham, (Επιμ.), *The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning*. (118-142). Cambridge: The MIT Press.

¹⁵⁹ όπ. παρ.

¹⁶⁰ Hayman, S. (2016). *Μεγαλώνοντας χαρούμενους εφήβους*. Αθήνα: ΒΗΤΑ Ιατρικές Εκδόσεις ΜΕΠΕ.

στην ίδια ήπειρο. Χαρακτηριστική ήταν η περίπτωση του FarmVille, ένα διαδικτυακό παιχνίδι στο οποίο οι χρήστες έκαναν τις καθημερινές δουλειές της φάρμας τους, όπως να φυτεύουν οπωρολαχανικά, να διατηρούν φάρμες ζώων κ.ά. Η επιτυχία του FarmVille ήταν τόσο μεγάλη που το 2009 μετρούσε 85 εκατομμύρια χρήστες σε όλο τον κόσμο (Burroughs, 2014: 152)¹⁶¹. Στο παιχνίδι αυτό μπορούσε κανείς να καλέσει τους φίλους, την οικογένειά του, ολόκληρο το online κοινωνικό του δίκτυο να δημιουργήσουν τη δική τους εικονική γειτονιά. Αυτό το διαδικτυακό φαινόμενο ένωσε εκατομμύρια χρήστες καθιστώντας το Facebook από μία απλή ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης σε μία οδό για να χρησιμοποιήσουμε το ίντερνετ. Μέσω του Facebook κοινωνούμε τη ροή του διαδικτύου και την κυρίαρχη κουλτούρα μέσω της κοινωνικής δικτύωσης και του παιχνιδιού¹⁶².

Τα διαδικτυακά παιχνίδια είναι μία δραστηριότητα που πολλά παιδιά επιλέγουν σε όλο τον κόσμο. Συγκεκριμένα στην έρευνα της EU KIDS Online (2010)¹⁶³ η συντριπτική πλειοψηφία των παιδιών (83%) σε ηλικίες 9 έως 16 ετών παίζουν διαδικτυακά παιχνίδια, ενώ μάλιστα το 44% παίζει και με συμπαίκτες. Στην ίδια έρευνα το παιχνίδι στο διαδίκτυο καταλαμβάνει τη δεύτερη θέση μεταξύ των δραστηριοτήτων που επιλέγουν τα παιδιά. Όσον αφορά στην Ελλάδα το 92% έχει παίξει τουλάχιστον μία φορά κάποιο online παιχνίδι, ενώ το 37% επιλέγουν να παίζουν καθημερινά είτε με συμπαίκτες είτε όχι. Αυτό που έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον στην έρευνα αυτή είναι τα παιχνίδια με συμπαίκτες είναι ιδιαίτερος δημοφιλής στα παιδιά που δεν έχουν αδέρφια, γεγονός που υποδεικνύει την ανάγκη των παιδιών για επικοινωνία με συνομήλικούς τους, αλλά και συντροφικότητα (Τζαβέλα, 2012; Τζαβέλα & Καπανιάρης, 2019: 28-29)¹⁶⁴. Σχετικά με το φύλο των παιδιών που επιλέγουν το online gaming η προτίμηση των αγοριών είναι εμφανής έναντι των

¹⁶¹ Burroughs, B. (2014). Facebook and FarmVille: A Digital Ritual Analysis of Social Gaming. *Games and Culture*, 9(3), 151-166.

¹⁶² όπ. παρ.

¹⁶³ Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A. & Ólafsson, K. (2010). *Technical report and user guide: the 2010 EU kids online survey*. Available on:

https://www.researchgate.net/publication/313011384_Technical_report_and_user_guide_the_2010_EU_kids_online_survey

¹⁶⁴ Τζαβέλα, Ε. & Καπανιάρης, Α. (2019). Διαδικτυακά Παιχνίδια. Στο Άρτεμις Τσίτσικα και Αλέξανδρος Κοπανιάρης (Επιμ.), *Ψηφιακή Γενιά. Χρήση της Τεχνολογίας από παιδιά και εφήβους* (27-39). Αθήνα: Εκδόσεις Πεδίο.

κοριτσιών, ενώ όσον αφορά στην ηλικία τους, τα παιδιά 8 έως 13 ετών παίζουν περισσότερο στο διαδίκτυο, με μία προτίμηση στα βίαια παιχνίδια στην προεφηβεία, ενώ φαίνεται πως οι έφηβοι μεγαλύτερης ηλικίας παίζουν λιτότερο μεν, αλλά μεγαλύτερος σε διάρκεια δε (Τζαβέλα, 2012; Τζαβέλα & Καπανιάρης, 2019).

Στην Ερευνητική Έκθεση (2019) του Εργαστηρίου Κοινωνικού Επιστημών του Παιδαγωγικού Τμήματος Δημοτικής Εκπαίδευσης του Ε.Κ.Π.Α. με τίτλο «Σύγχρονες τάσεις στην παραγωγή Πολιτιστικού Προϊόντος για Παιδιά και Νέους στην Ελλάδα την περίοδο της οικονομικής κρίσης», οι ερευνητές επισημαίνουν την ολοένα και αυξανόμενη δραστηριοποίηση των παιδιών στο διαδίκτυο, με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τα SNS να βρίσκονται στην πρώτη θέση των προτιμήσεών τους με το ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό της τάξης του 87,5% του συνολικού πληθυσμού της χώρας (ΕΛ.ΣΤΑΤ., 2015). Τα παιδιά και οι νέοι είναι ενεργοί χρήστες με τις ηλικίες που πρωταγωνιστούν να είναι από 16 έως 24 ετών και το συντριπτικό 91,9% να χρησιμοποιεί καθημερινά σχεδόν το Δίκτυο (ΕΛ.ΣΤΑΤ., 2015). Στο σημείο που δίνεται ιδιαίτερη βαρύτητα στην Ερευνητική Έκθεση του Εργαστηρίου Κοινωνικών Ερευνών (2019) είναι οι κίνδυνοι που αντιμετωπίζουν τα παιδιά σε αυτές τις ηλικίες από τη χρήση του Διαδικτύου και για το λόγο αυτό θα πρέπει να έχουν περιορισμένη και στοχευμένη πρόσβαση, αφού το cyber bullying, το grooming και διάφορες επικίνδυνες πλατφόρμες υποκρύπτουν σοβαρούς κινδύνους που απειλούν ακόμα και τη ζωή των παιδιών.

Στην «Πανελλήνια έρευνα για τις συμπεριφορές που συνδέονται με την υγεία των εφήβων μαθητών»¹⁶⁵ που διεξήχθη το 2018 στο πλαίσιο του διεθνούς προγράμματος «Health Behaviour in School – Aged Children» υπό την αιγίδα του HBSC/WHO συμμετείχαν συνολικά 227.441 μαθητές από 45 χώρες της Ευρώπης και της Βόρειας Αμερικής. Τα αντιπροσωπευτικά δείγματα των μαθητών βρίσκονταν σε ηλικίες 11, 13 και 15 χρονών καλύπτοντας έτσι τόσο το δημοτικό, όσο και το γυμνάσιο και το λύκειο. Συγκεκριμένα στη χώρα μας, συμμετείχαν 3.845 μαθητές από 238 σχολικές μονάδες σε όλη την Ελλάδα. Το εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε για την

¹⁶⁵ Καναβού, Ε., Σταύρου, Μ., Φωτίου, Α. & Κοκκέβη, Α. (2020). Οι έφηβοι στην Ελλάδα και στις 44 χώρες του προγράμματος HBSC/WHO 2018. *Σειρά θεματικών τευχών: Έφηβοι, Συμπεριφορές και Υγεία*. Ερευνητικό Πανεπιστημιακό Ινστιτούτο Ψυχικής Υγείας, Νευροεπιστημών & Ιατρικής Ακριβείας «Κώστας Στεφανής».

έρευνα ήταν το ερωτηματολόγιο, το οποίο και χορηγήθηκε κατά το πρώτο εξάμηνο του 2018 με σκοπό να καταγράψει και να συγκρίνει διάφορες παραμέτρους που σχετίζονται με την ψυχική υγεία των εφήβων, τη συμπεριφορά τους, τις καθημερινές τους συνήθειες σε σχέση με τη διατροφή τους, τις σχέσεις τους με την οικογένειά τους, το σχολείο, τους φίλους τους, αλλά και τη χρήση του διαδικτύου και συγκεκριμένα τη σχέση τους με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Τα αποτελέσματα της εν λόγω έρευνας φωτίζουν ιδιαίτερα τη σχέση των παιδιών με τα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας και κυρίως με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Συγκεκριμένα, στην ερώτηση για το πόσο συχνά επικοινωνούν με φίλους, γονείς ή άλλους με τα ηλεκτρονικά μέσα που διαθέτουν παρατηρούμε, πως οι 11χρονοι μαθητές αναφέρουν πως έχουν πολύ συχνή επικοινωνία, ενώ όσο ανεβαίνουν οι ηλικίες η ηλεκτρονική επικοινωνία είναι σαφέστατα συχνότερη με αποκορύφωμα τα κορίτσια στην ηλικία των 15 χρονών που φτάνουν σε ποσοστό το 42%, ωστόσο σε σχέση με το μέσο όρο των υπολοίπων χωρών η χώρα μας έχει πιο χαμηλό ποσοστό έναντι του 46% που αγγίζουν οι υπόλοιπες συμμετέχουσες χώρες¹⁶⁶. Στην ίδια ηλικία, τα αγόρια της Ελλάδας επικοινωνούν με ηλεκτρονικά μέσα σε ποσοστό 37% , σε αντίθεση με το 36% των υπολοίπων χωρών. Σε αρκετά χαμηλό ποσοστό δείχνουν οι Έλληνες έφηβοι να προτιμούν κυρίως την επικοινωνία μέσω διαδικτύου έναντι της προσωπικής. Μάλιστα, στα 11χρονα παιδιά και κυρίως στα κορίτσια φαίνεται, πως μόλις το 5% προτιμάει κυρίως την επικοινωνία με ηλεκτρονικά μέσα, ενώ στις υπόλοιπες χώρες το ποσοστό αυτό ανέρχεται στο 8%¹⁶⁷. Όσον αφορά στα 13χρονα παιδιά τα ποσοστά των Ελλήνων μαθητών είναι και πάλι μικρότερα από αυτά του μέσου όρου των υπολοίπων συμμετεχουσών χωρών, όπως επίσης και στα παιδιά ηλικίας 15 ετών είναι υποδιπλάσια σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες (8% για τα ελληνόπουλα αγόρια έναντι 17% των υπολοίπων και 6% για τα ελληνόπουλα κορίτσια έναντι 16% των υπολοίπων χωρών)¹⁶⁸. Επιπλέον, σύμφωνα με τους ερευνητές το οικονομικό επίπεδο των οικογενειών των εφήβων δε φαίνεται να σχετίζεται με την προτίμηση στα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας στα 4/5 των χωρών μέσα στις οποίες βρίσκεται και η χώρα μας. Τέλος, σχετικά με την προβληματική

¹⁶⁶ Οπ. παρ.

¹⁶⁷ Οπ. παρ.

¹⁶⁸ Οπ. παρ.

χρήση των ιστοσελίδων, τα ποσοστά σε όλες τις χώρες που συμμετέχουν στην έρευνα είναι αρκετά χαμηλά στις μικρότερες ηλικίες, (5% για τα αγόρια και 3% για τα κορίτσια της χώρας μας, έναντι του 6% των αγοριών και του 5% των κοριτσιών των υπολοίπων συμμετεχόντων μαθητών)¹⁶⁹. Τα αντίστοιχα ποσοστά ανεβαίνουν για την ηλικία των 13 ετών με τους Έλληνες μαθητές να φτάνουν το 9% έναντι του 7% των υπολοίπων μαθητών και τις Ελληνίδες μαθήτριες να φτάνουν σε αρκετά υψηλότερο του μέσου όρου ποσοστό, 16% έναντι του μόλις 5% των υπολοίπων κοριτσιών. Στην ηλικία των 15 ετών τα αγόρια της χώρας μας φαίνεται πως κάνουν προβληματική χρήση των social media, σε ποσοστό 7%, που συμπίπτει με το ποσοστό του μέσου όρου των υπολοίπων χωρών, ενώ τα κορίτσια της χώρας μας φαίνεται πως δε χρησιμοποιούν σωστά τα social media σε ποσοστό αρκετά μεγαλύτερο του μέσου όρου, δηλαδή 17% έναντι του 10%¹⁷⁰, γεγονός που θα πρέπει να μας προβληματίσει για τους λόγους που συμβαίνει αυτή η κατακόρυφη αύξηση στο διάστημα των ηλικιών από 13 έως 15 ετών .

Σε έρευνα του Ελληνικού Κέντρου Ασφαλούς Διαδικτύου του Ιδρύματος Τεχνολογίας και Έρευνας (2019)¹⁷¹, τα αποτελέσματα σχετικά με τα ελληνόπουλα και τη χρήση του διαδικτύου και των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης αποτυπώνουν τη νέα πραγματικότητα που έχει επιφέρει η επέλαση της τεχνολογίας στη σύγχρονη Ελλάδα. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε 400 δημόσια σχολεία και οι συμμετέχοντες ήταν 14.000 παιδιά και έφηβοι ηλικίας 10 έως 17 ετών (40% μαθητές από την Αθήνα, 20% από τη Θεσσαλονίκη, 21% από το Ηράκλειο, 11% από τη Λάρισα και 8% από την Πάτρα). Το 57% των μαθητών δηλώνει πως ασχολείται με διαδικτυακά παιχνίδια έως και δύο ώρες την ημέρα, το 9% ασχολείται έως και τέσσερις ώρες την ημέρα, ενώ μόλις το 7% παίζει διαδικτυακά παιχνίδια για πάνω από τέσσερις ώρες την ημέρα. Επίσης υπάρχει κι ένα 15% που ασχολείται με το διαδικτυακό παιχνίδι αρκετές ώρες την ημέρα (πάνω από τέσσερις), αλλά μόνο τα σαββατοκύριακα. Όσον αφορά στην κοινωνική δικτύωση η πλειοψηφία των μαθητών δηλώνει πως ασχολείται με τα SNS

¹⁶⁹ Οπ. παρ.

¹⁷⁰ Οπ. παρ.

¹⁷¹ Ε.Κ.Α.Δ. – Ι.Τ.Ε. (2019). *Αποτελέσματα έρευνας του Ελληνικού Κέντρου Ασφαλούς Διαδικτύου του ΙΤΕ σε 14.000 μαθητές για τις συνήθειες και τους κινδύνους που αντιμετωπίζουν στο Δίκτυο*. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <https://saferinternet4kids.gr/press-newsletter/researchresults/>

μέχρι δύο ώρες την ημέρα (63%), ενώ το 13% ασχολείται από τρεις έως τέσσερις ώρες και το 9% πάνω από τέσσερις ώρες την ημέρα. Και σ' αυτήν την περίπτωση υπάρχει ένα 15% που δηλώνει πως ασχολείται με τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για πάνω από τέσσερις ώρες αλλά μόνο τα σαββατοκύριακα.

Στην ίδια έρευνα του Ε.Κ.Α.Δ. – Ι.Τ.Ε. (2019) οι μαθητές δείχνουν την προτίμησή τους στο Youtube, καθώς το 71% παρακολουθεί video καθημερινά για δύο ώρες την ημέρα, το 14% για τρεις έως τέσσερις ώρες και το 10% για πάνω από τέσσερις ώρες την ημέρα. Όσον αφορά την προτίμηση των παιδιών σε κάποιο κοινωνικό δίκτυο, η δημοφιλία του Instagram υπερτερεί του Facebook (33% και 6% αντίστοιχα), με το Youtube να καταλαμβάνει τη δεύτερη θέση (27%), ενώ ακολουθούν το Messenger (12%), το Viber (11%) και το Snapchat (6%). Αυτό που προκαλεί ιδιαίτερη εντύπωση στην έρευνα αυτή είναι ότι τα ελληνόπουλα ξεκινούν να χρησιμοποιούν το διαδίκτυο ήδη από την ηλικία των 7 με 8 ετών (41%) (26% 9-10 ετών, 20% 4-6% και 13% 11-12 ετών). Παρά το γεγονός ότι σύμφωνα με το Ελληνικό Κέντρο Ασφαλούς Διαδικτύου – ΙΤΕ οι μαθητές στην Ελλάδα είναι συνεπείς χρήστες του Διαδικτύου και κυρίως των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης, δε φαίνεται να ελέγχονται από τους γονείς τους, αφού η συντριπτική πλειοψηφία (83%) παραδέχεται πως μπαίνει στο ίντερνετ χωρίς καμία γονική επίβλεψη. Ενδιαφέρον είναι επίσης, ότι τα περισσότερα παιδιά έμαθαν μόνα τους να χρησιμοποιούν το διαδίκτυο (58%) με το 12% να δηλώνει λίγο ή και καθόλου ενημερωμένο για θέματα ασφάλειας στο διαδίκτυο. Αρκετά υψηλό είναι και το ποσοστό των παιδιών που δηλώνει πως μοιράζεται προσωπικό υλικό στο διαδίκτυο (14%), όπως επίσης υψηλό είναι και το ποσοστό των παιδιών που αποδέχεται αιτήματα φιλίας από αγνώστους (41%). Ανησυχητικό ωστόσο είναι το 21% που αφορά παιδιά και εφήβους που έχουν συναντηθεί με κάποιον που γνώρισαν στο Internet.

Στον αντίποδα, το Ε.Κ.Α.Δ. – Ι.Τ.Ε. (2018)¹⁷², πραγματοποίησε έρευνα για τη σχέση των παιδιών με τα κοινωνικά δίκτυα υπό το πρίσμα των γονιών. Το δείγμα ήταν 1.100 χρήστες, ενώ τις περισσότερες φορές απάντησαν οι μητέρες σε ποσοστό 74,67%, ηλικίας 36-60 ετών, με ανώτατη εκπαίδευση που διαμένουν στο σπίτι και

¹⁷² Ε.Κ.Α.Δ. – Ι.Τ.Ε. (2018). *Η σχέση των παιδιών με τα κοινωνικά δίκτυα μέσα από τα μάτια των γονιών*. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <https://saferinternet4kids.gr/press-newsletter/press/survey-press-2018/>

κατά κύριο λόγο διαβιούν σε αστικά κέντρα. Στην έρευνα αυτή παρατηρούμε πως ακόμη κι αν δεν επιτρέπεται η χρήση των κοινωνικών δικτύων από παιδιά κάτω των 13 ετών, ωστόσο τα ηλικιακά αυτά όρια δεν τηρούνται για το 55,86%, ενώ σχετικά με τη χρήση των SNS από τους ίδιους τους γονείς φαίνεται πως οι γυναίκες επισκέπτονται καθημερινά τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης περισσότερο από τους άντρες σε ποσοστό 59%. Σε ερώτηση σχετικά με το πόσο συχνά θεωρούν πως τα παιδιά τους χρησιμοποιούν τις ιστοσελίδες αυτές, οι περισσότεροι γονείς παραδέχτηκαν πως τις χρησιμοποιούν καθημερινά σε ποσοστό 52,73%, έναντι αυτών που θεωρούν πως τις επισκέπτονται συχνά (29,50%), σπάνια (13,70%) ή και καθόλου (4,07%). Παρά το γεγονός ότι οι ίδιοι παρατηρούν πως τα παιδιά να ξεκινούν τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε ηλικίες κάτω των 13 ετών, οι ίδιοι θα προτιμούσαν να αυξήσουν τα όρια ηλικίας στα 15 με 16 χρόνια. Συγκεκριμένα οι γυναίκες εμφανίζονται πιο επιφυλακτικές σε ποσοστό 68% και προτιμούν την αύξηση των ορίων ηλικίας, έναντι του 57% των ανδρών. Για τους γονείς οι δημοφιλέστερες πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιούν τα παιδιά είναι το Viber (62%), το Instagram (55%), το Facebook (45%), ενώ ακολουθούν το Skype (26%), το Snapchat (19%) και το Musically (14%). Στη συντριπτική τους πλειοψηφία θεωρούν πως οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζουν τη διαμόρφωση του χαρακτήρα των παιδιών (83% πανεπιστημιακής εκπαίδευσης και 76% απόφοιτοι Λυκείου), ενώ οι άντρες σε ποσοστό 58% πιστεύουν πως η χρήση τους δεν βελτιώνει τις κοινωνικές δεξιότητες των παιδιών, όπως επίσης και οι γυναίκες σε ποσοστό 44%. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχει το γεγονός ότι το 79,04% των παιδιών δεν έχουν ζητήσει ποτέ τη βοήθεια των γονιών τους για να αντιμετωπίσουν κάποια δύσκολη κατάσταση που ενδεχομένως να έχουν βιώσει κατά τη χρήση του διαδικτύου, όπως επίσης, το 89,37% των γονιών θεωρεί πως τα παιδιά τους δεν έχουν πέσει ποτέ θύματα διαδικτυακού εκφοβισμού. Φαίνεται πάντως πως οι ίδιοι τα εμπιστεύονται σε κάποιο βαθμό, καθώς το 64,80% πιστεύει πως τα παιδιά προστατεύουν τα προσωπικά τους δεδομένα, έναντι του 19,11% που δεν πιστεύει κάτι τέτοιο, ενώ αρκετά σημαντικό είναι και το ποσοστό 16,08% που δηλώνει πως δεν γνωρίζει αν το παιδί του φροντίζει να προστατεύσει τα προσωπικά του δεδομένα.

Στην πιο πρόσφατη έρευνα του Ελληνικού Κέντρου Ασφαλούς Διαδικτύου – ΙΤΕ (2020)¹⁷³ που πραγματοποιήθηκε τον Νοέμβριο και το Δεκέμβριο του 2019 σε περίπου 500 σχολεία των νομών Αττικής (30%), Θεσσαλονίκης (21%), Έβρου (11%), Ιωαννίνων (8%), Ηρακλείου (20%) και Δωδεκανήσων (10%) με δείγμα 13.000 μαθητές ηλικίας 10 έως 17 ετών, μελετώνται οι διαδικτυακές συνήθειες των παιδιών καθώς και ο επηρεασμός τους από τα κοινωνικά δίκτυα και το online gaming. Πιο αναλυτικά τα 2 στα 10 παιδιά του Δημοτικού δε συζητούν με τους γονείς τους θέματα που σχετίζονται με την ασφαλή χρήση του διαδικτύου, όπως επίσης και 4 στα 10 παιδιά του Γυμνασίου και του Λυκείου. Επίσης 4 στα 10 παιδιά δηλώνουν πως οι γονείς τους δεν τους έχουν βάλει όρια στη χρήση του Internet, όπως επίσης το αντίστοιχο συμβαίνει στα 6 στα 10 παιδιά Γυμνασίου και Λυκείου, ποσοστά που είναι αρκετά μεγάλα για τις ηλικίες αυτές.

Όσον αφορά στο πώς συμπεριφέρονται τα παιδιά σχετικά με το περιεχόμενο που ανεβάζουν στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, το 24% των παιδιών Γυμνασίου και Λυκείου δηλώνει πως ανησυχεί για το πόσα like θα πάρει σε κάποια φωτογραφία, το 19% έχει διαγράψει κάποια φωτογραφία που δεν έχει πάρει αρκετά like, ενώ το 28% των παιδιών χρησιμοποιεί φίλτρα ομορφιάς, όταν ανεβάζει φωτογραφικό υλικό. Στην ερώτηση αν τα κοινωνικά δίκτυα κάνουν τα παιδιά πιο ευτυχισμένα ή πιο δυστυχισμένα, το 20% των παιδιών Γυμνασίου και Λυκείου απάντησαν πως τα κοινωνικά δίκτυα τα κάνουν πιο ευτυχισμένα, το 6% πιο δυστυχισμένα, ενώ το 74% απάντησε πως η ευτυχία ή η δυστυχία τους δεν επηρεάζεται από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Τα παιδιά του Δημοτικού φαίνεται πως σε περίπτωση που τα αναστατώσει κάτι κατά τη διάρκεια ενός διαδικτυακού παιχνιδιού θα ενημερώσουν τους γονείς τους σε ποσοστό 70%, ενώ οι μαθητές Γυμνασίου και Λυκείου θα ενημερώσουν τους γονείς του σε ποσοστό 40%, όπως επίσης το 40% απάντησε πως ίσως τους ενημερώσει και το 20% πως δεν θα το πει στους γονείς του σε περίπτωση που συμβεί κάτι που θα τους αναστατώσει. Και σε αυτήν την έρευνα η υπεροχή του Youtube έναντι των άλλων μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι ξεκάθαρη με το 96% των μαθητών του Δημοτικού και το 97% των

¹⁷³ Ε.Κ.Α.Δ. – Ι.Τ.Ε. (2020). *Αποτελέσματα έρευνας 2019-2020 για διαδικτυακές συνήθειες παιδιών, επηρεασμό από κοινωνικά δίκτυα και online gaming*. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <https://saferinternet4kids.gr/nea/apotelesmata-ereynas-19-20/>

μαθητών Γυμνασίου και Λυκείου να δηλώνει πως το επισκέπτεται, ενώ το 59% των παιδιών Δημοτικού χρησιμοποιεί και άλλα κοινωνικά δίκτυα με το ποσοστό στην αντίστοιχη ερώτηση σε παιδιά μεγαλύτερων ηλικιών να φτάνει στο υψηλότερο 94%. Όσον αφορά στο πώς διαχειρίζονται τα παιδιά το προφίλ τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι 3 στους 10 μαθητές του Δημοτικού έχουν δημόσιο το προφίλ τους, όπως επίσης και οι 2 στους 10 μαθητές Γυμνασίου και Λυκείου. Το 12% των μικρότερων παιδιών παραδέχεται πως αποδέχεται αιτήματα φιλίας από αγνώστους, ποσοστό που διπλασιάζεται στους εφήβους.

Συμπερασματικά μπορούμε να πούμε πως τα παιδιά και οι έφηβοι στην Ελλάδα είναι αρκετά ενεργοί χρήστες του διαδικτύου και συγκεκριμένα των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης, ωστόσο ανησυχία προκαλεί η απουσία ελέγχου από τους γονείς και η εμπιστοσύνη που φαίνεται να έχουν στα παιδιά τους, πως σε περίπτωση που έρθουν αντιμέτωπα με κάποια δυσάρεστη κατάσταση στο διαδίκτυο θα τους ενημερώσουν. Από την άλλη πλευρά όμως, τα παιδιά σε αρκετά υψηλό ποσοστό φαίνεται πως δεν σκοπεύουν να εκμυστηρευτούν στους γονείς τους, αν προκύψει κάτι που θα τους αναστατώσει κατά τη χρήση του διαδικτύου κι αυτό συμβαίνει, διότι θεωρούν, ότι οι γονείς δεν ασχολούνται ή γιατί φοβούνται πως δεν θα τους ξαναεπιτρέψουν να ξαναχρησιμοποιήσουν το Internet. Αρκετά ανησυχητικό είναι και το γεγονός πως τόσο τα παιδιά του Δημοτικού, όσο και του Γυμνασίου και Λυκείου συνομιλούν με αγνώστους κατά τη διάρκεια του διαδικτυακού παιχνιδιού. Προφανώς τα παιδιά δεν έχουν επαρκή ενημέρωση για τους κινδύνους που ενυπάρχουν σε τέτοιου είδους καταστάσεις ή θεωρούν πως δεν πρόκειται να συμβεί κάτι κακό στα ίδια.

5.2. Ο ρόλος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην εκπαίδευση

Εκτός από το παιχνίδι που καταλαμβάνει αρκετό χρόνο από την καθημερινότητα των παιδιών και των εφήβων, σημαντική είναι η επίδραση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και στην εκπαίδευση, καθώς η εργαλειακή χρήση τους τόσο από τους μαθητές, όσο και από τους εκπαιδευτικούς είναι δεδομένη πλέον. Οι

παραδοσιακές μέθοδοι διδασκαλίας περιλαμβάνουν δραστηριότητες υποκινούμενες από τον εκπαιδευτικό, ομάδες συμμετεχόντων με ομοιογένεια, εφαρμογή υπαρχουσών λύσεων σε συγκεκριμένα ζητήματα, διάκριση μαθημάτων, μη συσχετισμό θεωρίας και πράξης, πειθαρχία και διδασκαλία από μεμονωμένο δάσκαλο (Mikre, 2011)¹⁷⁴, σε αντίθεση με τις τεχνολογίες της πληροφορίας στην εκπαίδευση, όπου οι δραστηριότητες συναποφασίζονται από τους μαθητές, οι ομάδες είναι μικρές, υπάρχει πληθώρα δραστηριοτήτων, οι ομάδες έχουν ετερογένεια, υπάρχει αλληλοϋποστήριξη και όχι ανταγωνισμός, βρίσκονται καινοτόμες λύσεις στα προβλήματα που μελετώνται, υπάρχει ομάδα εκπαιδευτικών και η θεωρία γίνεται πράξη¹⁷⁵. Οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης είναι ιδιαίτερα χρήσιμα εργαλεία σε ένα σύγχρονο εκπαιδευτικό σύστημα που ακολουθεί την νέα εποχή που έχει φέρει η επέλαση των τεχνολογικών επιτευγμάτων. Τα μέλη ενός εκπαιδευτικού κοινωνικού δικτύου μπορούν να ανταλλάσσουν απόψεις, ιδέες, υλικό, να εξετάζουν ταυτόχρονα διάφορες θεματικές πέραν των τυπικών και με νέους τρόπους να ανακαλύπτουν καινοτόμους ορίζοντες στην εκπαιδευτική διαδικασία με συνοδοιπόρους καταλλήλως καταρτισμένους εκπαιδευτικούς. Η Ελλάδα είναι μία χώρα με εμφανέστατα προβλήματα στο αρκετά οπισθοδρομικό εκπαιδευτικό της σύστημα. Υπάρχει ένα αγεφύρωτο χάσμα μεταξύ του σύγχρονου τρόπου σκέψης των μαθητών που χρησιμοποιούν τις νέες τεχνολογίες και την απόλυτα πειθαρχημένη παράδοση του εκπαιδευτικού. Τα παιδιά έχουν μεγαλώσει μέσα σε ένα νέο ψηφιακό κόσμο, στον οποίο ο διάλογος και η ανταλλαγή απόψεων κυριαρχεί με αποτέλεσμα να είναι εξαιρετικά δύσκολο για τα ίδια να παρακολουθούν χωρίς να συμμετέχουν και να εκφράζονται δεχόμενα παθητικά τις γνώσεις που προσφέρουν οι δάσκαλοί τους (Tapscott, 2009: 167). Τα παραδοσιακά μοντέλα εκπαίδευσης δημιουργήθηκαν για να εξυπηρετήσουν τις επιταγές της Βιομηχανικής Εποχής, ενώ η τεχνολογική επανάσταση προστάζει δραστικές αλλαγές στο εκπαιδευτικό μοντέλο που ακολουθείται μέχρι σήμερα με τη χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης να μπορεί να αξιοποιηθεί και για εκπαιδευτικούς σκοπούς.

¹⁷⁴ Mikre, F. (2011). The Roles of Information Communication Technologies in Education. Review Article with Emphasis to the Computer and Internet. *Ethiopian Journal of Education and Sciences*, 6(2), 109-126.

¹⁷⁵ όπ. παρ.

Τα κοινωνικά δίκτυα κάνουν τους μαθητές να αισθάνονται άνετα, ότι αποτελούν μέλη μίας ομάδας και υπάρχει μεταξύ τους μεγαλύτερη οικειότητα, αφού βρίσκονται σε ένα περιβάλλον λιγότερο επίσημο και περισσότερο φιλικό (Σωτηριάδου & Παπαδάκης, 2013)¹⁷⁶ και μπορούν να αξιοποιηθούν για συμβουλευτική υποστήριξη, συμμετοχή σε συζητήσεις, διαμοιρασμό εκπαιδευτικού υλικού, δημοσίευση υλικού, σεμινάρια, εργαστήρια, ενημέρωση και επικοινωνία μεταξύ των μαθητών και των εκπαιδευτικών¹⁷⁷. Επίσης οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης συμπληρωματικά της εκπαίδευσης μπορούν να αξιοποιηθούν και ως εξαιρετικό εργαλείο για τις ακαδημαϊκές βιβλιοθήκες, όπως υποστηρίζουν στη μελέτη τους οι Chu και Du (2012)¹⁷⁸. Συγκεκριμένα, οι χρήστες των βιβλιοθηκών μπορούν να μοιραστούν πληροφορίες σχετικά με τα βιβλία που τους ενδιαφέρουν, φωτογραφίες και βίντεο, ενώ στις υπηρεσίες τους μπορούν να προστεθούν και οι δημόσιες σχέσεις, το ημερολόγιο, το marketing και η διαφήμιση, online οδηγοί βοήθειας, σύνδεση με άλλες βιβλιοθήκες, επικοινωνία με το προσωπικό, παρακολούθηση εκδόσεων και συνεδρίων¹⁷⁹. Βλέπουμε λοιπόν πως η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να αποδειχθεί ένα εξαιρετικό εργαλείο στα χέρια ενός εκσυγχρονισμένου εκπαιδευτικού συστήματος που προετοιμάζει τους μαθητές για την πραγματική συμμετοχή σε ένα παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον γεμάτο απαιτήσεις με τις τεχνολογικές γνώσεις να αποτελούν το νούμερο ένα κριτήριο τόσο για την εκπαιδευτική, όσο και την επαγγελματική και κοινωνική ζωή των νέων πολιτών.

Πέρα από τις θετικές επιδράσεις των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην εκπαίδευση, υπάρχει και ο αντίλογος, κατά τον οποίο, υποστηρίζεται πως θα μπορούσαν να καταστρέψουν το μέλλον των παιδιών και των εφήβων. Στη μελέτη των Tariq, Mehboob, Khan και Ullah (2012)¹⁸⁰, επισημαίνεται πως πράγματι η

¹⁷⁶ Σωτηριάδου, Α. & Παπαδάκης, Σ. (2013). Τα Κοινωνικά Δίκτυα ως Εκπαιδευτικά Εργαλεία: Εμπειρία από την Εκμάθηση του Matlab μέσω Facebook. *Θέματα Επιστημών και Τεχνολογίας στην Εκπαίδευση*, 6(3), 161-179.

¹⁷⁷ όπ. παρ.

¹⁷⁸ Chu, S. K. W. & Du, S. H. (2012). Social Networking for Academic Libraries. *Journal of Librarianship and Information Science*, 45(1), 64-75.

¹⁷⁹ όπ. παρ.

¹⁸⁰ Tariq, W., Mehboob, M., Khan, A. & Ullah, F. (2012). The Impact of Social Media and Social Networks on Education and Students of Pakistan. *International Journal of Computer Science Issues*, 9(4), 407-411.

τεχνολογία είναι απαραίτητη όπως έχει διαμορφωθεί η καθημερινότητα των ανθρώπων σήμερα, ωστόσο η χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης μόνο να βλάψει μπορεί τα παιδιά και τους εφήβους αφού η ευκολία στη χρήση, η πρόσβαση στο ίντερνετ από κάθε συσκευή, η ελευθερία κινήσεων χωρίς περιορισμούς μέσα στο διαδίκτυο μπορεί να οδηγήσει σε εθισμό. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τραβούν την προσοχή των μαθητών από τα μαθήματά τους και δεν τους επιτρέπουν να προσηλωθούν στους εκπαιδευτικούς και ακαδημαϊκούς τους στόχους.

5.3. Επικίνδυνη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και παρεκκλίνουσες συμπεριφορές παιδιών και εφήβων

Τα κοινωνικά δίκτυα έγιναν πολύ γρήγορα ιδιαίτερα δημοφιλή σε παιδιά και εφήβους και αυτό είναι απόλυτα λογικό, αφού ανέκαθεν σε αυτές τις ηλικίες προτιμούν να μοιράζονται ιστορίες με τις παρέες τους, να σχολιάζουν πρόσωπα και γεγονότα και να δημιουργούν νέες φιλίες (Παπαγεωργίου, 2010: 108). Όπως και στην πραγματική ζωή, έτσι και στην εικονική τα παιδιά και οι έφηβοι έχουν την τάση να υπερβάλλουν και να μην είναι αντικειμενικοί κριτές προσώπων, καταστάσεων και γεγονότων. Στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης συναντάμε πολλές φορές, προφίλ αυτών των ηλικιών που είτε αποκρύπτουν την πραγματική τους ηλικία, είτε χρησιμοποιούν ψεύτικο φωτογραφικό υλικό, είτε περιλαμβάνουν ανακρίβειες για τον εαυτό τους συχνά ωραιοποιώντας τον, ενώ αναζητούν τη δημοσιότητα που θα τους αναδείξει (Γάκη & Αντωνίου, 2016¹⁸¹; Παπαγεωργίου, 2010: 109).

Σύμφωνα με την έρευνα του EU Kids Online και του LSE, το 2012 για την υπερβολική χρήση του διαδικτύου από τα παιδιά των ευρωπαϊκών κρατών, φαίνεται πως ακόμα και αν το 29% των παιδιών κάνουν κατάχρηση του διαδικτύου, μόλις το 1% δείχνει παθολογικά επίπεδα χρήσης (Smahel, Helsper, Green, Kalmus, Blinka & Olafsson, 2012). Συγκεκριμένα, το γεγονός ότι τα παιδιά περνούν αρκετό χρόνο στο διαδίκτυο δεν είναι απαραίτητως ένδειξη πως έχουν προβλήματα εξαιτίας της

¹⁸¹ Γάκη Α., & Αντωνίου Α.-Σ. (2016). Μορφές διαδικτυακής παρενόχλησης (διαδικτυακή αποπλάνηση και παιδική πορνογραφία): προτάσεις αντιμετώπισης. *Πανελλήνιο Συνέδριο Επιστημών Εκπαίδευσης*, 2014(2), 683–692. <https://doi.org/10.12681/edusc.414>

υπερβολική χρήση. Ο όρος «υπερβολική χρήση» επιλέχθηκε για να υποδείξει μία κατάσταση, όπου η χρήση είναι επαναλαμβανόμενη, παθολογική και μη ελεγχόμενη (Smahei et al., 2012: 1). Αυτό που πρέπει να καταστήσουμε σαφές, είναι ότι την κατάχρηση του διαδικτύου μπορούμε να την αντιληφθούμε ως μία προβληματική κατάσταση που προκύπτει από την απουσία ελέγχου από τη μεριά των παιδιών και των εφήβων και την αδυναμία να διαχειριστούν τις διαδικτυακές τους δραστηριότητες, και κυρίως τις αρνητικές επιπτώσεις αυτής της απουσίας ελέγχου. (Γάκη & Αντωνίου, 2016; Smahei et al., 2012). Από τα αποτελέσματα της έρευνας διαφαίνεται πως εκτεταμένη χρήση του ίντερνετ κάνουν συνήθως έφηβοι, οι οποίοι είναι επιρρεπείς στην κατάχρηση με συναισθηματική αστάθεια και τρωτοί ως προς τις αρνητικές επιπτώσεις του διαδικτύου. Οι έφηβοι αυτοί αναζητούν την ασφάλεια και συναισθηματικό καταφύγιο με αποτέλεσμα να καταφεύγουν σε παθολογική χρήση του διαδικτύου (Smahei et al., 2012). Στην έρευνα αυτή παρά το γεγονός, ότι φαίνεται πως τα παιδιά ξοδεύουν αρκετό χρόνο στο διαδίκτυο δε σημαίνει απαραίτητως πως βρίσκονται και σε κίνδυνο. Τα ποσοστά εκτεταμένης χρήσης του διαδικτύου βρίσκονται μεταξύ 17% στην Ιταλία και 49% στην Εσθονία, ενώ η Ελλάδα βρίσκεται κάπου στη μέση. Ωστόσο η Κύπρος βρίσκεται στη χειρότερη θέση, καθώς το 5% των παιδιών κάνει υπερβολική χρήση του ίντερνετ, ενώ συμπληρώνει και όλα τα κριτήρια που υποδεικνύουν την παθολογική χρήση του (Smahei et al., 2012).

Η υπερβολική χρήση του ίντερνετ δεν επηρεάζει αρνητικά μόνο το κάθε άτομο ξεχωριστά, αλλά και την ίδια του την οικογένεια, καθώς επίσης και το κοινωνικό του περιβάλλον. Επίσης η κατάχρηση φέρνει στην επιφάνεια και αρκετούς κινδύνους που ελλοχεύουν από την υπερβολική και κακή χρήση του διαδικτύου με τα παιδιά και τους εφήβους να είναι ευάλωτοι και εύκολα θύματα γι' αυτό το λόγο θα πρέπει οι γονείς, η κοινωνία, το κράτος και η επιστημονική κοινότητα σε συνεργασία να είναι σε θέση να προλαμβάνουν τέτοιου είδους φαινόμενα για την προστασία της παιδικής ηλικίας ή σε έστω να τα καταστέλλουν, σε περιπτώσεις που δεν έχει δουλέψει εγκαίρως η πρόληψη και απαιτείται καταστολή.

5.3.1. Εθισμός

Όπως αναφέρθηκε και πιο πάνω, ο χρόνος που περνάει ένα παιδί ή ένας έφηβος στο διαδίκτυο και συγκεκριμένα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν είναι

απαραιτήτως δείκτης κατάχρησής του. Αυτό που έχει σημασία είναι η ποιότητα του χρόνου και το πώς αξιοποιείται και όχι η ποσότητα. Για παράδειγμα ένα παιδί μπορεί να περάσει αρκετές ώρες στο διαδίκτυο ψάχνοντας πληροφορίες για μία εργασία του σχολείου συνομιλώντας διαδικτυακά με τους συμμαθητές του, χωρίς να υπάρχει κάποιος κίνδυνος σε αυτό, όμως μπορεί κάποιο παιδί να χρησιμοποιήσει για ελάχιστο χρόνο το Facebook και μέσω του Messenger να στείλει φωτογραφίες ή προσωπικά δεδομένα σε έναν άγνωστο που θέλει να το εκμεταλλευτεί, έχοντας το ίδιο το παιδί πλήρη και παντελή άγνοια του κινδύνου που αντιμετωπίζει.

Ο πρώτος κίνδυνος με τον οποίο έρχονται αντιμέτωποι τα παιδιά και οι έφηβοι είναι ο **εθισμός**. Αποτελεί πλέον γεγονός η επικράτηση του ίντερνετ στο δυτικό κόσμο και όχι μόνο και για το λόγο αυτό παρατηρείται η συνεχώς αυξανόμενη χρήση του διαδικτύου όχι μόνο από παιδιά και εφήβους, αλλά και από ενήλικες και όπως διαπιστώσαμε πιο πάνω, ίσως ο χρόνος που περνάει κανείς στο διαδίκτυο να μην είναι δείκτης μίας παθολογικής συνήθειας, ωστόσο υπάρχουν αρκετοί παράγοντες που υποδεικνύουν τον εθισμό του ατόμου και κυρίως των παιδιών ειδικά στα διαδικτυακά παιχνίδια. Αν και ο εθισμός στο διαδίκτυο υπάρχει ως έννοια από το 1996, όταν διαπιστώθηκε για πρώτη φορά από τον Ivan Goldberg, ψυχίατρο στην Νέα Υόρκη και μετέπειτα το 1999 από την ψυχίατρο του Πανεπιστημίου του Πίτσμπουργκ, K.S. Young (Διαμαντοπούλου & Δαβράζος, 2015: 3014¹⁸²; European Parliament, 2019¹⁸³), η επίσημη αναγνώριση του διαδικτυακού εθισμού ήρθε δύο δεκαετίες αργότερα. Η Μαγκλάρα (2019)¹⁸⁴ επισημαίνει εννέα κριτήρια, με βάση τα οποία μπορούμε να διαπιστώσουμε εάν ένα παιδί ή έφηβος έχει προβλήματα εξάρτησης από τα διαδικτυακά παιχνίδια και σε περίπτωση συμπλήρωσης πέντε εξ αυτών για τουλάχιστον ένα έτος, τότε έχουμε να αντιμετωπίσουμε μία παθολογική κατάσταση εξάρτησης:

¹⁸² Διαμαντοπούλου, Α. & Δαβράζος, Γ. (2015). Διαδικτυακός Εθισμός: Μία Προσπάθεια Ενωσιολογικής Προσέγγισης του Όρου. *Πρακτικά του Συνεδρίου – «Η εκπαίδευση στην εποχή των Τ.Π.Ε.»* (σελ. 3013 - 3020). Αθήνα, Ελλάδα.

¹⁸³ European Parliament (2019). *Harmful internet use: Part I: Internet addiction and problematic use. Study: Panel for the Future of Science and Technology*. Brussels: STOA.

¹⁸⁴ Μαγκλάρα, Ν. (2019). ΔΕΠ-Υ και Διαδικτυακός «Εθισμός». Στο Άρτεμις Τσίτσικα και Αλέξανδρος Κοπανιάρης (Επιμ.), *Ψηφιακή Γενικά. Χρήση της Τεχνολογίας από παιδιά και εφήβους* (157-164). Αθήνα: Εκδόσεις Πεδίο.

1. Συνεχόμενο ενδιαφέρον για διαδικτυακά παιχνίδια. Το άτομο ακόμα κι αν δεν παίζει εκείνη τη στιγμή, έχει στο μυαλό του μόνο αυτό και ανυπομονεί να ξαναπαίξει.
2. Το άτομο παρουσιάζει σημάδια στέρησης, όταν σταματάει το διαδικτυακό του παιχνίδι. Είναι ευερέθιστο, παρουσιάζει στενοχώρια και ανησυχία.
3. Νιώθει την ανάγκη να περνάει ολοένα και περισσότερο χρόνο στον υπολογιστή παίζοντας.
4. Οι γονείς δεν καταφέρνουν να ελέγξουν τη συμμετοχή του στο παιχνίδι.
5. Ακόμη κι αν γνωρίζει το ίδιο το άτομο, ότι έχει ξεπεράσει τα όρια και έχει επίγνωση της εξάρτησής του, το παιδί ή ο έφηβος συνεχίζει να παίζει.
6. Δεν έχει άλλα ενδιαφέροντα παρά μόνο τον υπολογιστή και το παιχνίδι.
7. Αντιμετωπίζει το παιχνίδι ως μέσο ανακούφισης από διάφορα δυσάρεστα συναισθήματα.
8. Το παιδί ή ο έφηβος ψεύδεται στο οικογενειακό του περιβάλλον σχετικά με τη συμμετοχή του στο παιχνίδι.
9. Η υπεραπασχόληση οδηγεί σε απώλεια κοινωνικών σχέσεων, φίλων, ενώ πέφτει η απόδοση στο σχολείο.

Το πρώτο κέντρο απεξάρτησης από το Δίκτυο λειτούργησε το 1995 στις Η.Π.Α., ωστόσο ο «εθισμός» αυτός δεν είχε επισημοποιηθεί μέχρι πρόσφατα ως ψυχικό νόσημα στις Ηνωμένες Πολιτείες, καθώς δεν υπήρχε ομοφωνία. Το διαδίκτυο δεν είναι μία ουσία που καταναλώνει ο χρήστης, όμως υπάρχει η ευχαρίστηση από την ενεργή συμμετοχή, γεγονός που αρκετές φορές οδηγεί σε εξάρτηση (Τσίτσικα, 2012: 92)¹⁸⁵. Ωστόσο, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας συμπεριλαμβάνει πλέον τη διαταραχή διαδικτυακού παιχνιδιού στη Διεθνή Στατιστική Ταξινόμηση Νόσων και Συναφών Προβλημάτων Υγείας (ICD) (WHO, 2019)¹⁸⁶, μετά από τέσσερα συνέδρια που πραγματοποιήθηκαν στο Τόκυο (2014), τη Σεούλ (2015), το Χονγκ – Κονγκ (2016) και τέλος την Κωνσταντινούπολη (2017) με θεματολογία τη μείωση των προβλημάτων υγείας που σχετίζονται με την κατάχρηση του διαδικτύου, των

¹⁸⁵ Τσίτσικα, Α. (2012). Κατάχρηση Διαδικτύου – Συμπεριφορές Εξάρτησης. Στο Άρτεμις Τσίτσικα και Γεώργιος Κορμάς (Επιμ.), *Δίκτυο και Εφηβεία* (91-100). Αθήνα: Εκδόσεις Π.Χ. Πασχαλίδης – Broken Hill Publishers LTD.

¹⁸⁶ Η διαταραχή διαδικτυακού παιχνιδιού συμπεριλαμβάνεται από το 2018 στη Διεθνή Στατιστική Ταξινόμηση Νόσων και Συναφών Προβλημάτων Υγείας (ICD) με την κωδική ονομασία «6C51 gaming disorder».

υπολογιστών, των smartphones και άλλων πλατφορμών παιχνιδιών και επικοινωνίας. Οι εθισμένοι χρήστες τους διαδικτύου το χρησιμοποιούν για τρεις λόγους: εκτεταμένο παιχνίδι, δραστηριότητες σεξουαλικού περιεχομένου (cybersex) και αποστολή ηλεκτρονικών μηνυμάτων – mail (Weinstein & Lejoyeux, 2010)¹⁸⁷. Αυτό που διαφαίνεται από τη βιβλιογραφία είναι η συν-νοσηρότητα, καθώς τα άτομα που συνήθως εμφανίζουν στοιχεία εθισμού, συνήθως αντιμετωπίζουν κι άλλες ψυχιατρικές διαταραχές, όπως αγχώδεις διαταραχές ή και Διαταραχή Ελλειμματικής Προσοχής και Υπερκινητικότητας (Δ.Ε.Π.Υ) (Lejoyeux, 2010; Τσίτσικα, 2012; Διαμαντοπούλου & Δαβράζος, 2015; Καλοσπύρος & Παγοροπούλου, 2015; Ασκητής, 2019; European Parliament, 2019).

Η ηλικία στην οποία παρατηρείται κατά κύριο λόγο το φαινόμενο της κατάχρησης του διαδικτύου και κατ' επέκταση του εθισμού στη χρήση του Weinstein είναι στην εφηβεία (10-14 πρώιμη εφηβεία, 14-17 μέση εφηβεία και άνω των 17 όψιμη εφηβεία) με το διάστημα 14 έως 17 ετών να είναι πιο συχνό και έντονο το φαινόμενο του εθισμού (Ασκητής 2012; Ασκητής, 2019; Διαμαντοπούλου & Δαβράζος, 2015). Αυτή η περίοδος αποτελεί ένα διάστημα πειραματισμού και αυτονομίας παίρνοντας τις αναγκαίες αποστάσεις από τους γονείς τους. Πέραν της Δ.Ε.Π.Υ. ο εθισμός στο διαδίκτυο γειτνιάζει με καταθλιπτικά συναισθήματα, ψυχαναγκαστικές διαταραχές και χαμηλή αυτοεκτίμηση, ενώ η σύγχρονη κοινωνία σε συνδυασμό με την κρίση που περνάει ο θεσμός της οικογένειας αυξάνουν τις πιθανότητες να εμφανίσει ένας έφηβος I.A.D. (internet addiction disorder) (Ασκητής 2012, 2019). Οι έφηβοι είναι μία ομάδα υψηλού κινδύνου για εξάρτηση από το διαδίκτυο, καθώς οι πλατφόρμες επικοινωνίας, τα παιχνίδια και τα social media είναι ιδιαίτερα ελκυστικά σε αυτές τις ηλικίες, ωστόσο είναι δύσκολο να υπάρξει ένας συντονισμένος τρόπος ελέγχου των ποσοστών εθισμού στους εφήβους παγκοσμίως, καθώς δεν χρησιμοποιούνται κοινά εργαλεία μέτρησης, παρά μόνο τα κριτήρια που προαναφέραμε (Διαμαντοπούλου & Δαβράζος, 2015: 3018). Ακόμα κι αν είναι δύσκολο να κατανοήσουμε τη φύση αυτής της εξάρτησης, πρέπει να λάβουμε υπ' όψιν μας και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά της εφηβικής ηλικίας, καθώς η περίοδος

¹⁸⁷ Weinstein, A. & Lejoyeux, M. (2010). Internet Addiction or Excessive Internet Use. *The American Journal of Drug and Alcohol Abuse*, 1-7.

μετάβασης από την παιδική ηλικία στην ενηλικίωση εμπεριέχει διαφοροποιήσεις τόσο στη σωματική, όσο και στη ψυχολογική και κοινωνική ανάπτυξη των εφήβων. Η IAD δεν είναι μία αμελητέα εξάρτηση, επειδή δεν έχει σχέση με χημικές ουσίες που εισέρχονται στον οργανισμό, αντιθέτως φαίνεται πως ο μακροχρόνιος εθισμός στο Internet μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα αλλαγές στη δομή του εγκεφάλου, κάτι το οποίο συμβάλλει σε χρόνιες δυσλειτουργίες που οφείλονται ακριβώς σε αυτές τις αλλαγές που συμβαίνουν κατά την περίοδο της κατάχρησης του διαδικτύου (Cash, Rae, Steel & Winkler, 2012¹⁸⁸; Dong, Hu, Xiao & Lu, 2013¹⁸⁹; Hahn & Kim, 2014¹⁹⁰; Hou et al., 2012¹⁹¹; Yuan et al., 2011¹⁹²).

Στη μελέτη που διεξήχθη το 2011 και 2012 σε επτά ευρωπαϊκές χώρες (EU NET ABD)¹⁹³ και στην οποία συντονίστρια ήταν χώρα μας τα συμπεράσματα σχετικά με το βαθμό εξάρτησης των παιδιών και των εφήβων από το διαδίκτυο παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον και καταδεικνύουν το μέγεθος του προβλήματος συνολικά στην Ευρώπη, αλλά και συγκεκριμένα στην Ελλάδα. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε δύο φάσεις, με πρώτη την ποσοτική, όπου το τελικό συνολικό δείγμα ήταν 13.300 ερωτηματολόγια, τα οποία απαντήθηκαν από ευρωπαίους εφήβους ηλικίας 14-17 ετών. Η ποιοτική έρευνα διεξήχθη με δομημένες συνεντεύξεις εφήβων ηλικίας 14-17 ετών και τελικό δείγμα 124 άτομα. Όσον αφορά τη Συμπεριφορά Εξάρτησης από το Διαδίκτυο (Σ.Ε.Δ.), το 1,2% του συνολικού δείγματος εμφανίζει προβληματική διαδικτυακή συμπεριφορά, ενώ το 12,7% παρουσιάζει οριακά δυσλειτουργική διαδικτυακή συμπεριφορά. Οι χώρες των οποίων οι έφηβοι φαίνεται πως αντιμετωπίζουν προβλήματα εξάρτησης από το διαδίκτυο είναι η Ισπανία, η Ρουμανία και η Πολωνία, ενώ η Γερμανία και η Ισλανδία βρίσκονται στις χαμηλότερες

¹⁸⁸ Cash, H., Rae, C. D., Steel, A. H. & Winkler, A. (2012). Internet Addiction: A Brief Summary of Research and Practice. *Curr Psychiatry Rev.*, 8(4), 292 – 298.

¹⁸⁹ Dong, G., Hu, Y., Xiao, L. & Lu, Q. (2013). What makes Internet addicts continue playing online even when faced by sever negative consequences? Possible explanations from an fMRI study. *Biological psychology*, 94(2), 282 – 289.

¹⁹⁰ Hahn, C. & Kim, D. J. (2014). Is there a shared neurobiology between aggression and Internet addiction disorder? *Journal of Behavioral Addictions*, 3(1), 12 – 20.

¹⁹¹ Hou, H., Jia, S., Hu, S., Fan, R., Sun, W. Sun, T. & Zhang, H. (2012). Reduced Striatal Dopamine Trasporters in People with Internet Addiction Disorder. *Journal of Biomedicine and Biotechnology*, 2012(3), 1 – 5.

¹⁹² Yuan K, Qin W, Wang G, Zeng F, Zhao L, et al. (2011). Microstructure Abnormalities in Adolescents with Internet Addiction Disorder. *PLoS ONE* 6(6), e20708.

¹⁹³ EU NET ABD (2012). Διαδίκτυο και Συμπεριφορές Εξάρτησης: Μελέτη σε Ευρωπαίους Εφήβους. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <http://youth-health.gr/media/2017/01/eu-net-adb-short-version-greek.pdf>

θέσεις. Η Ελλάδα βρίσκεται κάπου στη μέση με 1,7% του δείγματος να είναι εθισμένο στο Internet, ενώ το 11% να βρίσκεται σε κίνδυνο εξάρτησης. Από τα στατιστικά στοιχεία της μελέτης προκύπτει, ότι τα αγόρια έχουν περισσότερες πιθανότητες να εμφανίσουν συμπτώματα εξάρτησης, στην ηλικία των 16 έως 18 ετών με χαμηλό και μεσαίο εκπαιδευτικό επίπεδο γονέων.

Όσον αφορά στην πρόσφατη ελληνική πραγματικότητα, στην έρευνα του Ε.Κ.Α.Δ.-Ι.Τ.Ε. (2020), οι μαθητές του Δημοτικού ασχολούνται με το διαδικτυακό παιχνίδι σε ποσοστό 67%, ενώ στους μαθητές Γυμνασίου και Λυκείου το αντίστοιχο ποσοστό πέφτει στο 61%, ενώ το 34% των παιδιών και των εφήβων νιώθει πως παραμελεί την καθημερινές δραστηριότητές του για να περάσει το χρόνο του μπροστά σε μία οθόνη. Όσον αφορά στο ζήτημα του εθισμού, το 24% παραδέχεται ότι αντιμετωπίζει ή πιθανόν να αντιμετωπίζει πρόβλημα εξάρτησης από το διαδίκτυο. Αυτό που προκαλεί ιδιαίτερη εντύπωση είναι, ότι 1 στα 10 παιδιά δηλώνει εθισμένο στο online gaming με το 11% των παιδιών του Δημοτικού να κοιμάται πολύ αργά το βράδυ μόνο και μόνο για παίξει διαδικτυακά παιχνίδια, ποσοστό που φτάνει το 21% στους εφήβους. Επίσης το 10% των μαθητών όλων των βαθμίδων δηλώνει πως διασκεδάζει περισσότερο, όταν παίζει στο διαδίκτυο παρά όταν συναναστρέφεται τους φίλους του. Ένα αρκετά υψηλό ποσοστό (30%) των παιδιών παίζει με ανθρώπους που δεν γνωρίζει στην πραγματική ζωή, με τους εφήβους να φτάνουν στο 52%. Τέλος, το 30% των μαθητών του Δημοτικού παραδέχεται πως συνομιλεί με ανθρώπους που γνώρισε κατά τη διάρκεια ενός διαδικτυακού παιχνιδιού, ποσοστό που ανέρχεται σε 38% για τους μαθητές Γυμνασίου και Λυκείου.

5.3.2. Διαδικτυακός Εκφοβισμός – Cyberbullying

Ο εθισμός που προκαλείται από την κακή χρήση του διαδικτυακού χρόνου που κάνουν τα παιδιά και οι έφηβοι είναι ο πρώτος κίνδυνος που αντιμετωπίζουν, καθώς ο χρόνος που περνούν μπροστά από τις οθόνες είναι αρκετός και πολλές φορές χωρίς την επίβλεψη των γονιών. Ένας ακόμη ωστόσο, κίνδυνος με τον οποίο έρχονται αντιμέτωποι online είναι ο διαδικτυακός εκφοβισμός ή αλλιώς **cyberbullying**, που αποτελεί τη σύγχρονη έκδοση του bullying, του γνωστού ως

σχολικού εκφοβισμού, ο οποίος έχει ξεπεράσει πλέον τα αυστηρά όρια της σχολικής μονάδας κι έχει μεταφερθεί στις οθόνες των υπολογιστών, των smartphones και των tablets, καθώς τα παιδιά και οι έφηβοι χρησιμοποιούν ανελλιπώς όλες τις συσκευές είτε των γονιών τους, είτε δικές τους με σκοπό την αδιάλειπτη επικοινωνία με συνομήλικούς τους και όχι μόνο, αλλά και τη δικτύωση. Το cyberbullying σε αντίθεση με το παραδοσιακό bullying έχει τρία επιπλέον στοιχεία που το καθιστούν ιδιαιτέρως επικίνδυνο για τα παιδιά και τους εφήβους: α) ανωνυμία, β) δημοσιότητα και γ) πρόσβαση (Donegan, 2012¹⁹⁴; Τσίτσικα, Κορμάς & Σαμαρά, 2012¹⁹⁵; Yurtkoru & İslamoğlu, 2019¹⁹⁶). Αυτή η σύγχρονη μορφή εκφοβισμού είναι ένας τύπος αγένειας που απαντάται στο ηλεκτρονικό περιβάλλον, καθώς ο θύτης κοινοποιεί φήμες, αναληθείς και εξευτελιστικές πληροφορίες που ταπεινώνουν το θύμα και διαδίδει «κουτσομπολιά» online (Clark, Werth & Ahten, 2012¹⁹⁷). Για τους περισσότερους ερευνητές τα παιδιά πλέον κρατούν επαφή με τους φίλους τους μέσω των κοινωνικών δικτύων, γι' αυτό και η κοινωνική δικτύωση είναι πολύ σημαντική για τους ανήλικους. Όπως έχουμε δει και σε προηγούμενες έρευνες του δικτύου EU kids online οι ανήλικοι περνούν αρκετό χρόνο στο Internet, ενώ όσο ανεβαίνουν τα παιδιά ηλικιακά αυξάνεται και ο χρόνος χρήσης του. Όσο περισσότερο χρόνο λοιπόν περνάνε οι έφηβοι στο διαδίκτυο και όσο περισσότερο χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, η πιθανότητα να πέσουν θύματα cyberbullying αυξάνεται (Ybarra & Mitchell, 2004¹⁹⁸).

Οι ανήλικοι δε βλέπουν κάθε έκφραση αγένειας ή προσβολής στο διαδίκτυο ως cyberbullying. Το να μιλάνε μεταξύ τους με βρισιές ή άσχημους χαρακτηρισμούς το θεωρούν μία «φυσιολογική» επικοινωνία (Völlink, Dehue, Guckin & Jacobs,

¹⁹⁴ Donegan, R. (2012). Bullying and Cyberbullying: History, Statistics, Law, Prevention and Analysis. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 3(1), 33-42.

¹⁹⁵ Τσίτσικα, Α., Κορμάς, Γ. & Σαμαρά, Β. (2012). Θέματα ασφάλειας του διαδικτύου για παιδιά και εφήβους. Στο Άρτεμις Τσίτσικα και Γεώργιος Κορμάς (Επιμ.), *Δίκτυο και Εφηβεία* (21-30). Αθήνα: Εκδόσεις Π.Χ. Πασχαλίδης – Broken Hill Publishers LTD.

¹⁹⁶ Yurtkoru, E. S. & İslamoğlu, G. (2019). Incivility in digital era: A study on cyberbullying. *Joint Conference: 14th ISMC and 8th ICLTBM-2018*. Available on: https://www.researchgate.net/publication/330685505_Incivility_In_Digital_Era_A_Study_On_Cyberbullying.

¹⁹⁷ Clark, C. M., Werth, L. & Ahten, S. M. (2012). Cyber-bullying and incivility in the online learning environment: Part One – addressing faculty and student perceptions. *Nurse Educator*, 37(4), 150 – 156.

¹⁹⁸ Ybarra, M. L. & Mitchell, K. J. (2004). Youth engaging in online harassment: associations with caregiver – child relationships, Internet use and personal characteristics. *Journal of Adolescence*, 27(3), 319-336.

2015¹⁹⁹), ωστόσο το αν θα θεωρήσουν ως διαδικτυακό εκφοβισμό μία προσβολή ή διασπορά φημών έχει να κάνει με την ανισορροπία που αυτή η κατάσταση θα επιφέρει στα θύματα και με την πρόθεση του θύτη να τα βλάψει. Συνεπώς, η έννοια του εκφοβισμού στο διαδίκτυο είναι αρκετά ρευστή και σχετίζεται με την συναισθηματική κατάσταση και το πώς εκλαμβάνει τον εκφοβισμό το θύμα. Υπάρχουν περιπτώσεις που οι ανήλικοι δε χρειάζονται βοήθεια για να αντιμετωπίσουν το θύτη, γιατί η δράση του δεν τα κάνει να νιώθουν ντροπή, ή φόβο ή ταπείνωση²⁰⁰. Από την άλλη όμως, τα παιδιά και οι έφηβοι θα πρέπει να κατανοήσουν ότι αυτού του είδους οι επαναλαμβανόμενες επιθετικές συμπεριφορές συνιστούν διαδικτυακό εκφοβισμό και όσοι γίνονται αποδέκτες αυτών των συμπεριφορών είναι θύματα cyberbullying, ακόμη κι αν οι ίδιοι οι ανήλικοι θεωρούν ότι βρίσκονται σε δικαιολογημένη άμυνα²⁰¹. Οι Hinduja και Patchin (2010)²⁰², γενικοποιούν το φαινόμενο του διαδικτυακού εκφοβισμού μεγαλώνοντας το εύρος της θυματοποίησης, καθώς θεωρούν πως κάποιος ασκεί cyberbullying, όταν επανειλημμένα κοροϊδεύει κάποιο άλλο πρόσωπο online ή όταν επανειλημμένα παρενοχλεί το θύμα μέσω e-mail ή μηνυμάτων ή όταν κοινοποιεί κάτι online για κάποιον που ο ίδιος δεν το εγκρίνει. Σύμφωνα με το SaferInternet4Kids ο εκφοβισμός μέσω διαδικτύου μπορεί να λαμβάνει χώρα και από άλλα άτομα που ενδέχεται να μη γνωρίζουν προσωπικά το θύμα και τότε μιλάμε για έμμεσο εκφοβισμό. Η επικινδυνότητα του διαδικτυακού εκφοβισμού για την ευημερία των παιδιών και των εφήβων είναι αδιαμφισβήτητη, αφού το φαινόμενο αυτό επιδρά άμεσα, επιθετικά και σωρευτικά στην ψυχολογία και την ψυχική υγεία τους. Οι αρνητικές συνέπειες είναι μακροχρόνιες και ολέθριες ακόμα και για την κοινωνική ζωή των ανηλίκων και σαφώς για τις σχολικές τους επιδόσεις (Völlink et al., 2015). Τα θύματα συνήθως νιώθουν στενοχώρια, κατάθλιψη, λύπη, θυμό και απογοήτευση, ενώ οι μαθητές τις

¹⁹⁹ Völlink, T., Dehue, F., McGuckin, C. & Jacobs, N. C. L. (2015). *Cyberbullying: From theory to intervention*. London: Routledge

²⁰⁰ όπ. παρ.

²⁰¹ όπ. παρ.

²⁰² Hinduja, S. & Patchin, J. W. (2010). *Cyberbullying: identification, prevention and response*. Cyberbullying Research Center.

περισσότερες φορές δεν θέλουν να πάνε σχολείο, καθώς νιώθουν ντροπή και φόβο (Hinduja & Patchin, 2018²⁰³; Σφακιανάκης & Αθανασίου, 2017: 115-116).

Ο διαδικτυακός εκφοβισμός υποβόσκει σε διάφορα μέρη και μέσα στον κυβερνοχώρο και δεν είναι τυχαίο που συνήθως αφορά ανηλίκους. Στις αρχές του 2000 τα περισσότερα παιδιά άρχισαν να χρησιμοποιούν τα chat rooms και από εκεί ξεκίνησε και το φαινόμενο της παρενόχλησης²⁰⁴. Στη σημερινή εποχή που η τεχνολογία έχει γίνει η προέκταση του ανθρώπινου εγκεφάλου και τα παιδιά και οι έφηβοι έχουν άμεση πρόσβαση σε συσκευές συνδεδεμένες με το Internet, αξιοποιώντας τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στο έπακρο των δυνατοτήτων τους, ο κίνδυνος του cyberbullying караδοκεί παντού, όπως επίσης και στα online παιχνίδια, σε ανώνυμες εφαρμογές και σε άλλους διαδικτυακούς τόπους που χρησιμοποιούνται από ανηλίκους²⁰⁵. Αυτό που αξίζει να τονίσουμε, είναι πως τα παιδιά που έχουν καλή κοινωνική ενσωμάτωση και έχουν δυνατή γονική υποστήριξη, συνήθως δεν κινδυνεύουν να πέσουν θύματα διαδικτυακού εκφοβισμού, αντιθέτως τα παιδιά που αντιμετωπίζουν προβλήματα προσαρμογής στο κοινωνικό τους περιβάλλον φαίνεται πως είναι πιο ευάλωτα στους διαδικτυακούς κινδύνους, διότι νιώθουν ανίκανα να διαχειριστούν και να σταματήσουν την κακοποίηση, γεγονός που τα κάνει να νιώθουν ταπεινωμένα και ανήμπορα (Dempsey, Sulkowski, Nichols & Storch, 2009²⁰⁶; Feinberg & Robey, 2009²⁰⁷; Wiseman, 2011²⁰⁸). Ο διαδικτυακός εκφοβισμός είναι ένα ιδιαίτερα σημαντικό πρόβλημα που αντιμετωπίζουν παιδιά και έφηβοι στο διαδίκτυο και για το λόγο αυτό η ενημέρωση και η πρόληψη είναι έννοιες βαρύνουσας σημασίας για την καταπολέμηση του φαινομένου. Η βεβαρυμμένη ψυχολογία των ανηλίκων που πέφτουν θύματα cyberbullying ορισμένες φορές οδηγεί τα θύματα στο

²⁰³ Hinduja, S. & Patchin, J. W. (2018). *Cyberbullying: identification, prevention and response*. Cyberbullying Research Center.

²⁰⁴ όπ. παρ.

²⁰⁵ όπ. παρ.

²⁰⁶ Dempsey, A. G., Sulkowski, M. L., Nichols, R., & Storch, E. A. (2009). Differences between peer victimization in cyber and physical settings and associated psychosocial adjustment in early adolescence. *Psychology in Schools, 46*(10), 962-972.

²⁰⁷ Feinberg, T., & Robey, N. (2009). Cyberbullying: School leaders cannot ignore cyberbullying but rather must understand its legal and psychological ramifications. *The Educational Digest, 74*(7), 26-31.

²⁰⁸ Wiseman, B. (2011). *Cyberbullying in schools: A research study on school policies and procedures*. Theses, Dissertations, Professional Papers and Capstones. University of Las Vegas.

να γίνουν τα ίδια θύτες με έναν φαύλο κύκλο να ξεκινάει και να επηρεάζει την ήδη κακή ψυχική υγεία τους (Τσίτσικα και συν., 2012: 23).

Σύμφωνα με τη μελέτη του EU NET ABD (2012), οι έφηβοι της Ευρώπης έρχονται συχνά αντιμέτωποι με το φαινόμενο του διαδικτυακού εκφοβισμού, καθώς το 21,9% αναφέρει πως έχει βιώσει κάποιο περιστατικό εκφοβισμού στο Internet. Από αυτό το 21,9% το περισσότερα από τα μισά παιδιά (53,5%), δηλώνουν ότι αυτή η κατάσταση τα έβλαψε, ενώ τα κορίτσια φαίνεται να είναι πιο ευάλωτα σε φαινόμενα εκφοβισμού σε σχέση με τα αγόρια. Η χώρα μας, όπως και η Ρουμανία κατέχουν τα υψηλότερα ποσοστά, σε αντίθεση με την Ισπανία και την Ισλανδία που είναι στις χαμηλότερες θέσεις ανάμεσα στις συμμετέχουσες χώρες με τα περισσότερα περιστατικά cyberbullying.

Συγκεκριμένα στη χώρα μας, τα παιδιά και οι έφηβοι έρχονται συχνά στη δυσάρεστη θέση να παρενοχλούνται διαδικτυακά σύμφωνα με την έρευνα του Ε.Κ.Α.Δ.- Ι.Τ.Ε. (2019), με το 21% να παραδέχεται ότι έχει υποστεί διαδικτυακή παρενόχληση, ενώ η αντίδραση που είχε είναι: 66% αποκλεισμός του ατόμου, 22% ενημέρωση κάποιου που εμπιστεύονται, το 10% ξεκίνησε διάλογο με το θύτη, ώστε να ανακαλύψει τις προθέσεις του, ενώ υπάρχει και το 3% που αντιμετώπισε πρόβλημα, γιατί δε διαχειρίστηκε σωστά την κατάσταση. Αρκετά κατατοπιστικά είναι και τα στατιστικά στοιχεία της Γραμμής Βοήθειας HELP-LINE του Ελληνικού Κέντρου Ασφαλούς Διαδικτύου (2017)²⁰⁹, όπου το cyberbullying είναι ο κυριότερος λόγος για τον οποίο τα παιδιά ή οι οικογένειές τους επικοινωνούν τηλεφωνικά με το ειδικό επιστημονικό προσωπικό που παρέχει συμβουλές αντιμετώπισης ζητημάτων που προκύπτουν από τη μη ορθή χρήση του Internet. Συγκεκριμένα, μία στις τρεις κλήσεις που δέχτηκε η Γραμμή Βοήθειας αφορούσε περιστατικά υπερβολικής ενασχόλησης των παιδιών με το διαδίκτυο, ενώ το 20% αφορούσε σε περιστατικά cyberbullying. Το φαινόμενο του διαδικτυακού εκφοβισμού πάντως παραμένει το νούμερο ένα πρόβλημα που αντιμετωπίζει γενικά η Ευρώπη, όπως φαίνεται και από τα στατιστικά

²⁰⁹ Ε.Κ.Α.Δ. – Ι.Τ.Ε. (2017). *Στατιστικά στοιχεία Γραμμής Βοήθειας HELP-LINE 2017 του Ελληνικού Κέντρου Ασφαλούς Διαδικτύου*. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <http://www.help-line.gr/?p=587>

στοιχεία (Ιανουαρίου – Μαρτίου 2017) που έχουν συγκεντρώσει οι 32 Γραμμές Βοήθειας του INSAFE²¹⁰.

Στην τελευταία έρευνα του Ε.Κ.Α.Δ.-Ι.Τ.Ε. (2020) το ζήτημα του cyberbullying συνεχίζει να απασχολεί τα παιδιά και τους εφήβους, καθώς το 3% των παιδιών του Δημοτικού παραδέχεται ότι το έχουν εκφοβίσει/απειλήσει, ότι θα δημοσιεύσουν πολύ προσωπικές φωτογραφίες του στο διαδίκτυο, ενώ στους εφήβους Γυμνασίου και Λυκείου το ποσοστό ανέρχεται στο 5%. Εν συνεχεία, 2 στα 10 παιδιά του Δημοτικού δηλώνουν πως έχουν δεχτεί διαδικτυακή παρενόχληση, όπως επίσης και 3 στους 10 εφήβους Γυμνασίου και Λυκείου. Πάντως μέχρι και σήμερα τα παιδιά έχουν ελλιπή ενημέρωση έως και πλήρη άγνοια του πώς αντιδρούν σε περίπτωση που τα παρενοχλήσουν διαδικτυακά, αφού το 48% των παιδιών του Δημοτικού δε γνωρίζει ποια εργαλεία υπάρχουν προκειμένου να προστατευτούν σε περίπτωση παρενόχλησης, όπως επίσης και το 32% των εφήβων δε γνωρίζει, πώς θα πρέπει να κινηθεί αν κάποιος προβεί σε διαδικτυακό εκφοβισμό. Όπως φαίνεται και από τις παραπάνω έρευνες το «κλειδί» για τη πρόληψη του φαινομένου του cyberbullying είναι η εκπαίδευση των παιδιών και των εφήβων, ώστε να διαχειρίζονται αυτές τις κρίσιμες κι επικίνδυνες καταστάσεις, για να μην βλάπτονται.

5.3.3. Σεξουαλικοποίηση παιδιών και εφήβων

Ένας ακόμη ορατός κίνδυνος που ενυπάρχει στη χρήση του διαδικτύου είναι η σεξουαλικοποίηση των παιδιών. Η σεξουαλικοποίηση δεν ένα καινούριο φαινόμενο, αλλά έχει βαθιά τις ρίζες του στο χρόνο και τον κόσμο των μέσων επικοινωνίας. Η Αμερικάνικη Ψυχολογική Εταιρεία (Α.Ρ.Α.) ασχολείται εδώ και αρκετά χρόνια με την επίδραση του μιντιακού περιεχομένου στα παιδιά. Ήδη από το 1994 η Α.Ρ.Α. υιοθέτησε μία πολιτική που στοχεύει στην καταπολέμηση της έκθεσης των παιδιών στη βία των μέσων, πολιτική που επέκτεινε στη συνέχεια στην

²¹⁰ Ο πανευρωπαϊκός οργανισμός INSAFE χαράσσει την ευρωπαϊκή στρατηγική για ένα ασφαλές διαδίκτυο. Τα 32 μέλη του οργανισμού συνεργάζονται για την αποτελεσματικότερη και ασφαλέστερη πλοήγηση στο διαδίκτυο, ενώ αλληλεπιδρά με όλους τους εμπλεκόμενους φορείς με σκοπό την καλύτερη ενημέρωση των παιδιών και των οικογενειών τους και τη γεφύρωση του ψηφιακού χάσματος μεταξύ τους.

τηλεοπτική βία (A.P.A., 2007)²¹¹. Το 2004 η ομάδα εργασίας που ήταν υπεύθυνη για τη διαφήμιση και τα παιδιά συνέταξε μία μελέτη, στην οποία εξέταζε ένα ευρύ φάσμα ζητημάτων σχετικών με τη διαφήμιση που αφορά στην παιδική και εφηβική ηλικία. Παρά το γεγονός ότι στη μελέτη αυτή υπήρχαν πολλά επιμέρους πεδία έρευνας (εφαρμοσμένη ψυχολογία, βιομηχανικές πρακτικές, μέσα ενημέρωσης, εκπαίδευση κ.ά.), ωστόσο η σεξουαλικοποίηση ακόμα δεν είχε συμπεριληφθεί ως άξονας στην εν λόγω μελέτη. Το 2005 η A.P.A. υιοθέτησε μία πιο εκτεταμένη και στοχευμένη πολιτική σε ό,τι αφορά τη βία των βιντεοπαιχνιδιών και τη διάδραση με τα μέσα επικοινωνίας, η οποία πολιτική κατέγραψε την αρνητική επίδραση που έχει η έκθεση βίαιου περιεχομένου στα παιδιά και τους νέους και απαίτησε μείωση της βίας στα μέσα αυτά. Όμως και πάλι στην έκθεση που συντάχθηκε δεν συμπεριλήφθηκε το ζήτημα της σεξουαλικοποίησης, ωστόσο αυτό συνέβη το 2007, αφού ειδικά στις Η.Π.Α. η αμερικανική κουλτούρα με τις κούκλες για κορίτσια μη κατάλληλα ενδεδυμένες, με έναν κόσμο, όπου τα νήπια ντύνονται και βάζονται σαν ενήλικες και φορούν ψεύτικες βλεφαρίδες για να συμμετάσχουν σε παιδικούς διαγωνισμούς καλλιστείων και πολλά άλλα παραδείγματα, η σεξουαλικοποίηση έχει θεμελιωθεί κι έχει ενσωματωθεί σε μία κουλτούρα που το επιτρέπει, το νομιμοποιεί με την ανοχή της και έχει στήσει μία ολόκληρη βιομηχανία γύρω από αυτή την πράξη βίας, που αφορά κατά κύριο λόγο τα κορίτσια (A.P.A., 2007: 1). Σύμφωνα με την Αμερικανική Ψυχολογική Εταιρεία (2007: 2) τρεις είναι οι παράγοντες που συμβάλλουν στη διαίωνηση του φαινομένου και αυτοί είναι: α) η συμβολή της κοινωνίας, καθώς οι κοινωνικές νόρμες και προσδοκίες επικοινωνούνται με πάρα πολλούς τρόπους, συμπεριλαμβανομένων των media β) η διαπροσωπική προσέγγιση, καθώς τα κορίτσια πιθανόν να αντιμετωπίζονται ως σεξουαλικά αντικείμενα από τους φίλους τους ή ακόμα και την οικογένειά τους και γ) η αυτοσεξουαλικοποίηση, όπου τα κορίτσια αντιμετωπίζουν τα ίδια τον εαυτό τους ως

²¹¹ American Psychological Association, Task Force on the Sexualization of Girls. (2007). *Report of the APA Task Force on the Sexualization of Girls*. Retrieved from <http://www.apa.org/pi/women/programs/girls/report-full.pdf>

σεξουαλικό αντικείμενο, αφού η ίδια η κοινωνία και οι άνθρωποι που είναι κοντά τους επικροτούν και εγκρίνουν αυτού του είδους τη συμπεριφορά.

Η εφηβική ηλικία είναι μία μεταβατική περίοδος για τα παιδιά. Συντελούνται πολλές αλλαγές στο σώμα τους, αλλά και την ψυχοσύνθεσή τους, με αποτέλεσμα να προσπαθούν να χωρέσουν τον καινούριο τους εαυτό στα πρότυπα που επιβάλλει η κοινωνία, επηρεαζόμενα από το οικογενειακό, φιλικό και σχολικό περιβάλλον τους, αλλά και από τα Μ.Μ.Ε. τα οποία χρησιμοποιούν τη δύναμη της εικόνας για να κατευθύνουν τους εφήβους, καθώς δεν πρέπει να ξεχνάμε πως οι ηλικίες αυτές είναι ένα δυναμικό καταναλωτικό κοινό. Δύο δεκαετίες πριν η τηλεόραση και τα περιοδικά ήταν γεμάτα από εικόνες και συμβουλές για το πώς τα κορίτσια μπορούν να περιποιηθούν το σώμα τους, τι ρούχα να φορέσουν για να είναι αρεστές και πώς να τονίσουν τη θηλυκότητά τους (Δημητρακοπούλου & Τσίτσικα, 2019: 120)²¹². Οι έφηβοι προσπαθούν να χτίσουν τη σεξουαλική τους ταυτότητα και τη σεξουαλικότητά τους σε ένα σύγχρονο περιβάλλον που τους βομβαρδίζει με εικόνες, πρότυπα, στερεότυπα για τα δύο φύλα και κυρίως τους επιβάλλει υποσυνείδητα να δείχνουν σεξουαλικά διαθέσιμοι, να ντύνονται ως διαθέσιμοι και να συμπεριφέρονται ως διαθέσιμοι. Τα κορίτσια, που είναι και ο κυριότερος στόχος τέτοιων φαινομένων ανάγονται σε σεξουαλικά αντικείμενα, τα οποία δευτερευόντως μπορεί να έχουν και άλλες ικανότητες και δυνατότητες, ωστόσο δεν έχουν καμία σημασία όλα αυτά, μπροστά στη φυσική ομορφιά και θηλυκότητα που εκπέμπει μία όμορφη, περιποιημένη και προκλητική εικόνα²¹³.

Οι ερευνητές κατά καιρούς έχουν προσπαθήσει να ορίσουν τη σεξουαλικοποίηση των παιδιών, ωστόσο κάτι τέτοιο δεν είναι πολύ εύκολο για ένα πολυπαραγοντικό φαινόμενο. Οι Bigler, Tomasetto και McKenney (2019)²¹⁴ στηριζόμενοι στην έκθεση της A.P.A. (2007), θεωρούν τη σεξουαλικοποίηση ως ένα φαινόμενο που συμβαίνει, όταν το άτομο δίνει αξία αποκλειστικά ή πρωτίστως στη σεξουαλικότητά του και οι Άλλοι το αντιλαμβάνονται ή το χρησιμοποιούν ως

²¹² Δημητρακοπούλου, Β & Τσίτσικα, Α. (2019). «Σεξουαλικοποίηση» Παιδιών και Εφήβων. Στο Άρτεμις Τσίτσικα και Αλέξανδρος Κοπανιάρης (Επιμ.), *Ψηφιακή Γενικά. Χρήση της Τεχνολογίας από παιδιά και εφήβους* (120-131). Αθήνα: Εκδόσεις Πεδίο.

²¹³ όπ. παρ.

²¹⁴ Bigler, R. S., Tomasetto, C. & McKenney, S. (2019). Sexualization and youth: Concepts, theories, and models. *International Journal of Behavioral Development*, 43(6), 530-540.

σεξουαλικό αντικείμενο. Παρά το γεγονός, ότι οι ειδικοί καταλήγουν στο ότι δεν υπάρχει ένας επαρκής ορισμός που να καλύπτει το εύρος του φαινομένου, όλοι συμφωνούν πως τα χαρακτηριστικά των σεξουαλικών μηνυμάτων και εικόνων δύσκολα μπορούν να οριστούν και να αποτυπωθούν σε ποσοστά²¹⁵. Αν και η σεξουαλικοποίηση αφορά κατά κύριο λόγο τα κορίτσια, ωστόσο σε ένα μεγάλο βαθμό αφορά και τα αγόρια, αφού και τα ίδια ως έφηβοι έρχονται αντιμέτωπα με εικόνες και παραστάσεις των μέσων, ή κοινωνικοποιούνται με βάση στερεότυπα που σχετίζονται με το φύλο και επηρεαζόμενα από τις κοινωνικές και φιλικές τους σχέσεις αναπτύσσουν αντιλήψεις που νομιμοποιούν τη σεξουαλικοποίηση τους ή ακόμα επηρεάζονται και από το οικογενειακό τους περιβάλλον, όπου πιθανόν να επικρατούν ιδέες και απόψεις για το πώς αντιμετωπίζονται τα κορίτσια και οι γυναίκες ως σεξουαλικά αντικείμενα²¹⁶. Σύμφωνα με τους Bigler, Tomasetto & McKenney (2019) δυστυχώς αυτή η υπερ-έκθεση των εφήβων σε τέτοιου είδους αντιλήψεις, συμπεριφορές και ιδέες, έχει βλαβερές συνέπειες στην ανάπτυξή τους, αφού μερικά από τα αποτελέσματα της σεξουαλικοποίησης είναι η έκθεση σε πορνογραφικό περιεχόμενο, η σεξουαλική παρενόχληση και η εγωκεντρική σεξουαλική συμπεριφορά.

Η υπερπληροφόρηση, ο καταιγισμός από εικόνες και η ελευθερία κινήσεων που προσφέρει το διαδίκτυο, κυρίως όταν υπάρχει ελλιπής γονικός έλεγχος έχουν εντείνει το φαινόμενο της σεξουαλικοποίησης με τους εφήβους να αναπτύσσουν ανεξέλεγκτες συμπεριφορές και αντιλήψεις, οι οποίες αρκετές φορές αγγίζουν την παραβατικότητα. Ειδικότερα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν βρει πρόσφορο έδαφος, αφού η επικοινωνία έχει γίνει πιο εύκολη από ποτέ, όπως και η διακίνηση εικόνων, φωτογραφιών και γενικότερα περιεχομένου που αφορά σε ευαίσθητα προσωπικά στοιχεία και δεδομένα. Στη Δύση τα κορίτσια και οι γυναίκες ενθαρρύνονται να αναδεικνύουν τη θηλυκότητα και τη σεξουαλικότητά τους και μάλιστα ανταμείβονται γι' αυτό από τα μέσα. Τα καινούρια media, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα οποία είναι ιδιαίτερα δημοφιλή στους νέους ανθρώπους περιέχουν στοιχεία σεξουαλικοποίησης, καθώς οι έφηβες και οι νέες γυναίκες τα

²¹⁵ όπ. παρ.

²¹⁶ όπ. παρ.

χρησιμοποιούν για να «διαφημίσουν» τους εαυτούς τους και το «sexiness» που διαθέτουν, με τον κίνδυνο να αντιμετωπίζονται online ως σεξουαλικά αντικείμενα (Daniels & Zurbriggen, 2016: 937)²¹⁷. Δεν είναι τυχαίο πως σε μελέτες που έχουν πραγματοποιηθεί σχετικά με τα πιο δημοφιλή video games στις Η.Π.Α. οι γυναικείοι χαρακτήρες συνήθως είναι ακατάλληλα ενδεδυμένοι και με λιγοστά ρούχα, σε σχέση με τους ανδρικούς (Downs & Smith, 2010)²¹⁸.

Στη σύγχρονη εποχή τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν μεγάλη επίδραση στην κατασκευή της ταυτότητας, της σεξουαλικότητας και του φύλου. Ωστόσο υπάρχουν κάποιες ιστοσελίδες που μέσω των φωτογραφιών και των video που ανεβάζουν, ενισχύουν τις προκαταλήψεις σε ό,τι αφορά τη στερεοτυπική συμπεριφορά κάθε φύλου και πώς αυτή θα πρέπει να αποτυπώνεται και να διατυπώνεται από τα μέσα επικοινωνίας. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δίνουν την ευκαιρία στα νεαρά κορίτσια να χτίσουν τη δική τους ταυτότητα και να κατασκευάσουν κατά το δοκούν την εικόνα τους με βάση τις αντιλήψεις τους περί θηλυκότητας (Davis, 2018: 1)²¹⁹. Αυτό που προκύπτει από την παρατήρηση και την παρακολούθηση των συμπεριφορών των εφήβων στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης είναι ότι η αξία, των κοριτσιών συνήθως ενυπάρχει στη σεξουαλικότητα και τη διαθεσιμότητά τους (Lerum & Dworkin, 2009)²²⁰. Αυτές οι αντιλήψεις όμως δεν είναι καινοφανείς, ούτε μπορούμε να θεωρήσουμε πως ξεκίνησαν από τη στιγμή που δημιουργήθηκαν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι αντιλήψεις αυτές ενυπάρχουν στην πατριαρχία²²¹ και τις παραδόσεις που απορρέουν από αυτήν. Το παράδοξο είναι ότι ενώ οι νεαρές γυναίκες επικροτούνται online συνήθως από τα αγόρια και τους άνδρες, όταν εκμεταλλεύονται και επιδεικνύουν τη σεξουαλικότητά τους,

²¹⁷ Daniels, E. A. & Zurbriggen, E. L. (2016). "It's not the Right Way to Do Stuff on Facebook: An Investigation of Adolescent Girls' and Young Women's attitudes Toward Sexualized Photos on Social Media". *Sexuality & Culture*, 20, 936-934.

²¹⁸ Downs, E. & Smith, S. L. (2010). Keeping abreast of hypersexuality: A video game character content analysis. *Sex Roles*, 62, 721-733.

²¹⁹ Davis, S. E. (2018). Objectification, Sexualization, and Misrepresentation: Social Media and the College Experience. *Social Media + Society*, July-September, 1-9.

²²⁰ Lerum, K. & Dworkin, S. L. (2009). Toward an Interdisciplinary Dialogue on Youth, Sexualization, and Health. *Journal of Sex Research*, 46(4), 271-273.

²²¹ όπ. παρ.

ωστόσο στοχοποιούνται από τα υπόλοιπα κορίτσια, τα οποία τα χαρακτηρίζουν με ακατάλληλο και απαξιωτικό λεξιλόγιο (slut shaming) (Ng, 2016)²²².

Το διαδίκτυο περιέχει σχεδόν το 100% της πανανθρώπινης γνώσης και οι έφηβοι έχουν μία τρομερή δίψα για μάθηση, συνεπώς εκεί θα βρουν τις απαντήσεις για όλα όσα τους απασχολούν και ενδεχομένως δε θέλουν να ρωτήσουν το οικογενειακό ή φιλικό τους περιβάλλον. Σε αυτές τις ηλικίες καταναλώνουν, αλληλεπιδρούν και δημιουργούν τα δικά τους μέσα επικοινωνίας και από το διαδίκτυο μπορούν εύκολα και γρήγορα να λάβουν πληροφορίες και μηνύματα σχετικά με τη σεξουαλικότητα, τους ρόλους των φύλων και τις μεταξύ τους σχέσεις (Eyal & Ben-Ami, 2017²²³; Lamb & Koven, 2019²²⁴; Παππά, 2008²²⁵).

Η σεξουαλικοποίηση έχει τρομερές συνέπειες στους εφήβους, όπως περιγράφονται τόσο από την έκθεση της A.P.A. (2007), όσο και από όλες τις πρόσφατες μελέτες. Η αυτο-αντικειμενοποίηση και η αυτο-σεξουαλικοποίηση θεωρούνται σημαντικές συνέπειες, καθώς τα κορίτσια ζουν σε κοινωνικά περιβάλλοντα, όπου η σεξουαλικότητά τους υπερέχει όλων των ικανοτήτων και των δυνατοτήτων τους και θεωρείται προσόν (Lamb & Koven, 2019: 4), γεγονός που υποβιβάζει την αξία, αλλά και την αξιοπρέπειά τους και υποβαθμίζει τις ανάγκες και τις επιθυμίες τους (Holland & Haslam, 2013²²⁶; Lamb & Koven, 2019). Μία ακόμη σημαντικότερη επίπτωση της σεξουαλικοποίησης των παιδιών και των εφήβων είναι οι σεξιστικές, στερεοτυπικές συμπεριφορές που φανερώνουν ανοχή στην κουλτούρα του βιασμού (Lamb & Koven, 2019: 5) και αυτό προκύπτει τόσο μέσα από τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, όσο και από την παρακολούθηση μουσικών video, ταινιών και άλλων μέσων που παρουσιάζουν τα κορίτσια και τις γυναίκες ως σεξουαλικά αντικείμενα. Η αντιμετώπιση αυτή οδηγεί σε φτωχότερη ψυχική υγεία, αφού τα κορίτσια ανησυχούν μονίμως για το σώμα τους, νιώθουν απογοητευμένα

²²² Ng, S. V. (2016). Social Media and the Sexualization of Adolescent Girls. *The American Journal of Psychiatry Residents' Journal*, 11(12), 14-14.

²²³ Eyal, K. & Ben-Ami, Y. (2017). It only happens once: Adolescents' interpretations of mediated messages about sexual initiation. *Mass Communication and Society*, 20, 68-91.

²²⁴ Lamb, S. & Koven, J. (2019). Sexualization of Girls: Addressing Criticism of the APA Report, Presenting New Evidence. *SAGE Open*, October – December, 1-15.

²²⁵ Παππά, Β. (2008). *Γονείς, παιδιά και ΜΜΕ: Ένας οδηγός γονικής συμπεριφοράς*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.

²²⁶ Holland, E. & Haslam, N. (2013). Worth the weight: The objectification of overweight versus thin targets. *Psychology of Women Quarterly*, 37, 462-468.

όταν δεν καταφέρνουν να μοιάσουν στα πρότυπα της τέλει γυναίκας που παρουσιάζονται από τα μέσα με αποτέλεσμα να είναι ευάλωτα σε διατροφικές διαταραχές και να εμφανίζουν σημάδια κατάθλιψης²²⁷. Επίσης, η σεξουαλικοποίηση επηρεάζει σε σημαντικό βαθμό τη σεξουαλική δραστηριότητα, τη συμπεριφορά και τις σχέσεις των εφήβων, οι οποίοι δημιουργούν προσδοκίες με βάση τις υποτιθέμενες επιθυμίες τους, όπως αυτές υπαγορεύονται από τις εικόνες και τα μηνύματα στα οποία έχουν εκτεθεί από τα μέσα²²⁸.

Με την αδιαμφισβήτητη παντοδυναμία της τεχνολογίας, του διαδικτύου και συγκεκριμένα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, τα παιδιά και οι έφηβοι, δεν εκτίθενται αποκλειστικά σε εικόνες σεξουαλικού περιεχομένου, αλλά και οι ίδιοι δημιουργούν σεξουαλικό περιεχόμενο, καθώς μία νέα μόδα έχει αναδυθεί στη σύγχρονη εποχή, ονομάζεται «sexting», και είναι ο συνδυασμός των λέξεων sex και text. Το sexting είναι η δραστηριότητα κατά την οποία οι έφηβοι στέλνουν μεταξύ τους μηνύματα με γυμνές ή ημίγυμνες φωτογραφίες, τις οποίες τράβηξαν οι ίδιοι ή επίσης στέλνουν γραπτά μηνύματα με σεξουαλικό περιεχόμενο (Willard, 2010: 542)²²⁹. Μεταξύ των εφήβων, το φαινόμενο του sexting φαίνεται να επηρεάζεται από διάφορους παράγοντες, όπως η ψηφιακή τεχνολογία της εικόνας, με την οποία είναι πολύ εύκολο να φωτογραφίζει κάποιος και ταυτόχρονα να στέλνει τις φωτογραφίες αυτές σε όλες τις συσκευές που είναι συνδεδεμένες στο διαδίκτυο, η παρορμητικότητα και οι ορμόνες που ορίζουν την εφηβική ηλικία, η πίεση από τους συνομήλικους ή τους συντρόφους τους και φυσικά η αφέλεια και η βιολογική ανωριμότητα να αντιληφθούν και να προβλέψουν τις πιθανές επιβλαβείς συνέπειες των πράξεών τους²³⁰.

Σύμφωνα με το Saferinternet4kids.gr σε έρευνα που πραγματοποίησαν οι συμβουλευτικοί οργανισμοί Childline και NSPCC με αντικείμενο «Sexting και νέοι άνθρωποι: Η άποψη των γονιών» (2016)²³¹ σε δείγμα 1.000 ατόμων στη Μεγάλη

²²⁷ όπ. παρ.

²²⁸ όπ. παρ.

²²⁹ Willard, N. E. (2010). Sexting and Youth: Achieving a Rational Response. *Journal of Social Sciences*, 6(4), 542-562.

²³⁰ όπ. παρ.

²³¹ NSPCC (2016). *Sexting and Young People: The Parent's View*. Available on: <https://learning.nspcc.org.uk/research-resources/2016/sexting-young-people-parents-view>

Βρετανία, το 73% των ερωτηθέντων πιστεύει πως το sexting είναι πάντα επιβλαβές, ενώ το 37% θεωρεί πως υπάρχει πιθανότητα στο μέλλον να ξαναεμπλακεί το παιδί του σε αντίστοιχη κατάσταση. Εντύπωση προκαλεί για ακόμα μία φορά πως λιγότεροι από τους μισούς γονείς (42%) έχουν συζητήσει με τα παιδιά τους τι σημαίνει και πόσο επιβλαβές μπορεί να είναι το sexting για τα ίδια, ενώ το 19% δεν σκοπεύει ποτέ να ανοίξει τέτοιου είδους συζήτηση. Σημαντικό είναι και το 83% που δεν έχει λάβει ποτέ πληροφορίες για το φαινόμενο αυτό, ενώ το 50% πιστεύει πως ο δημοφιλέστερος τρόπος για να πληροφορηθούν οι γονείς είναι μέσω του σχολείου ή μέσω του Internet. Η συντριπτική πλειοψηφία (86%) των ερωτηθέντων πιστεύει πως σε περίπτωση που το παιδί τους βρεθεί σε τέτοιου είδους κατάσταση θα απευθυνθεί είτε στην αστυνομία, είτε σε κάποια από τις γραμμές βοήθειες για ανάλογα περιστατικά. Πάντως από την έρευνα προκύπτει η ανεπάρκεια και η ανικανότητα των γονιών να διαχειριστούν το sexting και να υποστηρίξουν αποτελεσματικά το παιδί τους, επίσης οι μισοί γονείς δεν γνωρίζουν τα όρια του sexting και τότε θα πρέπει να απευθυνθούν στις αρχές για την προστασία των παιδιών τους. Όσον αφορά στην ελληνική πραγματικότητα, σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία της Γραμμής Βοήθειας του INSAFE για το 2017, το 11% των κλήσεων αφορούσε ζητήματα σχετικά με την αγάπη, τη σεξουαλικότητα και τις σχέσεις, ενώ το 7% αφορούσε το sexting.

Από τις έρευνες που πραγματοποιούνται μέχρι και σήμερα και τα στατιστικά στοιχεία που προκύπτουν φαίνεται πως οι ανεπαρκείς γνώσεις των γονέων, όπως και η έλλειψη εμπιστοσύνης των εφήβων προς τους γονείς δυσχεραίνουν το φαινόμενο της σεξουαλικοποίησης, το οποίο μπορεί να οδηγήσει σε βλαβερές συνέπειες για την ψυχική υγεία τους και όχι μόνο. Η οικογένεια και το σχολείο αποτελούν τους δύο πυλώνες στήριξης και υποστήριξης των παιδιών και των εφήβων και η ενδεχόμενη συνεργασία τους με σκοπό την ενημέρωση και την ευαισθητοποίηση σε θέματα σεξουαλικής διαπαιδαγώγησης (Δημητρακοπούλου & Τσίτσικα, 2019: 127) θα μπορούσε να αναπτύξει μία αποτελεσματική δυναμική αντιμετώπισης του φαινομένου τόσο για τα κορίτσια που στοχοποιούνται, όσο και για τα αγόρια, τα οποία η σεξουαλικοποίηση αφορά λιγότερο. Επίσης η καλύτερη και σαφέστερη ενημέρωση σχετικά με νομικά ζητήματα που προκύπτουν από το sexting θα βοηθούσε ιδιαίτερα στην πρόληψη του φαινομένου, καθώς οι γονείς, αλλά κυρίως

οι έφηβοι θα είναι σε θέση να αντιληφθούν ότι κάποιες συμπεριφορές είναι παραβατικές και θα οφείλουν να λογοδοτήσουν για τις πράξεις τους.

5.3.4. Διαδικτυακή αποπλάνηση – Grooming

Η διαδικτυακή αποπλάνηση αφορά σε περιπτώσεις, όπου ένα παιδί ή έφηβος προσεγγίζεται μέσω του διαδικτύου από έναν ενήλικα με απώτερο σκοπό την εκμετάλλευσή του. Συγκεκριμένα, «ο όρος «grooming» αναφέρεται στη συμπεριφορά εκείνη του διαδικτυακού χρήστη που έχει σκοπό να εμπνεύσει εμπιστοσύνη στο παιδί, ώστε να πραγματοποιήσει μαζί του μία μυστική συνάντηση» (Helpline, 2017). Σύμφωνα με τον McAlinden (2012: 11)²³², ο οποίος επιχείρησε να ορίσει την αποπλάνηση μέσω του διαδικτύου, grooming θεωρείται «η χρήση πληθώρας χειριστικών και ελεγκτικών τεχνικών σε ένα ευάλωτο υποκείμενο με ένα εύρος διαπροσωπικών και κοινωνικών συνθηκών, με σκοπό ο θύτης να κερδίσει την εμπιστοσύνη του θύματος ή να καταστήσει κανονικότητα μία σεξουαλικά επιβλαβή συμπεριφορά με απώτερο σκοπό τη διευκόλυνση της εκμετάλλευσης και/ή την απαγόρευση της αποκάλυψης αυτής της πράξης». Και σε αυτήν την περίπτωση είναι αρκετά δύσκολο να ορίσει και να αναγνωρίσει κανείς τη διαδικτυακή αποπλάνηση και παρόμοιες τεχνικές. Εμπειρικά στοιχεία φανερώνουν πως το grooming περιλαμβάνει αρκετές τεχνικές που δεν είναι αποκλειστικά σεξουαλικές, ούτε κατευθείαν επιβλαβείς. Ούτε απαραίτητα καταλήγουν σε σεξουαλική κακοποίηση. Μπορεί να υπάρξει παιδική σεξουαλική κακοποίηση και χωρίς διαδικτυακή αποπλάνηση (O' Leary, Koh & Dare, 2017: 7)²³³. Συνήθως ο θύτης προσπαθεί να κερδίσει την εμπιστοσύνη τόσο του παιδιού, όσο και των οικείων του, με σκοπό να εισχωρήσει στο στενό του περιβάλλον και να δημιουργήσει τις ιδανικές συνθήκες ώστε να επιχειρήσει την κακοποίηση του παιδιού²³⁴. Τα παιδιά και οι έφηβοι που είναι πιο ευάλωτοι σε φαινόμενα αποπλάνησης συνήθως φέρουν κάποιο από τα παρακάτω χαρακτηριστικά ή συνδυασμό αυτών: α) είναι κοινωνικά απομονωμένα,

²³² McAlinden, A. M. (2012). "Grooming" and the sexual abuse of children: institutional, internet and familial dimensions. Oxford: Clarendon Studies in Criminology.

²³³ O' Leary, P., Koh, E. & Dare, A. (2017). *Grooming and child sexual abuse in institutional contexts*. Sydney: Royal Commission into Institutional Responses to Child Sexual Abuse.

²³⁴ όπ. παρ.

β) έχουν ψυχολογικά προβλήματα ή προβλήματα στη συμπεριφορά τους, γ) έχουν χαμηλή αυτοπεποίθηση, δ) έχουν ένα γονέα που είναι μονίμως απών, ε) είναι ήδη θύματα σχολικού ή και διαδικτυακού εκφοβισμού, στ) βιώνουν καταστάσεις ενδοοικογενειακής βίας, ζ) δεν έχουν επίγνωση της σεξουαλικής τους ταυτότητας και η) έχουν ιστορικό σωματικής, συναισθηματικής και σεξουαλικής κακοποίησης (Llewellyn, Wayland & Hindmarsch, 2016)²³⁵.

Στην ψηφιακή κοινωνία όλοι έχουν την ευκαιρία να αναπτυχθούν σε διάφορα πεδία με κοινωνικές - οικονομικές προεκτάσεις ή ακόμα και σε πεδία σχετιζόμενα με την υγεία και την εκπαίδευση. Παρ' όλο που τα ψηφιακά μέσα έχουν πληθώρα πλεονεκτημάτων, όπως η γρήγορη επικοινωνία, η πρόσβαση στην πληροφορία, ευκαιρίες μάθησης και ψυχαγωγία κ.ά., ωστόσο η χρήση τους ενέχει αρκετό ρίσκο (Machimbarrena, Calvete, Fernandez-Gonzalez, Alvarez-Bardon, Alvarez-Fernandez & Gonzalez-Cabrera, 2018: 1)²³⁶. Οι ανήλικοι στον ψηφιακό κόσμο κατασκευάζουν και συν-κατασκευάζουν τα περιβάλλοντά τους, συνδέοντας την εικονική πραγματικότητα με τη φυσική και μέσα σε ένα πολύπλοκο περιβάλλον περνούν από διάφορα σημαντικά αναπτυξιακά στάδια της εφηβείας, όπως είναι η κατανόηση της σεξουαλικότητάς τους και η κατασκευή της ταυτότητάς τους²³⁷. Μεταξύ του online και offline κόσμου όμως, οι ανήλικοι έχουν να αντιμετωπίσουν και τη σκοτεινή πλευρά της τεχνολογίας και μάλιστα κατά τη διάρκεια μίας ηλικίας που χαρακτηρίζεται από ανωριμότητα και ευαλωτότητα. Το grooming είναι ένα πολύ σοβαρό κοινωνικό πρόβλημα, το οποίο συχνά θεωρείται ποινικό αδίκημα, όπως για παράδειγμα στην Ισπανία, όπου περιλαμβάνεται στον ποινικό κώδικα²³⁸.

Στην περίπτωση της διαδικτυακής αποπλάνησης, η κατάσταση είναι εξαιρετικά επικίνδυνη, διότι ο θύτης είναι ενήλικας και δρα με δόλο και σκοπιμότητα τη σεξουαλική εκμετάλλευση ανηλίκου. Σύμφωνα με τους Rybníček, Poisel & Tjøa

²³⁵ Llewellyn, G., Wayland, S. & Hindmarsch, G. (2016). *Disability and child sexual abuse in institutional contexts*. Sydney: Royal Commission into Institutional Responses to Child Sexual Abuse.

²³⁶ Machimbarrena, J. M., Calvete, E., Fernandez-Gonzalez, L., Alvarez-Bardon, A., Alvarez-Fernandez & Gonzalez-Cabrera, J. (2018). Internet Risks: An Overview of Victimization in Cyberbullying, Cyber Dating Abuse, Sexting, Online Grooming and Problematic Internet Use. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15, 1-15.

²³⁷ όπ. παρ.

²³⁸ όπ. παρ.

(2013: 2854)²³⁹, τρία είδη groomers συναντάμε στο διαδίκτυο: α) ο διεστραμμένος θύτης που προσκολλάται στο θύμα, ο οποίος θέλει να συνάψει σχέση με το ανήλικο, β) ο προσαρμόσιμος online θύτης, ο οποίος θέλει να ικανοποιήσει τις δικές του ανάγκες και βλέπει το θύμα ως ώριμο και ικανό και γ) ο υπερσεξουαλικός θύτης, που κατέχει υλικό παιδικής πορνογραφίας κι έχει online σχέσεις με παιδόφιλους. Η αναγνώριση του πρώτου τύπου θύτη είναι αρκετά δύσκολη στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης και δεν μπορεί κανείς εύκολα να διακρίνει τον τρόπο που κινείται και τη δράση του. Εκεί που εστιάζουμε κατά κύριο λόγο είναι στους δύο επόμενους τύπους θύτη, οι οποίοι μπορεί να προκαλέσουν σημαντικότερη βλάβη σε ανήλικους, καθώς σκοπός τους είναι η σεξουαλική εκμετάλλευση των θυμάτων τους. Ο τρόπος με τον οποίο ενεργούν οι δράστες έχει έξι στάδια και είναι τα εξής: α) αρχίζουν με ένα θερμό χαιρετισμό στα social media, β) συνεχίζουν με κομπλιμέντα, γ) ξεκινούν συζήτηση για τα απόκρυφα σημεία τους, δ) κάνουν σεξουαλικούς χειρισμούς, ε) ανταλλάσσουν βίντεο και φωτογραφίες και στ) κανονίζουν μία συνάντηση (Γάκη & Αντωνίου, 2014; Elzinga, Wolff & Poelmans, 2012²⁴⁰; Kloess, Hamilton-Giachritsis & Beech, 2017²⁴¹; Rybnicek et al., 2013). Οι groomers μπορούν πολύ εύκολα να αντλήσουν πληροφορίες για τα υποψήφια θύματά τους από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ειδικά όταν το προφίλ των παιδιών και των εφήβων είναι δημόσιο και δεν προστατεύονται τα ευαίσθητα προσωπικά δεδομένα τους, ενώ βρίσκονται σε κοινή θέα οποιουδήποτε μπει στο προφίλ τους. Στο Facebook για παράδειγμα, είναι αρκετά εύκολο να παρακολουθήσει κανείς τις διαδικτυακές δραστηριότητες κάποιου ατόμου, καθώς μπορεί εύκολα να δει τα άλμπουμ των φωτογραφιών, τη λίστα των φίλων, τις εκδηλώσεις στις οποίες πρόκειται να παρευρεθεί, προσωπικές πληροφορίες στην αρχική σελίδα, τη μουσική που προτιμάει και όλα αυτά γίνονται ακόμα πιο εύκολα για τους groomers, όταν οι ανήλικοι δε φροντίζουν να ενεργοποιήσουν όλες τις δικλίδες ασφαλείας που

²³⁹ Rybnicek, M., Poisel, R. & Tjoa, S. (2013). Facebook Watchdog: A Research Agenda For Detecting Online Grooming and Bullying Activities. *IEEE International Conference on Systems, Man, and Cybernetics*, 2854-2859.

²⁴⁰ Elzinga, P., Wolff, K. & Poelmans, J. Analyzing chat conversations of pedophiles with temporal relational semantic systems. In *2012 European Intelligence and Security Informatics Conference*, 242-249.

²⁴¹ Kloess, J., Hamilton-Giachritsis, C. & Beech, A. (2017). Offence Processes of Online Sexual Grooming and Abuse of Children Via Internet Communication Platforms. *Sexual Abuse A Journal of Research*, 31(1), 73-96.

παρέχονται στις ρυθμίσεις του λογαριασμού τους, με σκοπό να προστατευθούν από πάσης φύσεως διαδικτυακές παρενοχλήσεις (Rybnicek et al., 2013: 2856). Αυτό που είναι αρκετά σημαντικό στην περίπτωση της διαδικτυακής αποπλάνησης, σύμφωνα με την O'Connell (2003)²⁴² και μεταγενέστερα με την Berson (2008)²⁴³, είναι η ύπουλη και παραπλανητική συμπεριφορά του groomer, ο οποίος μπορεί πολύ εύκολα να κρύψει την πραγματική του ταυτότητα πίσω από την ανωνυμία του Internet και συγκεκριμένα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και να παρουσιαστεί ως «ένας από τα παιδιά», ένας συνομήλικος, που εντελώς αθώα θέλει να μάθει περισσότερα για το θύμα του, να το φλερτάρει και στο τέλος να το αποπλανήσει. Η ανωνυμία, η διαθεσιμότητα ευαίσθητων προσωπικών πληροφοριών και η ευκολία της επαφής με άλλους ανθρώπους καθιστούν τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης χρήσιμα εργαλεία για τους διαδικτυακούς κυνηγούς παιδιών (Kierkegaard, 2008: 43)²⁴⁴. Αν και οι περισσότερες ιστοσελίδες έχουν περιορισμούς στην ηλικία των χρηστών, είναι πολύ πιθανό, ανήλικοι να παραποιήσουν την πραγματική τους ηλικία, με σκοπό να δημιουργήσουν λογαριασμούς σε δημοφιλή κοινωνικά δίκτυα. Από την άλλη, οι online παιδόφιλοι είναι αρκετά καλά πληροφορημένοι σχετικά με την τεχνολογία και το πώς να κρύψουν τα διαδικτυακά τους αποτυπώματα και την πραγματική τους ταυτότητα, ακόμα κι αν αποκαλυφθούν από τις αρχές και τους φορείς που αστυνομεύουν το διαδίκτυο, αυτοί και πάλι βρίσκουν τρόπο να συνεχίζουν τη δράση τους²⁴⁵. Συνεπώς η απερίσκεπτη συμπεριφορά των παιδιών σε συνδυασμό με τις έξυπνες και παραπλανητικές τεχνικές των groomers καθιστούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ένα εξαιρετικά επικίνδυνο περιβάλλον για τους ανηλίκους, ειδικά όταν απουσιάζει ο γονικός έλεγχος και η έγκαιρη – έγκυρη ενημέρωση των γονέων για θέματα που αφορούν την ασφάλεια των παιδιών τους στο διαδίκτυο και η προστασία τους από επιτήδειους που έχουν σκοπό να τα βλάψουν.

²⁴² O'Connell, R. (2003). *A Typology of Cyber Sexploitation and Online Grooming Practices*. Preston, England: University of Central Lancashire. Available on: <http://image.guardian.co.uk/sys-files/Society/documents/2003/07/17/Groomingreport.pdf>.

²⁴³ Berson, I. R. (2008). Grooming Cyber victims: The Psychosocial Effects of Online Exploitation for Youth. *Journal of School Violence*, 2(1), 5-18.

²⁴⁴ Kierkegaard, S. (2008). Online child protection: Cybering, online grooming and ageplay. *Computer Law & Security Report*, 24, 41-55.

²⁴⁵ όπ. παρ.

Ένα ζήτημα που έχει ανακύψει και συζητείται ιδιαίτερα τόσο στους επιστημονικούς κύκλους, όσο και στα μέσα επικοινωνίας είναι η σχέση της χρήσης των κοινωνικών δικτύων με την εικόνα του σώματος. Οι περισσότερες μελέτες συνήθως εξετάζουν το συσχετισμό της έκθεσης στα social media με την ανησυχία που προκύπτει από την εικόνα του σώματος. Ωστόσο η χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης είναι εντελώς διαφορετική όσον αφορά την εικόνα από τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας που υπήρχε μία παθητική θέαση, χωρίς διάδραση, χωρίς σχόλια, σε πρώτο χρόνο, καθώς τώρα οι χρήστες είναι δραστήριοι, δημιουργούν το δικό τους περιεχόμενο και συμμετέχουν ενεργά στην κριτική όσων βλέπουν στο διαδίκτυο (Meier & Gray, 2014²⁴⁶; Kim & Chock, 2015²⁴⁷). Στη μελέτη των Kim & Chock (2015) γίνεται λόγος και για το social grooming, ένας όρος που σχετίζεται με το παραδοσιακό grooming, η διαφορά τους όμως βρίσκεται στο γεγονός, ότι οι χρήστες των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης επιθυμούν οι ίδιοι να γίνονται αρεστοί σε πιθανούς νέους «φίλους» και γι' αυτό το λόγο προσέχουν πολύ τις φωτογραφίες και το υλικό που ανεβάζουν, ώστε να αυξήσουν τη θετική ανταπόκριση τόσο των ήδη υπάρχουσών επαφών, όσο και την προσέλκυση νέων. Και αυτό είναι ακριβώς το σημείο που η εικόνα του σώματος είναι πολύ σημαντική, διότι αυτή η προσπάθεια για την τέλεια φωτογραφία προφίλ, οδηγεί σε υπερβολές και ενδεχομένως σε λάθος εκτίμηση για την ουσιαστική αξία του ατόμου, ενώ δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις που οι μελέτες συσχετίζουν τα «likes» με επικίνδυνες διατροφικές διαταραχές ειδικά σε εφήβους που είναι και οι πιο ευάλωτες ηλικιακά ομάδες (Kim & Chock, 2015; Mabe, Forney & Keel, 2014²⁴⁸). Στις δυτικές κοινωνίες η εικόνα των γυναικών είναι πολύ σημαντική γι' αυτό και οι περισσότερες έρευνες εξετάζουν τη σχέση μεταξύ μέσων και εικόνας του σώματος κατά κύριο λόγο των γυναικών, όμως αυτή είναι μία ανησυχία που αφορά πλέον και τους άντρες, αφού τα μέσα προβάλλουν τις τέλειες εικόνες ανδρικών σωμάτων με αποτέλεσμα και οι ίδιοι πλέον να αντιμετωπίζουν προβλήματα χαμηλής αυτοεκτίμησης (Daniel & Bridges,

²⁴⁶ Meier, E. P. & Gray, J. (2014). Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 17(4), 199-206.

²⁴⁷ Kim, J. W. & Chock, T. M. (2015). Body image 2.0: Associations between social grooming on Facebook and body image concerns. *Computers in Human Behavior*, 48(2015), 331-339.

²⁴⁸ Mabe, A. G., Forney, K. J. & Keel, P. K. (2014). Do you “like” my photo? Facebook use maintains eating disorder risk. *International Journal of Eating Disorders*, 47(5), 516-523.

2010)²⁴⁹. Ειδικά στους εφήβους που βρίσκονται σε ένα μεταβατικό στάδιο από την παιδική ηλικία στην ενήλικη ζωή, το grooming ή και το φαινομενικά ακίνδυνο social grooming μπορούν να έχουν ολέθρια αποτελέσματα, καθώς είναι φαινόμενα εξαιρετικά επικίνδυνα που έχουν σοβαρότατες συνέπειες στη ζωή τους.

Οι Whittle, Hamilton-Giachritsis & Beech (2013)²⁵⁰, μελέτησαν τις επιδράσεις της διαδικτυακής αποπλάνησης και της σεξουαλικής παρενόχλησης στα παιδιά και τους εφήβους και κατέληξαν πως οι συνέπειες στην ψυχολογία και την ψυχική υγεία τους είναι ανεπανόρθωτες, το αίσθημα ντροπής είναι ιδιαίτερα έντονο ενώ δεν ξεχνούν ποτέ το θύτη, ακόμα και σε άσχετες στιγμές της ζωής του (για παράδειγμα στο άκουσμα ενός τραγουδιού ή μιας μελωδίας). Επίσης δεν είναι λίγα τα παιδιά που επιχείρησαν να βλάψουν τον εαυτό τους, καταλήγοντας στο νοσοκομείο. Ωστόσο οι πιο κοινές συνέπειες ήταν η απώλεια αυτοεκτίμησης - αυτοπεποίθησης και ο θυμός. Βέβαια η διαδικτυακή αποπλάνηση και η σεξουαλική παρενόχληση δεν έχουν αντίκτυπο μόνο στο θύμα, αλλά και στις σχέσεις με την οικογένειά του, με τους φίλους του, με το σχολείο, ενώ ταυτόχρονα επηρεάζεται και ο τρόπος χρήσης του διαδικτύου²⁵¹. Τα παιδιά και οι έφηβοι χάνουν την εμπιστοσύνη τους στους γονείς τους, ή ακόμη και οι γονείς νιώθουν ενοχές που δεν αντιλήφθηκαν αυτήν τη δυσάρεστη κατάσταση στην οποία βρέθηκε το παιδί τους, ενώ σε αρκετές περιπτώσεις το οικογενειακό περιβάλλον του παιδιού επιχείρησε να ασκήσει βία στο θύτη. Πάντως σε κάθε περίπτωση είναι περισσότερο προσεκτικά στη χρήση του ίντερνετ, δεν περνούν πολύ χρόνο μπροστά σε μία οθόνη, δεν μοιράζονται προσωπικά – ευαίσθητα δεδομένα, δεν μιλάνε με αγνώστους online και σε περίπτωση που ένιωθαν ανασφάλεια στο διαδίκτυο σίγουρα θα το ανέφεραν στο οικογενειακό τους περιβάλλον και θα ζητούσαν βοήθεια²⁵².

Όσον αφορά στα στατιστικά στοιχεία για τη διαδικτυακή αποπλάνηση, σύμφωνα με την έρευνα του EU NET ABD (2012), το 63% των εφήβων επικοινωνεί με αγνώστους στο διαδίκτυο, με το 45,7% να έχει συναντήσει στο φυσικό κόσμο

²⁴⁹ Daniel, S. & Bridges, S. K. (2010). The drive for muscularity in men: Media influences and objectification theory. *Body Image*, 7(1), 32-38.

²⁵⁰ Whittle, H. C., Hamilton-Giachritsis, C. & Beech, A. R. (2013). Victims' Voices: The Impact of Online Grooming and Sexual Abuse. *Universal Journal of Psychology*, 1(2), 59-71.

²⁵¹ όπ. παρ.

²⁵² όπ. παρ.

αγνώστους με τους οποίους ξεκίνησαν να επικοινωνούν σε social media. Το 9,3% από αυτούς τους εφήβους, δηλώνει πως η εμπειρία ήταν τραυματική και δε θα το επαναλάμβανε. Οι χώρες, στις οποίες ο κίνδυνος για grooming είναι μεγαλύτερος είναι η Ρουμανία, η Γερμανία και η Πολωνία, ενώ η Ελλάδα έχει το χαμηλότερο ποσοστό, κάτι που αποδεικνύεται και από τα στατιστικά στοιχεία του 2017 της Γραμμής Βοηθείας Help Line, όπου οι κλήσεις για ζητήματα σχετικά με διαδικτυακή αποπλάνηση ήταν μόλις το 1%.

Τα παιδιά και οι έφηβοι φαίνεται πως αγνοούν τις προειδοποιήσεις για την ασφάλεια στη χρήση του διαδικτύου και όσο περνάει ο καιρός, τα αγνοούν όλο και περισσότερο, γι' αυτό και αναδεικνύεται τώρα περισσότερο από ποτέ η ανάγκη για επίμονη και συχνή εκπαίδευση των νέων στην ορθή χρήση της τεχνολογίας (Davidson, Martellozzo & Lorenz, 2009²⁵³; Whittle, Hamilton-Giachritsis, Beech & Collings, 2013²⁵⁴). Η πρόληψη είναι και η σημαντικότερη και αποτελεσματικότερη αντιμετώπιση του φαινομένου της διαδικτυακής αποπλάνησης. Οι γονείς θα πρέπει να επιβλέπουν τα παιδιά τους κατά τη διάρκεια χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, αφού όταν δεν υφίσταται επίβλεψη, οι ανήλικοι γενικά εμφανίζονται περισσότερο πρόθυμοι να μοιραστούν πληροφορίες και τείνουν να εμπιστεύονται πιο εύκολα άτομα με τα οποία επικοινωνούν online (Γάκη & Αντωνίου, 2016). Επίσης τα παιδιά πιθανόν να μην αντιληφθούν καν ότι εκείνη τη στιγμή κάποιος επιτήδειος προσπαθεί να τα αποπλανήσει, μέχρι να είναι ήδη αρκετά αργά, ενώ η διαδικασία της διαδικτυακής αποπλάνησης μπορεί να ζητημα λεπτών κάποιες φορές, όμως οι αρνητικές επιδράσεις που έχει στους ανηλίκους είναι μακροχρόνιες και επίπονες (ICMEC, 2017). Σύμφωνα με τον Lanning (2018)²⁵⁵, στην περίπτωση του grooming είναι ουσιώδες να μην φαντασιωνόμαστε το στερεότυπο της αθωότητας στα παιδιά και να μη θεωρούμε δεδομένο πως ένα παιδί από μία μη λειτουργική οικογένεια είναι περισσότερο ευάλωτο ή ένα παιδί που δεν έχει την προσοχή που αρμόζει στην ηλικία του από το οικογενειακό του περιβάλλον έχει περισσότερες πιθανότητες να

²⁵³ Davidson, J., Martellozzo, E. & Lorenz, M. (2009). *Evaluation of CEOP Thinkuknow internet safety programme and exploration of young people's safety knowledge*. Centre of Abuse & Trauma Studies. Kingston, UK.

²⁵⁴ Whittle, H. C., Hamilton-Giachritsis, C., Beech, A. & Collings, G. (2013). A review of young people's vulnerabilities to online grooming, *Aggression and Violent Behavior*, 18, 62-70.

²⁵⁵ Lanning, K. (2018). The Evolution of Grooming: Concept and Term. *Journal of Interpersonal Violence*, 33(1), 5-16.

θυματοποιηθεί. Όλα τα παιδιά και οι έφηβοι είναι εν δυνάμει θύματα εξαιτίας της ηλικίας τους, ασχέτως άλλων παραγόντων (Lanning, 2018: 14).

Τέλος, ένα παρεμφερές φαινόμενο του grooming λαμβάνει ολοένα και μεγαλύτερες διαστάσεις στο διαδίκτυο κι ενώ κατά κύριο λόγο αφορούσε τους ενήλικες φαίνεται πως έχει αρχίσει να εμφανίζεται και σε μικρότερες ηλικίες. Ένας επιπλέον κίνδυνος που αντιμετωπίζουν τα παιδιά και οι έφηβοι στο διαδίκτυο είναι η εξαπάτηση ή αλλιώς διαδικτυακό ψάρεμα, ενώ ο όρος που έχει επικρατήσει είναι το catfishing, φαινόμενο που μοιάζει με το grooming, όσον αφορά στην απόκρυψη της ταυτότητας του θύτη, αλλά δεν έχει ως σκοπό τη σεξουαλική παρενόχληση, αλλά τη σύναψη σχέσης. Ο Hartney (2018)²⁵⁶ ορίζει το catfishing ως το φαινόμενο κατά το οποίο, ο θύτης προσποιείται στο internet πως είναι κάποιο άλλο υπαρκτό πρόσωπο, και αντιγράφει κάθε κίνηση του προσώπου αυτού, όπως επίσης και τον κοινωνικό του περίγυρο, με σκοπό να ξεγελάσει το άτομο που τον ενδιαφέρει, ώστε να συνάψουν συναισθηματική σχέση. Αυτό το νέο είδος απάτης που έχει προκύψει τα τελευταία χρόνια στα social media, με την ανωνυμία να βοηθάει και να διευκολύνει τέτοιου είδους δράσεις δεν αφορά μόνο παιδιά και εφήβους, αλλά και ενήλικες, οι οποίοι είναι πολύ εύκολο να εξαπατηθούν και πέσουν στην παγίδα των θυτών. Το catfishing ως απάτη έγινε ευρέως γνωστό εξαιτίας της τηλεοπτικής εκπομπής του Nev Shulman, ο οποίος έπεσε ο ίδιος θύμα διαδικτυακής απάτης και σε μία σειρά αυτοτελών επεισοδίων αποκάλυπτε ανάλογα περιστατικά catfishing ανθρώπων που υποψιάζονταν, ότι είχαν εξαπατηθεί και στρέφονταν στον Schulman για να ερευνήσει, αν οι υποψίες τους ήταν αληθινές ή όχι, με την ελπίδα ότι θα συναντούσαν τον άνθρωπο που πίστευαν ότι είχαν γνωρίσει σε κάποια ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης (Hartney, 2018: 281).

Τα ψεύτικα προφίλ στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης είναι ένα αρκετά μεγάλο πρόβλημα στο διαδίκτυο. Το Twitter, που θεωρείται από τις πιο δημοφιλείς πλατφόρμες, παραδέχτηκε το 2013, ότι τουλάχιστον το 5% των λογαριασμών είναι ψεύτικοι (Reichart-Smith, Smith & Blazka, 2013: 33)²⁵⁷. Συνήθως οι θύτες, κρύβονται

²⁵⁶ Hartney, T. (2018). Likeness Used as Bait in Catfishing: How Can Hidden Victims of Catfishing Reel in Relief? *Minnesota Journal of Law, Science & Technology*, 19(1), 277-303.

²⁵⁷ Reichart-Smith, L., Smith, K. D. & Blazka, M. (2013). Follow me, What's the Harm? Considerations of Catfishing and Utilizing Fake Online Personas on Social Media. *Journal of Legal Aspects of Sport*, 27, 32-45.

πίσω από έναν ψεύτικο λογαριασμό, διότι λόγω χαμηλής αυτοεκτίμησης θεωρούν πως αν αποκάλυπταν την πραγματική τους ταυτότητα και τον πραγματικό τους εαυτό στο θύμα τους, εκείνο δε θα τους επέλεγε για να συνάψουν μία συναισθηματική σχέση και η πλήρης διαφάνεια θα οδηγούσε σε απόρριψη (Purcell & Stroud, 2018)²⁵⁸. Ο θύτης συνήθως νιώθει αβεβαιότητα, μοναξιά, έλλειψη θάρρους και δημιουργώντας μία νέα προσωπικότητα, την οποία πλάθουν, όπως οι ίδιοι θα ήθελαν να είναι αρχίζουν να νιώθουν αυτοπεποίθηση και ξεκινούν την online επικοινωνία, ενώ πολλές φορές καταφέρνουν να αποκτήσουν μακροχρόνιες ρομαντικές σχέσεις με τα θύματά τους²⁵⁹.

5.4. Ο ρόλος της οικογένειας και του σχολείου στην προστασία από τους διαδικτυακούς κινδύνους

Στις προηγούμενες ενότητες εξετάσαμε τους κινδύνους με τους οποίους έρχονται αντιμέτωπα τα παιδιά και οι έφηβοι κατά τη χρήση του διαδικτύου και συγκεκριμένα των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης. Ο εθισμός, ο διαδικτυακός εκφοβισμός, σεξουαλικοποίηση, το sexting, η διαδικτυακή αποπλάνηση και εξαπάτηση είναι σοβαρές καταστάσεις, οι οποίες μπορεί να έχουν ολέθριες συνέπειες τόσο στην ψυχική, όσο και στη σωματική υγεία των ανηλίκων και όπως διαπιστώνουμε από τις έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί σε διεθνές, αλλά και εθνικό επίπεδο, οι γονείς αγνοούν σημαντικά ζητήματα σχετικά με τη χρήση του διαδικτύου. Δεν είναι ενημερωμένοι επαρκώς για τους κινδύνους που αντιμετωπίζουν τα παιδιά τους και ταυτόχρονα παρατηρείται και ένα έλλειμμα εμπιστοσύνης των παιδιών προς τους γονείς, καθώς το ποσοστό που θα στραφεί για βοήθεια σε περίπτωση ανάγκης στην οικογένειά του είναι μικρό, όπως μικρή είναι και η συνεργασία των σχολείων με τους γονείς σε θέματα που αφορούν την επικινδυνότητα στη χρήση του internet. Οι περισσότεροι γονείς θεωρούν πως οι σημερινοί έφηβοι δεν είναι, όπως ήταν αυτοί κάποτε, ωστόσο είναι απολύτως

²⁵⁸ Purcell, A. & Stroud, S. R. (2018). *To Catfish or not to Catfish? The Ethics of Online Deception*. University of Texas, Austin.

²⁵⁹ όπ. παρ.

φυσιολογικό τα σημερινά παιδιά να έχουν σαφέστατες διαφορές σε σχέση με τα παιδιά δεκαετιών πριν. Η μεταμοντέρνα εποχή που διανύουμε χαρακτηρίζεται από αλλαγές και όχι από σταθερότητα (Κορρέ, 2012)²⁶⁰. Η κοινωνία της πληροφορίας έχει μεταβάλει τις ανθρώπινες σχέσεις, τις επαγγελματικές σχέσεις, τις κοινωνικές, τις οικονομικές, έχει επιφέρει συνταρακτικές αλλαγές σε όλες τις εκφάνσεις της ανθρώπινης ζωής, συνεπώς πώς θα γινόταν τα παιδιά να παραμείνουν με τα ίδια χαρακτηριστικά σε όλες τις χρονικές εποχές, όταν γύρω μας τα πάντα εξελίσσονται και μάλιστα με γρήγορους ρυθμούς; Το χάσμα γενεών είναι υπαρκτό, είναι σαφές και οφείλουμε, να το αναγνωρίσουμε και προσπαθήσουμε να το γεφυρώσουμε με γνώμονα την ασφάλεια και την προστασία των παιδιών. Η εφηβεία είναι μία περίοδος με πολλές προκλήσεις, αφού τα παιδιά στη διαδρομή προς την ενηλικίωση υφίστανται ραγδαίες αλλαγές, με αποτέλεσμα να επηρεάζονται συναισθηματικά και νοητικά από μία διαδικασία μέσα από την οποία θα γνωρίσουν έναν καινούριο εαυτό, θα δημιουργήσουν μία νέα προσωπικότητα, θα αποκτήσουν ατομική και κοινωνική ταυτότητα (Κορρέ, 2012: 119).

Το διαδίκτυο είναι ένας νέος απέραντος κόσμος χωρίς ορίζοντα, χωρίς σύνορα, χωρίς όρια, γεμάτος πληροφορίες που είναι πάντα διαθέσιμες σε όλους, όσοι έχουν πρόσβαση στις υπηρεσίες του. Ο θεσμός της οικογένειας δε θα μπορούσε να μείνει ανεπηρέαστος από το σαρωτικό πέρασμα αυτού του τεράστιου τεχνολογικού επιτεύγματος. Συνήθως οι έρευνες εστιάζουν στο πώς το διαδίκτυο και οι τεχνολογικές συσκευές επηρεάζουν την οικογένεια σε συνάρτηση με το χρόνο που περνούν μαζί τα μέλη της (π.χ. Lee & Chae, 2007)²⁶¹ ή στο πώς τα μέσα συνήθως αφαιρούν χρόνο από τις οικογενειακές δραστηριότητες (π.χ. Nie, Hillygus & Erbring, 2008)²⁶². Αυτό που έχει ουσιαστικό ενδιαφέρον είναι το πώς επηρεάζεται η συνοχή της οικογένειας από την τεχνολογία. Ο δεσμός των μελών μίας οικογένειας έγκειται στην επικοινωνία μεταξύ τους, το χρόνο που μοιράζονται και την επαφή. Το

²⁶⁰ Κορρέ, Μ. (2012). Δυναμική οικογένειας και συμπεριφορές εξάρτησης στο διαδίκτυο. Στο Άρτεμις Τσίτσικα και Γεώργιος Κορμάς (Επιμ.), *Δίκτυο και Εφηβεία* (115-130). Αθήνα: Εκδόσεις Π.Χ. Πασχαλίδης – Broken Hill Publishers LTD.

²⁶¹ Lee, S., & Chae, Y. (2007). Children's internet use in a family context: Influence on family relationships and parental mediation. *CyberPsychology & Behavior*, 10, 640–644.

²⁶² Nie, N. H., Hillygus, D. S., & Erbring, L. (2008). Internet use, interpersonal relations, and sociability: A time diary study. In B. Wellman & C. Haythornthwaite (Eds.), *The internet in everyday life* (215–243). Oxford, UK: Blackwell Publishers Ltd.

διαδίκτυο και η ασύρματη συνδεσιμότητα βοηθούν σε κάποιο βαθμό να διατηρηθούν οι δεσμοί και οι επαφές μιας οικογένειας σε περίπτωση που τους χωρίζει η απόσταση (Williams & Merten, 2011: 152)²⁶³, η τεχνολογία ωστόσο, έχει επιφέρει δραστικές αλλαγές στον τρόπο επικοινωνίας και τις σχέσεις μεταξύ των μελών και κυρίως μεταξύ γονέων και παιδιών. Μελέτες έχουν δείξει πως οι ανήλικοι χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για να εκφραστούν, να κοινωνικοποιηθούν, να συζητήσουν θέματα που τους απασχολούν, όπως οι σχέσεις, οι φίλοι, οι σχέσεις με τους γονείς, η κυρίαρχη κουλτούρα, η σεξουαλικότητα ακόμα και η κατάθλιψη²⁶⁴ και αφού οι γονείς είναι οι αυτοί που φέρουν την ευθύνη για την ανάπτυξη, την ασφάλεια και την ευημερία των παιδιών τους, εξ ορισμού είναι και τα άτομα που επιβλέπουν τους ανήλικους στις διαδικτυακές τους δραστηριότητες. Η επίβλεψη είναι μία σημαντική ενδοοικογενειακή δυναμική και σχετίζεται με θετικές μακροχρόνιες επιδράσεις σε ακαδημαϊκές επιδόσεις, ενώ ταυτόχρονα έχει αρνητικό πρόσημο σε προβλήματα συμπεριφοράς και εγκληματικές συμπεριφορές²⁶⁵. Όταν η τεχνολογία χρησιμοποιείται σωστά μπορεί να φέρει κοντά τους ανθρώπους, όμως όταν γίνεται κατάχρηση αυτής αυξάνεται η επικοινωνία και η επαφή, όμως μειώνεται η οικειότητα και η συναισθηματική εγγύτητα²⁶⁶.

Η κοινωνική δικτύωση είναι ένα αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής όλων μας και κυρίως των εφήβων. Είναι ένα νέο υπό εξερεύνηση πλαίσιο, μέσα στο οποίο αναπτύσσονται και εξελίσσονται και αποτελεί ένα δυναμικό εργαλείο στη διαμόρφωση της ταυτότητάς τους και την εξάσκηση των κοινωνικών δεξιοτήτων τους (Τζαβέλα & Τσίτσικα, 2019: 154). Συγχρόνως στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης δε συναντά κανείς μόνο εφήβους, ή μόνο γονείς και επαγγελματίες, αλλά μπορεί να έρθει αντιμέτωπος και με ανθρώπους που χρησιμοποιούν τις πλατφόρμες αυτές με δόλο, για να εξαπατήσουν, να εκμεταλλευτούν και να βλάψουν τόσο ψυχικά, όσο και σωματικά τους ανήλικους χρήστες. Καθημερινά επικοινωνούν μέσω των social media εκατομμύρια έφηβοι χρήστες και εκατομμύρια γονείς προσπαθούν να καταλάβουν πώς η τεχνολογία επηρεάζει την ανάπτυξή τους, τις κοινωνικές τους δεξιότητες, την

²⁶³ Williams, A. L. & Merten, M. J. (2011). iFamily: Internet and Social Media Technology in the Family Context. *Family & Consumer Sciences Research Journal*, 40(2), 150-170.

²⁶⁴ όπ. παρ.

²⁶⁵ όπ. παρ.

²⁶⁶ όπ. παρ.

υγεία τους, όμως η επίβλεψη, η άσκηση ελέγχου και ταυτόχρονα η διατήρηση της ιδιωτικότητας και της αυτονομίας των παιδιών είναι μία μεγάλη πρόκληση που καλούνται οι γονείς να αντιμετωπίσουν (Yardi & Bruckman, 2011: 3237)²⁶⁷. Το βασικότερο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι γονείς, φαίνεται πως είναι η δική τους άγνοια σε θέματα τεχνολογίας και σύμφωνα με τους Yardi & Bruckman (2011), οι ίδιοι επιζητούν την υποστήριξη και τη συνεργασία της ευρύτερης κοινότητας. Η άγνοια των γονέων σχετικά με τις δυνατότητες που προσφέρει η τεχνολογία και το διαδίκτυο, σε συνδυασμό με την αντιδραστική ηλικία της εφηβείας οδηγούν σε συγκρούσεις στο οικογενειακό περιβάλλον, ενώ με το φαινόμενο της υπερβολικής χρήσης του διαδικτύου να λαμβάνει ολοένα και μεγαλύτερες διαστάσεις στη χώρα μας, οι σχέσεις γονέων – παιδιών περνούν δια πυρός και σιδήρου (Helpline, 2017).

Για να αποφευχθούν συμπεριφορές εξάρτησης, αλλά και δυσάρεστες καταστάσεις που θέτουν σε κίνδυνο την ψυχική και σωματική υγεία των παιδιών οι γονείς θα πρέπει να λάβουν υπ' όψιν τους πως η πρόληψη είναι σημαντικότερη οποιασδήποτε θεραπείας, οπότε θα πρέπει να εισάγουν την τεχνολογία στη ζωή των παιδιών τους με ισορροπημένο τρόπο (Helpline, 2017). Απαραίτητη είναι και η οριοθέτηση στη χρήση της τεχνολογίας και ειδικά στη χρήση του διαδικτύου. Η Κορρέ (2012), τονίζει πως η οριοθέτηση σχετίζεται άμεσα με την επιτρεπτικότητα, συνεπώς, τα όρια που θέτουν οι γονείς θα πρέπει να επιτρέπουν την πληροφορία από και προς το περιβάλλον και να διέπονται από απλούς και κατανοητούς κανόνες, χωρίς να ξεχνούν, πως όταν τα όρια είναι ασφυκτικά και άκαμπτα θα πρέπει να περιμένουν πως θα υπάρξουν και συγκρούσεις. Σκοπός είναι να βοηθηθούν τα παιδιά, να αναπτύξουν τα ίδια αυτοπειθαρχία και αυτοέλεγχο κατά τη χρήση του internet και να κατανοήσουν πως δε θα πρέπει να στερούνται την οικογένειά τους, τις φίλιές τους, το διάβασμά τους και το παιχνίδι τους εξαιτίας μίας οθόνης (Helpline, 2017). Επιπλέον, για να ελαχιστοποιήσουν τις πιθανότητες πρόσβασης σε κακόβουλο περιεχόμενο, οι γονείς μπορούν να εγκαταστήσουν και να ενεργοποιήσουν ειδικά φίλτρα στις συσκευές τους, ώστε να αποτρέψουν τα παιδιά τους να έρθουν σε επαφή με πηγές πληροφόρησης που πιθανόν να αποδειχθούν επικίνδυνες για την ψυχική

²⁶⁷ Yardi, S. & Bruckman, A. (2011). Social and Technical Challenges in Parenting Teens' Social Media Use. *CHI '11: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (3237-3246). Vancouver, BC, Canada.

και σωματική τους υγεία (Διαμαντοπούλου & Δαβράζος, 2014: 1864)²⁶⁸. Για να μπορέσουν οι γονείς να βοηθήσουν αποτελεσματικά και αποκτήσουν εμπιστοσύνη στα παιδιά τους κατά τη χρήση του διαδικτύου, θα πρέπει από νωρίς να συζητήσουν την ορθή χρήση του, να καταστήσουν σαφές ότι κάποιες ιστοσελίδες και μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν συγκεκριμένα όρια ηλικίας των χρηστών και οφείλουν να τα σέβονται και να κάνουν υπομονή μέχρι να έρθει η ώρα που θα μπορούν να δημιουργήσουν λογαριασμό σε αυτές τις πλατφόρμες και αυτό συμβαίνει για την προστασία και την ασφάλειά τους²⁶⁹. Επίσης θα πρέπει τα παιδιά να γνωρίζουν τους διαδικτυακούς κινδύνους, αλλά και τα αποτελέσματα μίας ριψοκίνδυνης συμπεριφοράς, διότι το internet και τα social media χρησιμοποιούνται και από ανθρώπους, οι οποίοι θέλουν να τα εκμεταλλευτούν και να τα βλάψουν, γι' αυτό θα πρέπει να προσέχουν πολύ τι αναρτούν και τι πληροφορίες και προσωπικά στοιχεία ανεβάζουν (Διαμαντοπούλου & Δαβράζος, 2014: 1864; Σφακιανάκης, Σιώμος & Φλώρος, 2012²⁷⁰). Γι' αυτό οι γονείς θα πρέπει να φροντίζουν ανά τακτά διαστήματα να ελέγχουν τις ιστοσελίδες που επισκέπτονται τα παιδιά τους, τις αναρτήσεις που κάνουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και να παρατηρούν τις λίστες των επαφών τους, ώστε να προλάβουν φαινόμενα που μπορεί να θέσουν σε κίνδυνο την ψυχική υγεία, αλλά και τη σωματική ακεραιότητα των παιδιών και των εφήβων.

Ανατρέχοντας στο θεσμό της οικογένειας κατά το παρελθόν διαπιστώνει κανείς πως έχουν συντελεστεί πολλές αλλαγές και μετατροπές στη γονεϊκή εξουσία και την άσκηση ελέγχου (Φραγκουλίδου, 2006: 63). Οι συνθήκες διαβίωσης, ο σύγχρονος τρόπος ζωής και οι επαγγελματικές υποχρεώσεις φαίνεται πως έχουν επηρεάσει τις προσδοκίες των γονέων σε ό,τι αφορά τα παιδιά τους. Κάποτε καθήκον των παιδιών ήταν η υπακοή, τώρα καθήκον τους αποτελούν οι άριστες σχολικές επιδόσεις, η εισαγωγή στο πανεπιστήμιο και η εξασφάλιση μίας επιτυχημένης και κερδοφόρας καριέρας (Φραγκουλίδου, 2006: 63). Διαπιστώνουμε λοιπόν, πως οι γονείς ασκούν έλεγχο μεν στη χρήση της τεχνολογίας, αλλά όχι ουσιαστικό. Προσπαθούν κυρίως να

²⁶⁸ Διαμαντοπούλου, Α. & Δαβράζος, Γ. (2014). Διαδικτυακός εθισμός. Η συμβολή γονέων, εκπαιδευτικών και ειδικών στην αποτελεσματική αντιμετώπισή του. *Τα Πρακτικά του Συνεδρίου «Νέος Παιδαγωγός»*, (1862-1868). Αθήνα.

²⁶⁹ όπ. παρ.

²⁷⁰ Σφακιανάκης, Μ., Σιώμος, Κ. & Φλώρος, Γ. (2012). *Εθισμός στο διαδίκτυο και άλλες διαδικτυακές συμπεριφορές υψηλού κινδύνου*. Αθήνα: Λιβάνης-Νέα Σύνορα.

περιορίσουν το χρόνο χρήσης του διαδικτύου, αδιαφορώντας για την ποιότητα του χρόνου που περνούν στις οθόνες τα παιδιά και οι έφηβοι, καθώς σκοπός τους είναι να μην αποπροσανατολίζονται από τους στόχους που έχουν θέσει στο σχολείο και να μην αποσπώνται από τα μαθήματά τους, σπαταλώντας ενέργεια σε δραστηριότητες που αποδεικνύονται τροχοπέδη στα όνειρά τους, είτε των παιδιών, είτε των γονιών (Φραγκουλίδου, 2006: 63).

Οι γονείς θα πρέπει να καταστήσουν σαφές, ότι δεν υπάρχει ασφάλεια στο διαδίκτυο και κυρίως στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης που είναι και ιδιαίτερα δημοφιλείς ανήλικους, και για το λόγο αυτό, η πρόληψη είναι η καλύτερη αντιμετώπιση μπροστά στους κινδύνους που αντιμετωπίζουν οι νεαροί σε ηλικία χρήστες. Σύμφωνα με τους Μπράτιτση, Καρασπύρου & Κυρίδη (2010: 805)²⁷¹ η έγκυρη και έγκαιρη ενημέρωση είναι το σημαντικότερο όπλο στην πρόληψη και καταπολέμηση των ηλεκτρονικών εγκλημάτων, ενώ δεν είναι λίγοι και οι φορείς που έχουν αναλάβει να φέρουν εις πέρας τη σημαντικότερη αποστολή της ενημέρωσης και την ευαισθητοποίησης τόσο των ανηλίκων, όσο των γονιών και των εκπαιδευτικών. Κάποιοι από τους φορείς αυτούς είναι το Τμήμα Δίωξης Ηλεκτρονικού Εγκλήματος (Τ.Δ.Η.Ε.), ο ευρωπαϊκός οργανισμός ENISA, η Αρχή Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων (Μπράτιτσης και συν., 2010: 805), η Γραμμή Βοήθειας – HelpLine, η ιστοσελίδα SaferInternet4kids.gr, ενώ σημαντικό έργο επιτελεί - ειδικά σε ζητήματα εξάρτησης από το διαδίκτυο - και η Μονάδα Εφηβικής Υγείας (Μ.Ε.Υ.) της Β΄ Παιδιατρικής Κλινικής του Πανεπιστημίου Αθηνών του Νοσοκομείου Παίδων «Παναγιώτη και Αγλαΐας Κυριακού».

Ολοκληρώνοντας την ενότητα αυτή θα πρέπει να τονίσουμε και την επιτακτική ανάγκη για συνεργασία του σχολείου με τους γονείς, ώστε τα παιδιά και οι έφηβοι να ενημερώνονται συνεχώς και με εγκυρότητα για τα ζητήματα ασφάλειας που προκύπτουν από το διαδίκτυο και τη μη ορθή χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης. Ο εκπαιδευτικός είναι σημαντικό πρόσωπο στη ζωή των ανηλίκων και ο ρόλος του πέρα από παιδαγωγικός είναι και ουσιώδης για την προστασία και την

²⁷¹ Μπράτιτσης, Θ., Καρασπύρου, Ι. & Κυρίδης, Α. (2010). Ιστοχώροι κοινωνικής δικτύωσης: Απόψεις εφήβων για ζητήματα ασφάλειας και ενημέρωσης. Στο Α. Τζιμογιάννης (Επιμ.), *Πρακτικά Εργασιών 7ου Πανελληνίου Συνεδρίου με Διεθνή Συμμετοχή «Οι ΤΠΕ στην Εκπαίδευση»* - Τόμος 2 (σελ. 803-810). Κόρινθος, Ελλάδα.

ασφάλεια των παιδιών τόσο στον πραγματικό, όσο και στον εικονικό κόσμο, αφού είναι πρόσωπα εμπιστοσύνης των ανηλίκων, αλλά και των γονιών τους. Οι νέες γενιές μαθητών πιθανόν να γνωρίζουν πολλά περισσότερα σχετικά με τη χρήση του διαδικτύου, όμως δεν γνωρίζουν επαρκώς τις κακοτοπιές και τους κινδύνους που μπορεί να αντιμετωπίσουν (Πανσεληνάς, 2010)²⁷². Ειδικότερα, ο εκπαιδευτικός της Πληροφορικής, που έχει και την απαραίτητη κατάρτιση, μπορεί να διαμορφώσει στάσεις και συμπεριφορές στους μαθητές του, ώστε να κατανοήσουν τη σημαντικότητα της ασφάλειας στο διαδίκτυο, την ορθή χρήση των social media, αλλά και να μάθουν να αναγνωρίζουν πιθανές επικίνδυνες καταστάσεις που μπορούν να τους βλάψουν. Σύμφωνα με τον Πανσεληνά (2010), ένας εκπαιδευτικός που γνωρίζει τόσο τους κινδύνους, όσο και τις στρατηγικές αντιμετώπισής των, μπορεί να είναι συνοδοιπόρος των παιδιών στη μάθηση, την εκπαίδευση, αλλά ταυτόχρονα μπορεί να αποτελέσει και σύμμαχό τους, σε περίπτωση που παρουσιαστεί κάποιος διαδικτυακός κίνδυνος. Ο εκπαιδευτικός είναι σε θέση να κατανοήσει τις ανάγκες των παιδιών και μπορεί να τα ενθαρρύνει να μοιραστούν τις ανησυχίες, τους φόβους τους, αλλά και τις γνώσεις και τον ενθουσιασμό τους για τον νέο κόσμο που ανοίγεται μπροστά τους μέσα από τον υπολογιστή. Προϋπόθεση όλων των παραπάνω είναι οι καθηγητές πληροφορικής να επικαιροποιούν τις γνώσεις τους πάνω στα θέματα ασφαλούς πλοήγησης στο διαδίκτυο, αλλά και να τις εμπλουτίζουν, ώστε να είναι σε θέση να διδάξουν στους μαθητές τους την ορθή χρήση του διαδικτύου, την αποφυγή των κινδύνων, αλλά και στρατηγικές αντιμετώπισης σε περίπτωση που έρθουν αντιμέτωποι με κακοτοπιές (Πανσεληνάς, 2010).

Υπάρχουν αρκετά προγράμματα επιμόρφωσης των εκπαιδευτικών (συνέδρια, ημερίδες, βιωματικά εργαστήρια), όπου μπορούν να παρακολουθήσουν όλες τις εξελίξεις στους τομείς της τεχνολογίας, ενώ μπορούν να πληροφορηθούν για ζητήματα ασφαλούς πλοήγησης στο διαδίκτυο, όπως επίσης και τη χρήση των κοινωνικών δικτύων από μαθητές. Σε έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί σε εκπαιδευτικούς διαπιστώνεται πως τα κύρια συναισθήματα των εκπαιδευτικών είναι

²⁷²Πανσεληνάς, Γ. (2010). Ασφαλής χρήση του Διαδικτύου: Αποτελεσματικές διδακτικές παρεμβάσεις και ο ρόλος του εκπαιδευτικού Πληροφορικής. *4ο Πανελλήνιο Συνέδριο Καθηγητών Πληροφορικής Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης*. Σέρρες, Ελλάδα. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <http://plirancrete.sch.gr/attachments/article/294/asfalis%20xrisi%20diadiktyoy.pdf>.

η έκπληξη και η ανησυχία για τον ολοένα αυξανόμενο χρόνο που περνούν οι ανήλικοι στο διαδίκτυο καθημερινά, όπως επίσης τους απασχολεί έντονα και το ζήτημα της εξάρτησης που φαίνεται να λαμβάνει μεγάλες διαστάσεις τα τελευταία χρόνια και στη χώρα μας (Παλάζη & Εφόπουλος, 2016)²⁷³. Πέραν αυτών των φαινομένων τη σχολική κοινότητα απασχολούν και περιστατικά παράβασης των κανόνων σωστής συμπεριφοράς κατά τη χρήση των κοινωνικών δικτύων που έχουν την αφετηρία τους στο σχολικό περιβάλλον, συνεχίζονται κατά τη χρήση του διαδικτύου στις οθόνες με λεκτική βία και διαδικτυακό εκφοβισμό και επιστρέφουν και πάλι στο σχολείο με τη μορφή τόσο λεκτικής όσο και σωματικής βίας (Ασλανίδου & Οικονόμου, 2006²⁷⁴; Παλάζη & Εφόπουλος, 2016; Τσιτσικά, 2011²⁷⁵). Λόγω των αυξημένων αναγκών των παιδιών αλλά και των γονέων για ενημέρωση σχετικά την ορθή χρήση του διαδικτύου, οι εκπαιδευτικοί και ερευνητές έχουν ήδη προτείνει να εισαχθεί στην πρωτοβάθμια και τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση ειδικό μάθημα ασφαλούς πλοήγησης στο Internet (Μπαλής, Ταγκόπουλος & Σταμούλη, 2013)²⁷⁶. Επιπλέον υπάρχουν αρκετές ενέργειες που θα πρέπει να πραγματοποιηθούν, ώστε και οι εκπαιδευτικοί να είναι σε θέση να καλύψουν τα όποια κενά επιμόρφωσης και ενημέρωσης έχουν δημιουργηθεί, ενώ έχουν ήδη ξεκινήσει δράσεις για τη δημιουργία μία πύλης για την ψηφιακή ασφάλεια, την ανάπτυξη ενός συστήματος που θα προειδοποιεί εγκαίρως για τους κινδύνους που ελλοχεύουν στο διαδίκτυο και αφορούν την εκπαιδευτική κοινότητα και τη δημιουργία ενός ελεγκτικού μηχανισμού για την ασφάλεια των προσωπικών υπολογιστών που χρησιμοποιούνται στην εκπαίδευση (Βαγγελάτος, Θεοδωρίδης, Καραμολέγκος & Νικολετσέας, 2015)²⁷⁷.

²⁷³ Παλάζη, Χ. & Εφόπουλος, Β. (2016). Έρευνα σε εκπαιδευτικούς σχετικά με την ασφαλή χρήση του Διαδικτύου από τα παιδιά. *Πρακτικά Εργασιών 10ου Πανελληνίου Συνεδρίου Καθηγητών Πληροφορικής*. Ναύπλιο, Ελλάδα.

²⁷⁴ Ασλανίδου, Σ. & Οικονόμου, Α. (2006). Νέοι και διαδίκτυο: χρήση και πρακτικές στο σχολείο. 5ο Πανελλήνιο Συνέδριο της Ελληνικής Επιστημονικής Ένωσης Τ. Π. Ε., «Οι Τ.Π.Ε. στην Εκπαίδευση» Θεσσαλονίκη, Ελλάδα.

²⁷⁵ Τσιτσικά, Α. (2011). *Εφηβεία: η ηλικία των μεταβολών και των δυνατοτήτων*. Αθήνα: Ιατρικές Εκδόσεις Π. Χ. Πασχαλίδης.

²⁷⁶ Μπαλής, Χ., Ταγκόπουλος, Η. & Σταμούλη, Α. Μ. (2013). Ασφάλεια στο Διαδίκτυο: μία πρόταση για αυτόνομο μάθημα. 7ο Πανελλήνιο Συνέδριο Καθηγητών Πληροφορικής, «*Η Πληροφορική στην πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση: Προκλήσεις και προοπτικές*». Θεσσαλονίκη, Ελλάδα. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <http://synedrio.pekap.gr/praktika/7o/ergasies/3balis3.pdf>

²⁷⁷ Βαγγελάτος, Α., Θεόδωρος, Ε., Καραμολέγκος, Π. & Νικολετσέας, Σ. (2015). Πρακτικά 8ου Πανελληνίου Συνεδρίου των Εκπαιδευτικών για τις Τ.Π.Ε., «*Αξιοποίηση των Τεχνολογιών της Πληροφορίας και της Επικοινωνίας στη Διδακτική Πράξη*». Σύρος, Ελλάδα. Διαθέσιμο στην

Η τεχνολογία έχει διαμορφώσει ένα νέο περιβάλλον μέσα στο οποίο εξελίσσεται η οικογένεια, αλλά και η εκπαίδευση, δύο θεσμοί που παραδοσιακά έχουν αργή εξέλιξη και προσαρμογή στα νέα δεδομένα που υπαγορεύει η έλευση της τεχνολογικής εποχής. Σε κάποιους τομείς της καθημερινότητας των ανθρώπων έχουν συντελεστεί ραγδαίες μεταβολές, όσον αφορά στη ζωή των σημερινών παιδιών και εφήβων δεν πρέπει να παραβλέπουμε το γεγονός, ότι δεν υπάρχει ανάμνηση προηγούμενων εποχών χωρίς υπολογιστή, smartphone, tablet. Η νέες γενιές γεννήθηκαν με δεδομένη την ύπαρξη όλης αυτής της τεχνολογίας γύρω τους, συνεπώς αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής τους. Το διαδίκτυο προσφέρει άπειρες ευκαιρίες μάθησης, παιχνιδιού, εξερεύνησης, αλλά ταυτόχρονα είναι και ένας χώρος που ο κίνδυνος караδοκεί κι εδώ καλείται η σύγχρονη οικογένεια και το σύγχρονο σχολείο να παρέμβουν, ώστε να εξασφαλιστεί η ορθή χρήση των τεχνολογικών επιτευγμάτων και η αποτροπή φαινομένων που θέτουν σε κίνδυνο την ψυχική και σωματική υγεία των ανηλίκων. Οι γονείς και οι εκπαιδευτικοί οφείλουν να είναι αρκετά βήματα μπροστά στις γνώσεις τους γύρω από το διαδικτυακό περιβάλλον, τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και την επικινδυνότητα του online gaming, ώστε να είναι σε θέση να προλάβουν δυσάρεστες καταστάσεις στις οποίες μπορούν να βρεθούν τα παιδιά και οι έφηβοι. Η πρόληψη είναι το σημαντικότερο εργαλείο στην αντιμετώπιση των διαδικτυακών κινδύνων και θα πρέπει να καλλιεργηθεί μεταξύ οικογένειας – σχολείου – παιδιών ένα κλίμα εμπιστοσύνης, ασφάλειας και κατανόησης, ώστε οι μεταξύ τους σχέσεις να λειτουργήσουν ως δίκτυ ασφαλείας σε περίπτωση που προκύψει ανάγκη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο

6. Ερευνητικό Πρόβλημα

Ολοκληρώνοντας το πρώτο μέρος της παρούσας διατριβής και αφού εξετάσαμε αναλυτικά τη βιβλιογραφία οφείλουμε να επισημάνουμε τα κενά που διαπιστώσαμε και θα επιχειρήσουμε να καλύψουμε με την έρευνά μας. Η

ιστοσελίδα:https://www.researchgate.net/publication/330193990_Psephiake_Empistosyne_kai_Synchr_ono_Scholeio_Dedomena_tou_Semera

επικοινωνία βρίσκεται στο επίκεντρο του παρόντος εγχειρήματος και για το λόγο αυτό επιλέξαμε να εξετάσουμε τη θέση της μέσα στις σύγχρονες κοινωνικές θεωρίες. Αναζητήσαμε σε βάθος τις λειτουργίες που επιτελεί τόσο σε μακρο- (Habermas, Luhmann, Giddens) όσο και σε μικρο- επίπεδο (Mead και Blumer), ενώ η θεωρία της πρακτικής του Bourdieu μας έδωσε έναν συνδυασμό των δύο επιπέδων και μία ιδιαίτερως χρήσιμη θεώρηση της αφετηρίας της δράσης του ατόμου, με τα κίνητρα, τους σκοπούς και τις αντιλήψεις να πηγάζουν από την έξη, μία πολύ σημαντική έννοια που κατηύθυνε τη σκέψη μας, όχι μόνο προς τη συμπεριφορά και τη δράση των εφήβων που εξετάζουμε, αλλά και προς τις καταβολές τους και τις επιρροές του συνολικού κοινωνικού περιβάλλοντος μέσα στο οποίο ζουν και αναπτύσσονται, δίνοντάς μας μία ολιστική οπτική του ερευνητικού μας προβλήματος, ενώ ταυτόχρονα θα έχουμε την ευκαιρία με βάση τη θεωρία του Bourdieu να εξάγουμε σημαντικά δεδομένα από τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματός μας.

Στις ενότητες που προηγήθηκαν στο α' μέρος της μελέτης έγινε μία προσπάθεια προσέγγισης του τρόπου με τον οποίο οι έφηβοι χρησιμοποιούν τις νέες τεχνολογίες, το διαδίκτυο και κυρίως τα κοινωνικά δίκτυα. Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, η συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα δείχνει να δαπανά περισσότερο χρόνο στα τεχνολογικά επιτεύγματα έναντι άλλων, ενώ η χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης διαφαίνεται αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητάς τους, χωρίς όμως να έχουν πλήρη επίγνωση της ορθής χρήσης της. Όπως διαπιστώσαμε, τα κοινωνικά δίκτυα διαθέτουν μία σαρωτική επικοινωνιακή δυναμική, η οποία έχει επιφέρει σημαντικές αλλαγές σε όλες τις εκφάνσεις της καθημερινής τους ζωής, φαίνεται πως επηρεάζει την κοινωνική τους ζωή και διαμορφώνει σε κάποιο βαθμό τη συμπεριφορά τους, τις μεταξύ τους σχέσεις, ενώ ταυτόχρονα διαφαίνεται να είναι καλοί αγωγοί παρεκκλίνουσας συμπεριφοράς.

Στην παρούσα διατριβή θα μελετήσουμε το ρόλο που διαδραματίζει η επικοινωνία στην κοινωνική ζωή των εφήβων, σε συνάρτηση με τη χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης, καθώς όπως είδαμε από τη λεπτομερή ανάλυση της βιβλιογραφίας, αναπτύσσουν εκτεταμένη σε διάφορους τομείς δράση (εκπαίδευση, φίλιες, προσωπικές σχέσεις, ενδιαφέροντα, σχέσεις με τους γονείς και το οικείο περιβάλλον). Παρά το γεγονός, ότι έχουμε συναντήσει στη βιβλιογραφία μελέτες για τη χρήση του ηλεκτρονικού υπολογιστή και του Διαδικτύου από παιδιά

και εφήβους, ωστόσο δε φαίνεται να έχει μελετηθεί σχεδόν καθόλου η επιρροή που ασκεί η online κοινωνική δικτύωση στην κοινωνική τους ζωή και τις προεκτάσεις της. Συνεπώς, **το ερευνητικό μας πρόβλημα αποτελεί ο ρόλος της ηλεκτρονικά μεσοποιημένης επικοινωνίας στην εφηβική ηλικία και συγκεκριμένα, η επίδραση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στους εφήβους ηλικίας 15 έως 18 ετών.** Αυτό το κενό έρχεται να καλύψει η έρευνά μας κι εδώ έγκειται η **πρωτοτυπία** της, καθώς θεωρούμε, πως το ζήτημα της χρήσης των social media από τους εφήβους είναι μείζονος σημασίας, αφού αφορά τα ίδια τα παιδιά σε σχέση με τη σωματική, αλλά και την ψυχική τους υγεία, τους γονείς τους, τους εκπαιδευτικούς, το σχολικό και φιλικό τους περιβάλλον, τις προσωπικές και συναισθηματικές τους σχέσεις, τις καταναλωτικές τους συνήθειες, τις παρεκκλίνουσες συμπεριφορές που φαίνεται πως ευνοεί το περιβάλλον των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης, ενώ θα επιχειρήσουμε να εντάξουμε τη συμπεριφορά τους στα social media γενικά στη δομή της ευρύτερης κοινωνίας, της οποίας στο μέλλον θα αποτελέσουν καθοριστικούς διαμορφωτές. Οι έρευνες που έχουμε συγκεντρώσει σε αυτό το πρώτο μέρος της παρούσας διατριβής εστιάζουν κατά κύριο λόγο στις παρεκκλίνουσες συμπεριφορές των εφήβων στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, τόσο στην Ελλάδα, όσο και στον υπόλοιπο κόσμο με έμφαση στις χώρες της Δύσης, ενώ οι ερευνητές κυρίως στον ελλαδικό χώρο μελετούν τους συσχετισμούς της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από παιδιά και εφήβους με την εκπαιδευτική διαδικασία και τις σχολικές επιδόσεις. Ωστόσο, δεν έχουν βρεθεί μελέτες που να διερευνούν τις σχέσεις που αναπτύσσουν οι έφηβοι μέσω των social media με τους γονείς τους, το οικογενειακό τους περιβάλλον, τους φίλους τους, το σχολικό τους δίκτυο, ή ακόμα και τις δυνητικές σχέσεις και τους κινδύνους που μπορεί να προκύψουν κατά την επικοινωνία τους με αγνώστους. Θεωρούμε πως η έρευνα αυτή θα αποτελέσει ένα χρήσιμο εργαλείο για την επιστημονική κοινότητα, καθώς η πολύπλευρη και ολιστική θεώρηση του φαινομένου της χρήσης των social media από τη συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα των εφήβων, 15 έως 18 ετών, μπορεί να δώσει απαντήσεις για καίρια ερωτήματα που απασχολούν την επιστήμη της κοινωνιολογίας, της επικοινωνίας, της αναπτυξιακής ψυχολογίας, ενώ φιλοδοξεί να βοηθήσει τόσο τους γονείς, όσο και τους εκπαιδευτικούς, αλλά και τα ίδια τα παιδιά, ώστε να κατανοήσουν ποια είναι η σχέση τους με τα social media στην πραγματική της διάσταση, νοηματοδοτώντας κι

επεξηγώντας συμπεριφορές που προκύπτουν εξαιτίας της επίδρασης των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στην κοινωνική τους ζωή.

Σκοπεύουμε μέσα από τις στάσεις και τις απόψεις των εφήβων να γνωρίσουμε και να ερμηνεύσουμε τα βαθύτερα κίνητρά τους από τη χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης, να μάθουμε τους τρόπους με τους οποίους επιλέγουν να επικοινωνήσουν μεταξύ τους, να διερευνήσουμε το πώς οι ίδιοι αντιλαμβάνονται τους τρόπους με τους οποίους διαμορφώνει τις μεταξύ τους σχέσεις η δράση που αναπτύσσουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, καθώς επίσης και να αναζητήσουμε και το αποτύπωμα αυτής τους της συμπεριφοράς στη γενικότερη εικόνα της σημερινής κοινωνίας υπό το πρίσμα των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών που φέρει η εφηβική ηλικία.

ΜΕΡΟΣ Β΄

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΥΠΟΘΕΣΗ – ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ – ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΠΟΙΟΤΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ – ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΠΟΣΟΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ – ΤΡΙΓΩΝΟΠΟΙΗΣΗ – ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

1. Ερευνητική Υπόθεση – Ερευνητικά Ερωτήματα

Στο πρώτο μέρος της διατριβής εξετάσαμε λεπτομερώς την υπάρχουσα βιβλιογραφία και με βάση τα κενά που ανακαλύψαμε σχετικά με τις προηγηθείσες μελέτες στο πεδίο των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης και την επίδρασή τους στην εφηβική ηλικία καταλήξαμε στο ερευνητικό μας πρόβλημα, το οποίο όπως αναλύσαμε στο τελευταίο κεφάλαιο μας οδηγεί να διερευνήσουμε το ρόλο της ηλεκτρονικά μεσοποιημένης επικοινωνίας στην εφηβική ηλικία και πιο συγκεκριμένα την επίδραση της χρήσης των social media στην κοινωνική ζωή των εφήβων. Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, το Διαδίκτυο και κυρίως η ενασχόληση με τα social media φαίνεται πως απορροφά αρκετό χρόνο από την καθημερινότητα των εφήβων, ενώ διαφαίνεται πως διαδραματίζουν πρωταρχικό ρόλο στη διαμόρφωση της κοινωνικής τους ζωής, των συμπεριφορών και των αντιλήψεών τους σε σχέση με τον εαυτό τους, αλλά και με τους Άλλους, επηρεάζουν τις καταναλωτικές τους συνήθειες, τις σχολικές τους επιδόσεις, ενώ η επιρροή που ασκείται και στις μεταξύ τους σχέσεις, όπως επίσης και στις σχέσεις με τους γονείς τους, το άλλο φύλο, το σχολείο και τους καθηγητές τους φαίνεται πως είναι δεδομένη. Σύμφωνα λοιπόν με αυτά τα δεδομένα, αλλά και τα ερευνητικά μας ενδιαφέροντα η ερευνητική μας υπόθεση διαμορφώνεται ως εξής: **Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζουν κι εν τέλει διαμορφώνουν τις κοινωνικές, οικογενειακές και προσωπικές σχέσεις των εφήβων.**

Τα ερευνητικά ερωτήματα και τα υποερωτήματά τους, στα οποία καλούμαστε να δώσουμε απαντήσεις, ώστε να μας βοηθήσουν στη διερεύνηση της παραπάνω υπόθεσης και στην τελική επιβεβαίωση ή διάψευσή της, διαμορφώνονται ως εξής:

1. Με ποιον τρόπο επιτελείται η λειτουργία της επικοινωνίας μεταξύ των εφήβων στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης;
 - Ποια μέσα επικοινωνίας προτιμούν οι έφηβοι 15 έως 18 ετών για την επικοινωνία και την ενημέρωσή τους (παραδοσιακά ή μέσα κοινωνικής δικτύωσης) και γιατί;
 - Ποια είναι τα πιο δημοφιλή μέσα κοινωνικής δικτύωσης στις ηλικίες 15 έως 18 ετών;
 - Ποια είναι τα κριτήρια με τα οποία οι έφηβοι επιλέγουν να δικτυώνονται στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης;
 - Επηρεάζει η χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης τις μεταξύ τους σχέσεις και με ποιον τρόπο;
2. Σε ποιο βαθμό φαίνεται να επιδρούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στις κοινωνικές, οικογενειακές και προσωπικές σχέσεις των εφήβων;
 - Επηρεάζει η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης τις σχέσεις των εφήβων με το οικογενειακό τους περιβάλλον;
 - Χρησιμοποιούν οι έφηβοι τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για την επικοινωνία τους με συμμαθητές και εκπαιδευτικούς για εκπαιδευτικούς σκοπούς;
 - Επηρεάζει η συμπεριφορά των εφήβων στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης την προσωπική – συναισθηματική ζωή τους και με ποιον τρόπο;
3. Ποιοι παράγοντες διαμορφώνουν τη διαδικτυακή ταυτότητα των εφήβων;
 - Πόσο σημαντική είναι για τους εφήβους η εικόνα που παρουσιάζουν στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης;
 - Υπάρχει αντιστοιχία της κοινωνικής ταυτότητας των εφήβων με τη διαδικτυακή;
 - Επηρεάζουν τα σχόλια των Άλλων την αυτοπεποίθηση των εφήβων χρηστών των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης;
4. Ποιες είναι οι επιρροές που δέχονται οι έφηβοι από τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης;

- Επηρεάζει η χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης την καταναλωτική συμπεριφορά των εφήβων και με ποιον τρόπο;
 - Δημιουργούν οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης πρότυπα για τους εφήβους;
 - Επηρεάζεται η εικόνα που έχουν οι έφηβοι για τον εαυτό τους από την εικόνα των διασημοτήτων που προβάλλονται από τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης;
 - Πώς εντάσσεται η συμπεριφορά των εφήβων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στη δομή της ευρύτερης κοινωνίας και κατά πόσο διαμορφώνουν αυτήν την νέα εποχή στην οποία έχουμε περιέλθει;
5. Πώς αντιλαμβάνονται και πώς αντιμετωπίζουν οι έφηβοι τους κινδύνους που ελλοχεύουν κατά τη χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης;
- Γνωρίζουν οι έφηβοι τους κινδύνους που τους επιφυλάσσει η μη ορθή χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης;
 - Λαμβάνουν επαρκή ενημέρωση από την οικογένειά τους, ώστε να προστατευθούν από τους διαδικτυακούς κινδύνους
 - Λαμβάνουν επαρκή ενημέρωση από το σχολείο, ώστε να προστατευθούν από τους διαδικτυακούς κινδύνους;
 - Υπάρχουν σχέσεις εμπιστοσύνης μεταξύ γονέων και εφήβων, ώστε να νιώθουν ασφαλείς για να μιλήσουν για παρεκκλίνουσες συμπεριφορές στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης;

Για να επιτευχθούν οι παραπάνω ερευνητικοί στόχοι, θεωρούμε ως καταλληλότερη μεθοδολογία την *τριγωνοποίηση* και συγκεκριμένα το συνδυασμό δύο ερευνών, μίας ποιοτικής και μίας ποσοτικής, διότι με αυτόν τον τρόπο θεωρείται, πως θα ερευνηθεί σφαιρικά και σε βάθος το πολύπλευρο φαινόμενο, της επίδρασης των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στην εφηβική ηλικία και συγκεκριμένα στην κοινωνική ζωή των εφήβων από 15 έως 18 ετών. Η συνδυαστική αυτή μέθοδος, μας επιτρέπει να συλλέξουμε δεδομένα και από τα δύο είδη ερευνών, στις οποίες ο ίδιος ο σκοπός της παρούσας διατριβής μας έχει οδηγήσει. Αξιοποιώντας δύο διαφορετικές πηγές πληροφοριών (Mertens, 2009: 305), δεν αποτελεί στόχο μόνο η γενίκευση των αποτελεσμάτων μέσω της ποσοτικής έρευνας, αλλά στόχος είναι και

η διερεύνηση των σε βάθος αιτιακών σχέσεων (Χριστοδούλου, 2022)²⁷⁸, οι οποίες αναδύονται μέσω της ποιοτικής έρευνας, όπως επίσης και η επεξήγηση των δεδομένων, καθώς δημιουργείται μία μορφή αλληλεξάρτησης της μίας έρευνας από την άλλη, αφού καμία από μόνη της, δε θεωρούμε, ότι θα μπορούσε να μας δώσει ασφαλή, σαφή και συγκεκριμένα αποτελέσματα, παρά μόνο ελλιπείς προσεγγίσεις του υπό έρευνα φαινομένου. Όσον αφορά στην ποιοτική έρευνα, επιλέχθηκε η *μελέτη περίπτωσης*, η οποία εισχωρεί στα βαθύτερα αίτια που οδηγούν τα υποκείμενα της έρευνάς μας σε διάφορες αντιλήψεις, αλλά και συμπεριφορές, καθώς καλούμαστε μέσα από τα μάτια των εφήβων να δούμε τη δική τους πραγματικότητα και να νοηματοδοτήσουμε τάσεις και συμπεριφορές που προκύπτουν συνδυαστικά από το οικογενειακό περιβάλλον, τους εκπαιδευτικούς φορείς, το κοινωνικό περιβάλλον, τις προσωπικές και φιλικές τους σχέσεις, αλλά και το παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον, του οποίου αποτελούν ισότιμες οντότητες. Σκοπός μας είναι να μελετήσουμε την επίδραση των social media στην περίπτωση των εφήβων, ηλικίας 15 έως 18 ετών και να αναδείξουμε το ρόλο της σύγχρονης μεσοποιημένης επικοινωνίας στη διαμόρφωση των σχέσεων μεταξύ των παιδιών τόσο ως ατόμων, όσο και ως μελών ενός ευρύτερου κοινωνικού συνόλου. Επιπλέον, για να υπάρξει μία ολοκληρωμένη εικόνα του φαινομένου και να είναι δυνατόν τα συμπεράσματα που εξήχθησαν από τη μελέτη περίπτωσης να μπορούν να γενικευθούν στον πληθυσμό των εφήβων με παρόμοια χαρακτηριστικά με των υπό έρευνα, πραγματοποιήθηκε συμπληρωματικά στο πλαίσιο της τριγωνοποίησης και μία μικρής κλίμακας ποσοτική έρευνα, η οποία έδωσε μία διαφορετική οπτική του ζητήματος, καθώς ποσοτικοποίησε στοιχεία και δεδομένα, αποκαλύπτοντας μία νέα διάσταση της έρευνας και προσδίδοντας μία οπτική μεγαλύτερης κλίμακας πέραν του μικρόκοσμου της μελέτης περίπτωσης, η οποία αφορά ουσιαστικά μόνο τα συμμετέχοντα υποκείμενα και συγκεκριμένα τους μαθητές ενός επιλεγμένου σχολείου.

Ο συνδυασμός των δύο ερευνών απαντά ολοκληρωμένα, σφαιρικά και σε βάθος στα ερευνητικά ερωτήματα που έχουν τεθεί, αλλά και στα υποερωτήματά

²⁷⁸ Χριστοδούλου, Μ. (2002). *Η αιτιακή εξήγηση μέσα από τις μελέτες περίπτωσης: Παραδείγματα και εφαρμογές στην εκπαιδευτική έρευνα*. Αθήνα: Εκδόσεις Πεδίο Α.Ε.

τους, φωτίζοντας κάθε πλευρά της υπό έρευνα επίδρασης των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στην εφηβική ηλικία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

2. Η ποιοτική έρευνα ως μεθοδολογική προσέγγιση

Η κοινωνική θεωρία για πολλούς αιώνες επιχειρούσε να συνδυάσει δύο θεμελιώδεις έννοιες για την επιστήμη της Κοινωνιολογίας, το *είναι* και το *δέον*, δηλαδή αυτό που υπάρχει και αυτό που θα έπρεπε να υπάρχει (Babbie, 2018: 55). Ενώ οι φιλόσοφοι προσπαθούσαν να κατανοήσουν όσα συμβαίνουν γύρω τους εικάζοντας το πώς και το γιατί με βάση τις δικές τους ιδέες και αξίες, οι κοινωνικοί επιστήμονες ασχολούνται με την απτή πραγματικότητα, όπως ακριβώς είναι και όχι όπως θα έπρεπε να είναι, ενώ οι νεότεροι κοινωνιολόγοι χρησιμοποιούν την έρευνα με σκοπό την περιγραφή, τη διερεύνηση ή την ερμηνεία ενός φαινομένου ή ακόμα και συνδυασμό των παραπάνω ενεργειών για την όσο το δυνατόν πληρέστερη και ουσιαστικότερη ανάλυση του (Babbie, 2018; Βάμβουκας, 2010; Cohen, Manion & Morrison, 2007; Flick, 2017; Καλογεράκη, 2020; Παπαναστασίου & Παπαναστασίου, 2014; Σταμέλος & Δακοπούλου, 2007; Τσιώλης, 2014).

Πρωταρχικό στόχο της επιστημονικής έρευνας αποτελεί η σύνδεση των θεωρητικών προσεγγίσεων με τα εμπειρικά δεδομένα τόσο για τη βαθύτερη κατανόηση ενός φαινομένου, όσο και για την ανάλυσή του μέσα από μία ορθολογική διαδικασία, η οποία προκύπτει από διάφορες μεθόδους, που προσεγγίζουν πολυεπίπεδα είτε ποσοτικά, είτε ποιοτικά δεδομένα, ωστόσο σύμφωνα με τον Τσιώλη (2014) οι προσεγγίσεις αυτές, αν και αποτελούν κοινό τόπο, δεν αντιστοιχούν *«σε ενιαία συστήματα φιλοσοφικών παραδοχών, μεθοδολογικών προδιαγραφών και ερευνητικών πρακτικών»*. Αυτό σημαίνει πως η κοινωνική επιστήμη δεν μπορεί να επιλύσει αξιολογικές αντιπαραθέσεις (Babbie, 2018: 55) και για να εξηγήσουμε καλύτερα τι σημαίνει αυτό στην πράξη, μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε ως παράδειγμα τη δική μας ερευνητική υπόθεση, κατά την οποία υποθέτουμε, πως οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζουν και διαμορφώνουν τις κοινωνικές, οικογενειακές και προσωπικές σχέσεις των εφήβων, ηλικίας 15 έως 18 ετών.

Φιλοδοξούμε να επιβεβαιώσουμε, ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης πράγματι επιδρούν στην εφηβική ηλικία, όμως δεν μπορούμε μέσω της κοινωνικής μας έρευνας να ανακαλύψουμε, εάν επηρεάζουν αρνητικά ή θετικά την κοινωνική ζωή των εφήβων κι αυτό συμβαίνει, διότι η μεθοδολογία που πρόκειται να χρησιμοποιήσουμε, όπως προείπαμε, σύμφωνα με τη βιβλιογραφία σκοπεύει να περιγράψει, να διερευνήσει ή/ και τέλος να ερμηνεύσει ένα φαινόμενο και όχι να το κρίνει ως ορθό ή μη ορθό. Θα μπορούσαμε ενδεχομένως, να κρίνουμε, εάν είναι καλή ή κακή η επίδραση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης, εάν συμφωνούσαμε καθολικά σε έναν κοινά μετρήσιμο ορισμό της επίδρασης (Babbie, 2018: 55; Καλογεράκη, 2020: 33), ωστόσο επί του πρακτέου κάποιες έννοιες είναι εντελώς υποκειμενικές και η οπτική τους εξαρτάται από διάφορους παράγοντες που πηγάζουν από τις αξίες, τα βιώματα και το κοινωνικό και πολιτισμικό κεφάλαιο του ατόμου. Στις κοινωνικές επιστήμες, οι έννοιες δεν είναι πάντα διακριτές, διότι μελετώνται φαινόμενα, διαδικασίες, αλληλεπιδράσεις και σχέσεις που δεν είναι πάντα παρατηρήσιμες και άρα μετρήσιμες (Καλογεράκη, 2020: 33), ωστόσο για να μετρηθεί κάποια εννοιολογική κατασκευή θα πρέπει μέσω συγκεκριμένων διαδικασιών να μεταβεί από το θεωρητικό επίπεδο στο εμπειρικό μέσω της εννοιολόγησης και της λειτουργικοποίησης (Babbie, 2018; Flick, 2017 Καλογεράκη, 2020). Στη δική μας περίπτωση, επιθυμούμε να διερευνήσουμε, εάν όντως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επιδρούν στις σχέσεις των εφήβων, εάν πράγματι τις διαμορφώνουν και με ποιους τρόπους, ενώ ταυτόχρονα θα επιχειρήσουμε να αναλύσουμε τις επιδράσεις αυτές όσον αφορά στις μεταξύ τους σχέσεις, αλλά και τις σχέσεις τους με το οικογενειακό, σχολικό και γενικότερα κοινωνικό τους περιβάλλον, υπό το πρίσμα των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών την εφηβικής ηλικίας, που επιπλέον θα μας βοηθήσει και στην ερμηνεία του υπό εξέταση φαινομένου, ανακαλύπτοντας τα βαθύτερα αίτια που οδηγούν τα παιδιά στο να έχουν τις συγκεκριμένες συμπεριφορές κατά τη χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης. Σκοπός μας αρχικά δεν είναι να μετρήσουμε την ποσότητα εμφάνισης του φαινομένου (Kvale, 1996)²⁷⁹ ή να γενικεύσουμε στον πληθυσμό των εφήβων τα συμπεράσματα, στα

²⁷⁹ Kvale, S. (1996). *Interviews, an introduction to qualitative research interviewing*. Thousand Oaks: Sage Publications.

οποία πρόκειται να καταλήξουμε και για το λόγο αυτό επιλέγεται η ποιοτική μέθοδος, η οποία επικεντρώνεται στον ιδιαίτερο χαρακτήρα του φαινομένου²⁸⁰.

Ιστορικά, η ποιοτική έρευνα έχει την αφετηρία της στις επιστήμες της ψυχολογίας και της κοινωνιολογίας με τον Wundt (1928)²⁸¹ να χρησιμοποιεί την κατανόηση (verstehen) στη λαϊκή ψυχολογία (folk psychology) ταυτόχρονα με πειραματικές μεθόδους στον τομέα της γενικής ψυχολογίας. Επιπλέον την ίδια εποχή οι γερμανοί κοινωνιολόγοι ξεκίνησαν έναν διάλογο που αφορούσε τη μονογραφική αντίληψη της επιστήμης έναντι των εμπειρικών και ποσοτικοποιημένων προσεγγίσεων (Flick, 2017: 32). Αυτή η μονογραφική αντίληψη είχε ως βάση της επαγωγικές μεθόδους με σημαντικότερη τη μελέτη περίπτωσης και όχι αντιπροσωπευτικές του πληθυσμού έρευνες που αφορούσαν το γενικότερο κοινωνικό σύνολο, εστιάζοντας με αυτόν τον τρόπο στην περίπτωση του ατόμου και όχι του Όλου. Όσον αφορά στην αμερικανική κοινωνιολογία, οι κοινωνικοί επιστήμονες ήδη από τις δεκαετίες του 1920 και 1930 επηρεασμένοι από τη Σχολή του Σικάγου χρησιμοποιούσαν τις βιογραφικές μελέτες εντός του συγκεκριμένου θεωρητικού πλαισίου της συμβολικής αλληλόδρασης (Flick, 2017 & Κακάμπουρα, 2011²⁸²). Συνοψίζοντας τις φάσεις από τις οποίες πέρασε ανά χρονικές περιόδους η ποιοτική έρευνα, θα μπορούσαμε επιγραμματικά να πούμε, πως σε ό,τι αφορά στον αμερικανικό χώρο η αφετηρία της ορίζεται περί το 1900, ενώ υπήρξε μία μεταβατική περίοδος έως το 1945 περίπου που σηματοδοτείται και η απαρχή της νεωτερικότητας. Από το 1970 μέχρι και τη δεκαετία του 1980 τα συγκεκριμένα κειμενικά είδη εμφανίζονται ευρέως στις κοινωνικές επιστήμες, όπως η εθνομεθοδολογία, η φαινομενολογία, η σημειωτική και ο φεμινισμός (Flick, 2017: 33; Geertz, 1983²⁸³; Guba, 1990²⁸⁴ & Jacob, 1987²⁸⁵; Κακάμπουρα, 2011). «Στα μέσα της δεκαετίας του 1980, οι συζητήσεις για την κρίση της αναπαράστασης στην τεχνητή

²⁸⁰ Οπ. παρ.

²⁸¹ Wundt, W. (1928). *Elements of Folk Psychology*. London: Allen & Unwin.

²⁸² Κακάμπουρα, P. (2011). *Αφηγήσεις Ζωής: Η βιογραφική προσέγγιση στη σύγχρονη λαογραφική έρευνα*. Ζεφύρι: Διάδραση.

²⁸³ Geertz, C. (1983). *Local Knowledge: Further Essays in Interpretative Anthropology*. New York: Basic Books.

²⁸⁴ Guba, E. G. (1990). *The Paradigm Dialog*. Newbury Park, CA: Sage.

²⁸⁵ Jacob, E. (1987). Qualitative Research Traditions: A Review. *Review of Educational Research*, 57, 1-50.

νοημοσύνη και στην εθνογραφία επηρεάζουν την ποιοτική έρευνα στο σύνολό της. Για τον λόγο αυτό, η διαδικασία παρουσίασης των γνώσεων και των ευρημάτων γίνεται ένα σημαντικό τμήμα της ερευνητικής διαδικασίας» (Flick, 2017: 33) και τέλος, η ποιοτική έρευνα θεμελιώνεται στον αμερικανικό χώρο μετά την είσοδο στην νέα χιλιετία μέσω των δημοσιεύσεων σε επιτυχημένα επιστημονικά περιοδικά.

Όσον αφορά στο γερμανικό χώρο, σύμφωνα με τον Flick (2017: 34-35), ο Habermas στα τέλη της δεκαετίας του 1960 εισήγαγε την οπτική της αμερικανικής κοινωνιολογίας γύρω από την οποία ξεκίνησε μία συζήτηση που αφορούσε κατά κύριο λόγο την εθνομεθοδολογία και τη συμβολική αλληλόδραση, ενώ μετά από έναν μεγάλο κύκλο συζητήσεων γύρω από τα νέα μεθοδολογικά δεδομένα στις κοινωνικές επιστήμες ξεκίνησαν να αναπτύσσονται πρωτότυπες μέθοδοι, οι οποίες εδραιώθηκαν στον ευρωπαϊκό χώρο από το 1980 και μετά (Κακάμπουρα, 2011: 59), ενώ ειδικότερα από το 1990 κι έπειτα λόγω των ραγδαίων τεχνολογικών εξελίξεων θεμελιώνεται η ποιοτική έρευνα μέσω επιστημονικών περιοδικών, βιβλίων και επιστημονικών κοινοτήτων²⁸⁶.

Η ποιοτική έρευνα σχετίζεται κυρίως με τη μελέτη των κοινωνικών σχέσεων, οι οποίες λόγω των ραγδαίων κοινωνικών αλλαγών επαναπροσδιορίζονται συνεχώς με αποτέλεσμα οι κοινωνικοί επιστήμονες να βρίσκονται αντιμέτωποι με νέα ερευνητικά πεδία και νέες αναθεωρημένες οπτικές (Flick, 2017: 26). Σύμφωνα με τον Flick (2017), εξαιτίας των ριζοσπαστικών αλλαγών που έχει επιφέρει η τεχνολογική επανάσταση με σπουδαιότερο επίτευγμα το διαδίκτυο οι παραδοσιακές απαγωγικές μεθοδολογικές προσεγγίσεις αποτυγχάνουν, διότι τα ερευνητικά αντικείμενα και πεδία εξελίσσονται και διαφοροποιούνται συνεχώς, με αποτέλεσμα τα θεωρητικά μοντέλα να μην μπορούν να καλύψουν αυτόν τον πλουραλισμό ερευνητικών ερεθισμάτων ως προς τη δοκιμή των εμπειρικών δεδομένων, ώστε απαιτούνται πλέον εμπειρικές μελέτες, για να πλαισιωθούν μετέπειτα θεωρίες, αξιοποιώντας επαγωγικές μεθόδους, που θεωρούνται και οι καταλληλότερες για την κοινωνική έρευνα. Σύμφωνα με τους Παπαναστασίου και Παπαναστασίου (2014: 221), «η

²⁸⁶ Στο βιβλίο του Flick, «Εισαγωγή στην Ποιοτική Έρευνα» (2017) γίνεται μία αρκετά λεπτομερής περιγραφή των σταδίων από τα οποία πέρασε η ποιοτική έρευνα μέχρι να θεμελιωθεί και να αναγνωριστεί ως μεθοδολογική προσέγγιση τόσο στον αμερικανικό, όσο και στον γερμανικό χώρο. Για περισσότερες λεπτομέρειες μπορείτε να ανατρέξετε στο κεφάλαιο «Μία σύντομη ιστορία της ποιοτικής έρευνας σελ. 32-38»

ποιοτική έρευνα έχει ως βασική υπόθεση, ότι κάθε άτομο είναι μοναδικό και αξίζει μελέτης», ενώ οι κοινωνικοί ερευνητές αποσκοπούν στην ολιστική θεώρηση μίας κατάστασης, διαδικασίας ή φαινομένου που ανήκει στο πεδίο των ενδιαφερόντων τους. Επιπλέον, η ποιοτική έρευνα είναι μία ευρεία κατηγορία, στην οποία ανήκουν ιδιαίτερα δημοφιλείς -ανάμεσα στους ερευνητικούς κόλπους- προσεγγίσεις, όπως για παράδειγμα η εθνογραφική, η μελέτη περίπτωσης (ή περιπτωσική) και η νατουραλιστική (Cohen, Manion & Morrison, 2007; Flick, 2017; Παπαναστασίου & Παπαναστασίου, 2014), που βασίζονται κυρίως στη συνεχή παρατήρηση του μελετητή, ο οποίος έχει ως τελικό σκοπό την κατανόηση, αλλά και την ερμηνεία της φαινομενολογικής πραγματικότητας. Μία βασική παραδοχή ωστόσο, είναι το γεγονός, ότι η μεθοδολογία που θα ακολουθήσει ο ερευνητής εναπόκειται στη δική του οπτική του ερευνητικού προβλήματος που ο ίδιος έχει επιλέξει να διερευνήσει, συνεπώς είναι υποκειμενική και σχετίζεται άμεσα με την ερευνητική του υπόθεση και τα ερωτήματα στα οποία καλείται να δώσει απαντήσεις. Σαφώς, κάποια ερωτήματα απαντώνται καλύτερα από συγκεκριμένες μεθοδολογίες, που σύμφωνα με τους Case & Light (2011: 189)²⁸⁷ σημαίνει πως «αν μία ερευνητική κοινότητα περιορίζεται στη χρήση συγκεκριμένων μόνο μεθοδολογιών είναι πιθανό ότι και τα ερευνητικά δεδομένα που θα παράγει θα είναι επίσης περιορισμένα».

Για να μπορέσουμε να οριοθετήσουμε την ποιοτική έρευνα, θα πρέπει να τη συγκρίνουμε με την ποσοτική και αναδείξουμε τις διαφορές τους (Ίσαρη & Πουρκός, 2015²⁸⁸; Πουρκός, 2010²⁸⁹), ωστόσο ο πιο απλοϊκός διαχωρισμός που μπορούμε να κάνουμε σύμφωνα με τους Ίσαρη & Πουρκό (2015), είναι ότι,

«[...]ο προορισμός της ποσοτικής μεθόδου, την οποία χρησιμοποιούν κυρίως οι φυσικές επιστήμες είναι η εξήγηση των φαινομένων, ενώ προορισμός της ποιοτικής

²⁸⁷ Case, J. M. & Light, G. (2011). Emerging methodologies in engineering education research. *Journal of Engineering Education*, 100(1), 186-210.

²⁸⁸ Ίσαρη, Φ. & Πουρκός, Μ. (2015). *Ποιοτική Μεθοδολογία Έρευνας: Εφαρμογές στην Ψυχολογία και στην Εκπαίδευση*. Αθήνα: Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά Συγγράματα και Βοηθήματα. Ανακτήθηκε στις 20/4/2021 από τον ιστότοπο:

https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/5826/4/15327_Isari-KOY.pdf

²⁸⁹ Πουρκός, Μ. (2010β). Η διαμάχη μεταξύ ποιοτικής και ποσοτικής έρευνας στις κοινωνικές επιστήμες: Διευρύνοντας τις προοπτικές στη μεθοδολογία και τον ερευνητικό σχεδιασμό. Στο Μ. Πουρκός & Μ. Δαφέρμος (Επιμ.), *Ποιοτική έρευνα στις κοινωνικές επιστήμες: Επιστημολογικά, μεθοδολογικά και ηθικά ζητήματα* (σσ. 131-176). Αθήνα: Τόπος.

μεθόδου, στην οποία βασίζονται οι κοινωνικές και ανθρωπιστικές επιστήμες, είναι η κατανόηση των φαινομένων.[...]Η ποσοτική μέθοδος ανήκει στο μοντέλο του τύπου «αίτιο - αποτέλεσμα», ενώ η ποιοτική συνδέεται με το «παράδειγμα» «ολότητα μέρος». Η ποσοτική μέθοδος ονομάζεται συχνά ως εξηγητική ή εμπειρική ή νομοθετική, ενώ η ποιοτική προσδιορίζεται ως περιγραφική, κατανοούσα, ιδιογραφική ή ερμηνευτική».

Συγκρίνοντας τις δύο μεθόδους παρατηρούμε πως η ποσοτική μέθοδος έχει ως στόχο τη διατύπωση καθολικών νόμων μέσω της γενίκευσης στον πληθυσμό, ενώ αντιθέτως η ποιοτική σκοπεύει στη διατύπωση επιμέρους νόμων δίνοντας έμφαση στη ατομικότητα της ανθρώπινης εμπειρίας του βιοκόσμου, καθώς επίσης και στη διαφοροποίηση και σημαντικότητα των μοναδικών βιωμάτων του ατόμου (Babbie, 2018; Flick, 2015; Ίσαρη & Πουρκός, 2015). Επιπλέον όσον αφορά στο κυρίαρχο εργαλείο που χρησιμοποιείται σε κάθε μέθοδο, η ποσοτική χρησιμοποιεί την ποσοτική και στατιστική μέτρηση και ανάλυση, ενώ η ποιοτική την περιγραφή, διερεύνηση, κατανόηση και ερμηνεία με κυρίαρχο μοντέλο το απαγωγικό στην πρώτη περίπτωση, ενώ στη δεύτερη το επαγωγικό – ερμηνευτικό (Babbie, 2018; Flick, 2017; Ίσαρη & Πουρκός, 2015; Τσιώλης, 2014).

Ολοκληρώνοντας την ενότητα αυτή, καταλήγουμε πως κατάλληλη μέθοδος για τη διερεύνηση του προβλήματος που πραγματευόμαστε στην παρούσα διατριβή είναι η ποιοτική κατά το πρότυπο της συμβολικής αλληλόδρασης της Σχολής του Σικάγου, η οποία υιοθέτησε μία πιο ρεαλιστική προσέγγιση ως θεωρητική επιλογή ανάλυσης των κοινωνικών σχέσεων και αλληλεπιδράσεων και μάλιστα πρόκειται για μία μελέτη περίπτωσης (case study) της οποίας τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά πρόκειται να περιγράψουμε, να αναπτύξουμε και να αναλύσουμε σε επόμενη ενότητα. Ωστόσο, η φύση του θέματος που έχει επιλεγεί και οι μεθοδολογικές επιλογές, στις οποίες οδηγούμαστε, όπως χαρακτηριστικά αναφερθήκαμε στη διεξαγωγή μίας μελέτης περίπτωσης, επιτάσσουν την ανάγκη εκπόνησης μίας ταυτόχρονης, δεύτερης - συμπληρωματικής ποσοτικής έρευνας - στο πλαίσιο της τριγωνοποίησης - η οποία δύναται να ενισχύσει τα εξαχθέντα δεδομένα της μελέτης περίπτωσης υπό τη λογική, πως τα ποσοτικά δεδομένα που θα προκύψουν θα μπορέσουν να γενικευθούν στον πληθυσμό των εφήβων, ενδυναμώνοντας τη θέση

μας, όσον αφορά στη σημαντικότητα της επίδρασης των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στην κοινωνική ζωή των εφήβων.

2.1. Μελέτη Περίπτωσης

Η μελέτη περίπτωσης (case study) αποτελεί ένα ιδιαίτερο είδος ποιοτικής έρευνας που χρησιμοποιείται ευρέως από τους κοινωνικούς επιστήμονες και ανήκει στο επιστημονικό Παράδειγμα που εστιάζει στις ερμηνευτικές και υποκειμενικές διαστάσεις (Cohen, Manion & Morrison, 2007: 309). Σύμφωνα με το Βάμβουκα (2010),

«Η μελέτη περιπτώσεων συνίσταται στη συλλογή πληροφοριών για τη ζωή και τις εμπειρίες ενός ατόμου μιας χαρακτηριστικής περίπτωσης συμπεριφοράς. [...] Ο ερευνητής καταγράφει τα γεγονότα της ζωής του ατόμου, όπως τα έζησε, τις εμπειρίες του και γενικά τον κόσμο του. Ξεχωρίζει τις κρίσιμες εμπειρίες του, τις συσχετίζει και επιχειρεί να κατανοήσει κατά πόσο αντικατοπτρίζουν παραλλαγές της συγκεκριμένης συμπεριφοράς που εξετάζεται».

Μία μελέτη περίπτωσης ερευνά ένα περιστατικό εν τη εξελίξει του (Adelman, Kemmis & Jenkins, 1980²⁹⁰; Crowe, Cresswell, Robertson, Huby, Avery & Sheikh, 2011²⁹¹; Kaarbo & Beasley, 1999²⁹², Παπαναστασίου & Παπαναστασίου, 2014), ενώ ταυτόχρονα μπορεί να δώσει στον αναγνώστη μία ολοκληρωμένη εικόνα ενός περιστατικού, χωρίς ο ερευνητής να αναλώνεται σε αφηρημένες έννοιες και θεωρίες. Επιπροσθέτως, δεν είναι απαραίτητη η ποσοτική ανάλυση, αντιθέτως μία μελέτη περίπτωσης διεισδύει σε βάθος σε καταστάσεις που δε χρειάζονται ποσοτικά δεδομένα για να ερμηνευθούν. Όπως επισημαίνουν οι Cohen, Manion και Morrison

²⁹⁰ Adelman, C., Kemmis, S. & Jenkins, D. (1980). Rethinking case study: notes from the second Cambridge Conference. Στο H. Simons (Επιμ.) *Towards a Science of the Singular*. Centre for Applied Research in Education, University of East Anglia, 45-61.

²⁹¹ Crowe, S., Cresswell, K., Robertson, A., Huby, G., Avery, A. & Sheikh, A. (2011). The case study approach. *BMC Medical Research Methodology*, 11(100), 1-9.

²⁹² Kaarbo, J. & Beasley, R. K. (1999). A practical guide to the comparative case study method in political psychology. *Political Psychology*, 20, 369-391.

(2007) αυτό το είδος μεθοδολογικής προσέγγισης δύναται να προσδιορίσει το αίτιο και το αιτιατό, ενώ ένα βασικό πλεονέκτημά της είναι πως τα δεδομένα συλλέγονται σε πραγματικό περιβάλλον με κύριο χαρακτηριστικό την παραδοχή πως το Όλον είναι κάτι πολύ ανώτερο από ένα απλό άθροισμα των μερών του (Nisber & Watt, 1984²⁹³; Sturman, 1999²⁹⁴). Η περίπτωση είναι μία πολύ συγκεκριμένη έννοια, είναι σκόπιμη, ενώ χαρακτηρίζεται από οριοθετημένα χρονικά περιθώρια, όπως επίσης και από τη δική της ξεχωριστή ταυτότητα (Cohen, Manion & Morrison, 2007; Μαγγόπουλος, 2014²⁹⁵; Rashid, Rashid, Warraich, Sabir & Waseem, 2019²⁹⁶), ωστόσο ακριβώς αυτά τα χαρακτηριστικά καθιστούν δύσκολη τη διερεύνηση όλων των πτυχών ενός προβλήματος σε μία μόνο μελέτη (Rashid et al., 2019; Cruzes, Dybå, Runeson & Höst, 2015²⁹⁷). Η μελέτη περίπτωσης μπορεί να προσδιοριστεί και να οριστεί με διάφορους τρόπους, όμως η ουσιώδης διαφορά από τις υπόλοιπες ποιοτικές μεθόδους είναι το ότι πρόκειται για μία έρευνα ενός γεγονότος ή ενός φαινομένου σε βάθος στο φυσικό του περιβάλλον και για το λόγο αυτό θεωρείται ως μία νατουραλιστική προσέγγιση, σε αντίθεση με την πειραματική, κατά την οποία ο ερευνητής επιχειρεί να ασκήσει έλεγχο και να χειραγωγήσει τις μεταβλητές που τον ενδιαφέρουν (Crowe et al., 2011).

Σύμφωνα με τον Stake (1994), οι μελέτες περίπτωσης χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες: τις εγγενείς – εσωτερικές (intrinsic), τις οργανικές – εργαλειακές (instrumental) και τις συλλογικές – συγκεντρωτικές (collective). Όσον αφορά στην πρώτη κατηγορία, οι εσωτερικές μελέτες διερευνούν ένα φαινόμενο σε βάθος με σκοπό να γίνει πλήρως κατανοητό, όσον αφορά στις οργανικές, είναι το είδος μελετών που περιγράφουν μία περίπτωση με σκοπό να μας δώσουν μία εικόνα του συγκεκριμένου γεγονότος ή φαινομένου, ενώ σχετικά με τις συγκεντρωτικές, μπορούμε να πούμε πως διεξάγονται για να κατανοήσουμε το γενικότερο πλαίσιο

²⁹³ Nisber, J. & Watt, J. (1984). Case Study. Στο J. Bell, T. Bush, A. Fox, J. Goodey και S. Goulding (Επιμ.) *Conducting Small – scale Investigations in Educational Management*. London: Harper & Row, 79-92.

²⁹⁴ Sturman, A. (1999). Case study methods. Στο J. P. Keeves (Επιμ.), *Educational Research Methodology and Measurement: an International Handbook (2nd ed.)*. Oxford: Elsevier Science Ltd., 103-112.

²⁹⁵ Μαγγόπουλος, Γ. (2014). Η μελέτης περίπτωσης ως ερευνητική στρατηγική στην αξιολόγηση προγραμμάτων: θεωρητικοί προβληματισμοί. *Το Βήμα των Κοινωνικών Επιστημών (64)*ΙΣΤ, 73-93.

²⁹⁶ Rashid, Y., Rashid, A., Warraich, M. A., Sabir, S. S. & Waseem, A. (2019). Case Study Method: A Step-by-Step Guide for Business Researchers. *International Journal of Qualitative Methods*, 18, 1-13.

²⁹⁷ Cruzes, D. B., Dybå, T., Runeson, P. & Höst, M. (2015). Case studies synthesis: A thematic, cross-case, and narrative synthesis worked example. *Empirical Software Engineering*, 20, 1634-1665.

και να έχουμε μία σφαιρική όψη του διερευνούμενου προβλήματος (Baxter & Jack, 2008: 548²⁹⁸; Cohen et al. 2007: 313; Crowe et al., 2011:1). Ο Yin (2003) θεωρεί πως οι μελέτες περίπτωσης χωρίζονται επίσης σε τρεις κατηγορίες, παρεμφερείς με του Stake. Η πρώτη κατηγορία είναι περιγραφικές μελέτες (αφηγηματικές περιγραφές), η δεύτερη οι διερευνητικές (λειτουργούν συμπληρωματικά σε άλλες μελέτες) και η τρίτη οι ερμηνευτικές μελέτες περίπτωσης (ελέγχουν θεωρίες) (Baxter & Jack, 2008: 548; Cohen et al. 2007: 312; Crowe et al., 2011:4). Αυτό που έχει ιδιαίτερη σημασία γι' αυτό το είδος ποιοτικής μεθόδου είναι το γεγονός, ότι διερευνά ένα πρόβλημα μέσα στο δικό του μικρόκοσμο, στο περιβάλλον από το οποίο πλαισιώνεται, ενώ το περιβάλλον αυτό είναι καθοριστικός παράγοντας τόσο σε σχέση με την αιτία, όσο και με το αποτέλεσμα. *«Επιπλέον τα περιβάλλοντα είναι μοναδικά και δυναμικά, γι' αυτό και οι μελέτες περίπτωσης ερευνούν και αποτυπώνουν τις περίπλοκες, δυναμικές και εκτεταμένες αλληλεπιδράσεις γεγονότων, ανθρωπίνων σχέσεων και άλλων παραμέτρων σε μία μοναδική περίπτωση»* (Cohen et al. 2007).

Σύμφωνα με τις Baxter & Jack (2008), ένα μεγάλο βήμα για να οριοθετήσει ένας ερευνητής τι ακριβώς ερευνά η μελέτη περίπτωσης που σχεδιάζει, είναι να οριοθετήσει πρωτίστως τι δεν ερευνά. Αυτός είναι ένας καθοριστικός παράγοντας μίας επιτυχημένης έρευνας, καθώς ένα σύνηθες εμπόδιο στην επιτυχία μίας μελέτης περίπτωσης είναι το γεγονός, ότι το πρόβλημα που μελετάται έχει μεγάλο εύρος και πολλές οπτικές που δεν μπορεί να καλύψει μία μόνο έρευνα. Για να αποφευχθεί αυτή η τροχοπέδη, οι θεωρητικοί προτείνουν να γίνεται μία σαφής οριοθέτηση, έτσι ώστε να συγκεκριμενοποιείται, όσο το δυνατόν περισσότερο η υπό εξέταση περίπτωση. Ανάμεσα στις προτάσεις για να «δεθεί» πληρέστερα μία μελέτη περίπτωσης είναι να προσδιοριστεί σύμφωνα με το χώρο και το χρόνο (Creswell, 2003), σύμφωνα με το χρόνο και τη δραστηριότητα (Stake, 1994) και τέλος σύμφωνα με τον ορισμό και το πλαίσιο (Miles & Huberman, 1994). Χρησιμοποιώντας αυτές τις τρεις προδιαγραφές ο ερευνητής μπορεί να εξασφαλίσει, ότι θα μελετηθεί επακριβώς η περίπτωση που έχει θέσει ως ερευνητικό πρόβλημα (Baxter & Jack, 2008).

²⁹⁸ Baxter, P. & Jack, S. (2008). Qualitative Case Study Methodology: Study Design and Implementation for Novice Researchers. *The Qualitative Report*, 13(4), 544-559.

Εάν ο ερευνητής καταφέρει να αποφύγει τα προαναφερθέντα εμπόδια που πιθανόν να συναντήσει κατά το σχεδιασμό μίας μελέτης περίπτωσης, είναι σαφές, ότι το είδος της έρευνας που έχει επιλέξει έχει πληθώρα πλεονεκτημάτων, τα οποία σύμφωνα με τους Cohen et al. (2007: 310) είναι τα εξής:

- Περιγράφονται με γλαφυρό κι εμπειριστατωμένο τρόπο τα γεγονότα που εμπλέκονται στην κάθε περίπτωση
- Οριοθετείται χρονολογικά η υπόθεση και παρέχεται ένα εκτενές χρονολόγιο των γεγονότων
- Τα γεγονότα εμπλέκονται με την ανάλυση και αλληλοσυμπληρώνονται
- Το ενδιαφέρον του ερευνητή επικεντρώνεται σε δρώντα άτομα ή ομάδες δρώντων κι επιχειρείται μία προσπάθεια βαθύτερης κατανόησης των γεγονότων μέσω της οπτικής των υπό μελέτη υποκειμένων
- Ο ερευνητής έχει άμεση σχέση με την υπό έρευνα περίπτωση

Επιπλέον, οι Hitchcock και Hughes (1995)²⁹⁹ επισημαίνουν πως οι μελέτες περίπτωσης έχουν συγκεκριμένα χρονικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα, γεγονός που βοηθάει στην οριοθέτησή τους, έχουν συγκεκριμένα γεωγραφικά χαρακτηριστικά που επιτρέπουν τον ορισμό τους, δύνανται να οριοθετηθούν από κάποιο άτομο με βάση τα χωροχρονικά γνωρίσματά τους, ενώ επίσης μπορούν «να οριστούν με βάση τα χαρακτηριστικά της ομάδας, ή με βάση το ρόλο ή τη λειτουργία τους». Ένα επίσης σημαντικό χαρακτηριστικό της μελέτης περίπτωσης είναι η επαγωγική ανάλυση, με κύριο σκοπό όχι την ανάπτυξη υποθέσεων με μία απλή επαλήθευση ή διάψευσή της, αλλά όπως υποστηρίζουν οι Παπαναστασίου & Παπαναστασίου σκοπός είναι η «κατασκευή ενός μωσαϊκού, ενώ οι ερευνητές «κατασκευάζουν» την εικόνα αυτή, συλλέγοντας κι εξετάζοντας τα δεδομένα».

Στον αντίποδα υπάρχουν και κάποιες αδυναμίες στις μελέτες περίπτωσης, όπως για παράδειγμα, ότι τα αποτελέσματα δεν μπορούν να γενικευθούν σε όλες τις περιπτώσεις -κυρίως λόγω του μικρού δείγματος- ενώ η φύση της συγκεκριμένης μεθοδολογικής προσέγγισης δε δίνει τη δυνατότητα να επαναληφθεί και άρα να επανελεγχθούν τα αποτελέσματά της (Cohen et al., 2007; Nisbet & Watt, 1984). Αυτό το συγκεκριμένο «αρνητικό» χαρακτηριστικό ταυτόχρονα είναι και «θετικό», καθώς

²⁹⁹ Hitchcock, G. & Hughes, D. (1995). *Research and the Teacher (2nd ed.)*. London: Routledge.

μία μελέτη περίπτωσης χαρακτηρίζεται από πρωτοτυπία, αφού είναι εξαιρετικά δύσκολο, αν όχι ακατόρθωτο να ξαναβρούμε επακριβώς το ίδιο δείγμα στο συγκεκριμένο περιβάλλον, όπως για παράδειγμα θα μπορούσε να συμβεί σε μία πειραματική μελέτη εντός ενός εργαστηρίου, όπου οι συνθήκες του πειράματος θα μπορούσαν να επαναληφθούν με την εμπλοκή και τη διαχείριση του ερευνητή. Στη μελέτη περίπτωσης δεν επηρεάζει ο ερευνητής το περιβάλλον, αντιθέτως αποτελεί συνθήκη και μέρος του υπό εξέταση αντικειμένου, ενώ το γεγονός, ότι η μελέτη περίπτωσης έχει αυτά τα χαρακτηριστικά πολλές φορές χαρακτηρίζεται ως μεροληπτική, υποκειμενική και προκατειλημμένη, καθώς εξετάζεται υπό την οπτική γωνία του μελετητή (Cohen et al., 2007; Nisbet & Watt, 1984).

Αν και κατανοούμε τις αδυναμίες μίας μελέτης περίπτωσης τα συγκριτικά της πλεονεκτήματα υπερτερούν και συμπερασματικά μπορούμε να πούμε, πως το ερευνητικό πρόβλημα που καλούμαστε να διερευνήσουμε στην παρούσα διατριβή συγκεντρώνει όλα τα παραπάνω χαρακτηριστικά και για το λόγο αυτό την έχουμε επιλέξει ως καταλληλότερη μεθοδολογική προσέγγιση. Συγκεκριμένα, επιλέξαμε ως μονάδα ανάλυσης τους εφήβους 15 έως 18 ετών, διότι αυτή η συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα παρουσιάζει την πιο έντονη, πολύπλευρη και διαρκή χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης. Οι έφηβοι, ως κοινωνική ομάδα σαφώς και μπορούν να αποτελέσουν μονάδα ανάλυσης στην κοινωνική έρευνα (Babbie, 2018: 203) και όπως αναφέραμε και προηγουμένως μία ομάδα δύναται να αποτελέσει ως μοναδική οντότητα το επίκεντρο μίας μελέτης περίπτωσης. Η επιλογή μας ωστόσο, δεν έγκειται μόνο στα χαρακτηριστικά της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, αλλά και στη φύση αυτής της ιδιαίτερης αναπτυξιακής περιόδου για τα παιδιά, τα οποία αμφιταλαντεύονται μεταξύ της παιδικής ηλικίας και της ενηλικίωσης, προσπαθώντας να ανακαλύψουν την ατομική τους ταυτότητα, όπως για παράδειγμα μέσω του προσδιορισμού και της κατανόησης του φύλου τους, αλλά και την κοινωνική τους ταυτότητα, μέσα από τις κοινωνικές αλληλεπιδράσεις με τους ομηλικούς τους και τη συμμετοχή τους σε διάφορες κοινωνικές ομάδες, όπως για παράδειγμα η σχολική τάξη, οι παρέες, οι αθλητικές ομάδες κ.ά. (Cole & Cole, 2002; Lehalle & Mellier, 2009). Ο χωροχρονικός προσδιορισμός της μελέτης περίπτωσης εν προκειμένω είναι συγκεκριμένος, ωστόσο ευρύς. Μελετήσαμε εφήβους που βρίσκονται στην Ελλάδα και συγκεκριμένα στην πρωτεύουσα του Νομού Πιερίας, την Κατερίνη, ενώ όσον

αφορά στο χρόνο, δεδομένου, ότι τα social media είναι ένα σύγχρονο φαινόμενο, μπορούμε να πούμε πως η εν λόγω μελέτη περίπτωσης ερευνά εάν και πώς επηρεάζεται η κοινωνική ζωή των εφήβων από τη χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης με βάση τη δομή τους και τις δυνατότητες που αυτές προσφέρουν σήμερα, στην Ελλάδα του 2023, στους χρήστες τους. Είναι προφανές πως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μεταβάλλονται διαρκώς και αδιάκοπα και εξελίσσονται με ρυθμούς γεωμετρικής προόδου. Συνεπώς η έρευνά μας αποτελεί ένα ιχνογράφημα του σήμερα με μονάδα ανάλυσης τους εφήβους εντός ενός παγκοσμιοποιημένου περιβάλλοντος που χαρακτηρίζεται από τη διαρκή τεχνολογική πρόοδο και εξέλιξη, την αβίαστη και ανεμπόδιστη επικοινωνία χωρίς γεωγραφικούς και χρονικούς περιορισμούς.

Όπως φαίνεται από την επισκόπηση προηγούμενων μελετών που διενεργήθηκαν σε διάφορες χώρες του εξωτερικού, οι ερευνητές που επέλεξαν να διεξάγουν έρευνες στο ίδιο πεδίο με αυτό που έχουμε επιλέξει εμείς, έχουν επίσης προτιμήσει τη μελέτη περίπτωσης, ως μεθοδολογία για την άντληση δεδομένων σχετικά με το πώς επιδρούν οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης είτε στους νέους, είτε σε εφήβους. Συγκεκριμένα στη μελέτη περίπτωσης του Singh (2019)³⁰⁰, επιλέχθηκαν 200 έφηβοι ηλικίας 15 έως 19 ετών από την περιοχή Shimla της Ινδίας με τυχαία δειγματοληψία. Σκοπός της έρευνας αποτέλεσε η διερεύνηση του τρόπου χρήσης των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης από τους εφήβους της πρωτεύουσας Himachal Pradesh. Ως εργαλείο χρησιμοποιήθηκε ερωτηματολόγιο, του οποίου τα δεδομένα αναλύθηκε σε βάση ποσοστών και μέσου όρου, ενώ τα αποτελέσματα σύμφωνα με τον Singh (2019) έδειξαν πως πράγματι υπάρχει επίδραση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στους εφήβους της συγκεκριμένης ηλικίας, η οποία φαίνεται πως έχει αρνητικές επιπτώσεις στην κοινωνική τους ζωή. Ο Singh έθεσε ως κριτήρια επιλογής της περίπτωσης του τα εξής: α) η ηλικία των εφήβων και συγκεκριμένα 15-19 ετών, β) οι έφηβοι να χρησιμοποιούν smartphones, γ) να έχουν πρόσβαση στο ίντερνετ για περισσότερες από 70 ημέρες και δ) να διατηρούν λογαριασμούς σε διάφορα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Επιπλέον, ως μελέτη

³⁰⁰ Singh, V. (2019). Impact of social media on social life of teenagers in India: *A case study*. *Journal of Academic Perspective on Social Studies*, 1, 13-24.

περίπτωσης ο Singh θεωρεί, ότι τα αποτελέσματα αυτά δεν μπορούν να γενικευθούν και αφορούν στη συγκεκριμένη περίπτωση των εφήβων με τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά στην πόλη Himachal Pradesh.

Μία ακόμη μελέτη περίπτωσης που αφορά στην επίδραση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης από τους νέους διεξήγαγαν οι Shabir, Hameed, Safdar και Gilani (2014)³⁰¹ και πραγματοποιήθηκε στην πόλη Bahawalpur στο Πακιστάν. Σκοπός της έρευνας αποτέλεσε η ανάλυση της επίδρασης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στους νέους, καθώς επίσης και ο τρόπος που επηρεάζουν τις διάφορες πτυχές της κοινωνικής τους ζωής, τις πολιτικές τους πεποιθήσεις, τις θρησκευτικές τους πεποιθήσεις, την εκπαίδευση, τις ενδυματολογικές τους προτιμήσεις, τις αθλητικές τους δραστηριότητες. Για τη διεξαγωγή της έρευνας χρησιμοποιήθηκε το ερωτηματολόγιο σε δείγμα 300 νέων, οι οποίοι επιλέχθηκαν με μη πιθανοτικές στρατηγικές δειγματοληψίας. Τα δεδομένα που προέκυψαν αναλύθηκαν με το λογισμικό SPSS, ενώ τα δεδομένα που συλλέχθηκαν δείχνουν μία σαφή προτίμηση των νέων στο Facebook, στο Skype, στο Youtube και στο Myspace. Επιπλέον οι νέοι χρησιμοποιούν κυρίως τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για να επικοινωνήσουν με τους συνομήλικούς τους σε αντίθεση με τη χαμηλή προτίμηση που δείχνουν στα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας.

Οι Chuckwuere & Chukwuere (2017)³⁰², διεξήγαγαν μία έρευνα, η οποία είχε σκοπό τη διερεύνηση της επίδρασης των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στο κοινωνικό lifestyle των νεαρών γυναικών και συγκεκριμένα στην περίπτωση των φοιτητριών του North – West University στο Mahikeng της Νοτίου Αφρικής. Στη μελέτη περίπτωσης συμμετείχαν 67 φοιτήτριες με τυχαία δειγματοληψία, οι οποίες απάντησαν σε ερωτηματολόγιο. Όσον αφορά στα ευρήματα, φαίνεται πως πράγματι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επιδρούν στο κοινωνικό lifestyle που υιοθετούν οι νέες γυναίκες, καθώς επηρεάζουν γενικότερα τη νοοτροπία με την οποία αντιμετωπίζουν τη ζωή τους. Επιπλέον, φαίνεται πως οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης προάγουν θετικές και υγιεινές συνήθειες, όσον αφορά στην

³⁰¹ Shabir, G., Hameed, Y. M. Y., Safdar, G. & Gilani, S. M. F. S. (2014). The Impact of Social Media on Youth: A Case Study of Bahawalpur City. *Asian Journal of Social Sciences & Humanities*, 3(4), 132-151.

³⁰² Chukwuere, J. E. & Chukwuere, P. C. (2017). *The impact of social media on social lifestyle: A case study of University female students. Gender & Behaviour*, 15(4), 9928-9940.

καθημερινότητά τους, αξίες που αφήνουν θετικό αποτύπωμα στην κοινωνία μας. Στα ευρήματα της μελέτης ανήκουν και στοιχεία που υποδεικνύουν, πως οι νεαρές γυναίκες θεωρούν, ότι δημοσιεύσεις, σχόλια και αναρτήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που αφορούν ρατσιστικό, κακοποιητικό και θρησκευτικό περιεχόμενο ευθύνονται για εκδηλώσεις μίσους μεταξύ διαφόρων φυλετικών ομάδων στην κοινωνία. Τέλος, ένα ακόμη σημαντικό δεδομένο που δείχνει τις επιρροές των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στις νέες γυναίκες, φαίνεται πως είναι το γεγονός, πως τα κορίτσια αν και βάζονται καθημερινά από περιεχόμενο σχετικό με προσωπικές σχέσεις, δε δείχνουν να επηρεάζονται, όσον αφορά τις σκέψεις και τις αντιλήψεις τους σχετικά με το γάμο, ως κοινωνικό θεσμό.

Μελετώντας τις έρευνες που πραγματοποιήθηκαν στο πεδίο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε συνδυασμό με την επίδρασή τους σε εφήβους ή σε νέους ανθρώπους γενικότερα, παρατηρούμε, πως δεν τέθηκαν αυστηρά κριτήρια επιλογής των «περιπτώσεων» που επιλέχθηκαν, αντιθέτως θα μπορούσαμε να πούμε, πως δεν υπάρχει κανένα σαφές κριτήριο επιλογής της περίπτωσης, ωστόσο τέθηκαν κάποια συγκεκριμένα κριτήρια επιλογής του δείγματος σε έναν συγκεκριμένο χώρο, όπως για παράδειγμα μία πόλη, σε ένα πανεπιστήμιο ή σε ένα σχολείο, ενώ οι νέοι που επιλέχθηκαν συνήθως με μη πιθανοτικές στρατηγικές δειγματοληψίας είχαν ως κοινά χαρακτηριστικά τη διατήρηση λογαριασμών σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, την κατοχή smartphone και τη συνεχή σύνδεση στο διαδίκτυο.

2.2. Οριοθετήσεις και περιορισμοί

Στην προηγούμενη υποενότητα αναφέραμε, πως ένα βασικό χαρακτηριστικό μίας μελέτης περίπτωσης είναι το γεγονός ότι έχει σαφή όρια και συγκεκριμένους περιορισμούς. Στην έρευνα μας έχουμε οριοθετήσει το αντικείμενο της μελέτης μας, ως προς το αναπτυξιακό στάδιο και την ηλικία στην οποία θα βρίσκεται το δείγμα μας. Συγκεκριμένα επιλέξαμε για τους λόγους που αναλύσαμε προηγουμένως τους εφήβους ηλικίας 15 έως 18 ετών, της Α', Β' και Γ' Λυκείου του 4^{ου} Γενικού Λυκείου Κατερίνης. Το εν λόγω Γενικό Λύκειο επιλέχθηκε με κριτήριο τη θέση του, τον πληθυσμό του σε μαθητές και βεβαίως, τη θετική ανταπόκριση του Διευθυντή της σχολικής μονάδας, κατόπιν αιτήματός μας. Συγκεκριμένα το 4^ο ΓΕΛ Κατερίνης

βρίσκεται στο κέντρο της πρωτεύουσας της Περιφερειακής Ενότητας Πιερίας και αποτελεί ένα από τα πολυπληθέστερα λύκεια της περιοχής, με εγγεγραμμένο αριθμό μαθητών, τους 350. Η περίπτωση των εφήβων μαθητών που μελετήθηκε έχει ως βασικό και κύριο χαρακτηριστικό της την ενασχόλησή τους με τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης και τη διατήρηση προσωπικού λογαριασμού σε αυτές.

2.3. Κριτήρια επιλογής των συμμετεχόντων στη μελέτη περίπτωσης

Η ποιότητα της παρούσας διατριβής δεν εξαρτάται μόνο από τη μέθοδο, την οποία έχουμε επιλέξει για να διερευνήσουμε το ερευνητικό μας πρόβλημα, αλλά καθορίζεται και από την καταλληλότητα της δειγματοληψίας που πρόκειται να ακολουθήσουμε. Για να αποφασίσουμε ποιος είναι ο καταλληλότερος τρόπος για να επιλέξουμε τη στρατηγική της δειγματοληψίας μας, σύμφωνα με τους Cohen et al. (2007: 150) θα πρέπει πρωτίστως να πάρουμε τις αποφάσεις μας αναφορικά με τους εξής άξονες: *«το μέγεθος του δείγματος, την αντιπροσωπευτικότητα και τις διάφορες παραμέτρους του δείγματος, την πρόσβαση στο δείγμα και τέλος τη στρατηγική δειγματοληψίας που πρόκειται να χρησιμοποιήσουμε»*. Όσον αφορά στο μέγεθος του δείγματος, ο πραγματικός αριθμός των εφήβων ηλικίας 15 έως 18 ετών που διαβιούν στον ελλαδικό χώρο είναι εξαιρετικά δύσκολο να προσδιοριστεί με ακρίβεια, ωστόσο μπορούμε περίπου να υπολογίσουμε – όμως με απόκλιση – τον πληθυσμό των εφήβων, έχοντας κατά νου, ότι σε αυτήν την ηλικία τα παιδιά βρίσκονται συνήθως στην εκπαιδευτική βαθμίδα του Λυκείου. Σύμφωνα με το δελτίο τύπου της ΕΛΣΤΑΤ (2020) οι εγγεγραμμένοι μαθητές στα Λύκεια της χώρας μας για το σχολικό έτος 2018-2019 ανέρχονταν σε 254.351 μαθητές, που σημαίνει, ότι δε θα είναι όλος ο πληθυσμός χρήστες των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης, ενώ σίγουρα ο πραγματικός αριθμός των εφήβων που χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θα είναι αρκετά μεγάλος και είναι βέβαιο, πως δεν μπορεί να προσδιοριστεί με ακρίβεια, αφού τα παιδιά για να μπορέσουν να δημιουργήσουν ένα λογαριασμό στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θα πρέπει τις περισσότερες φορές να δηλώσουν ψευδή ημερομηνία γέννησης, καθώς προϋπόθεση για την εγγραφή τους είναι συνήθως η συμπλήρωση του 18^{ου} έτους, ηλικία που μεταβάλλεται, ανά

μέσο. Επίσης θα πρέπει να λάβουμε υπόψη μας το γεγονός, ότι δε φοιτούν όλοι οι έφηβοι αυτής της ηλικίας στα Λύκεια της χώρας, πολλοί έχουν σταματήσει εξαιτίας διαφόρων παραγόντων το σχολείο και βρίσκονται εκτός εκπαίδευσης. Συνεπώς είναι πρακτικά αδύνατο να υπολογίσουμε τον πραγματικό αριθμό εφήβων χρηστών μεταξύ 15 και 18 ετών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Ωστόσο, στη δική μας μελέτη περίπτωσης δε μας ενδιαφέρει ούτως ή άλλως να επιλέξουμε ένα αντιπροσωπευτικό του πληθυσμού δείγμα, διότι θέλουμε να διερευνήσουμε την επίδραση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στους έφηβους χρήστες και σε πρώτη φάση τουλάχιστον να μη γενικεύσουμε στον πληθυσμό τα συμπεράσματά μας. Η γενίκευση δεν είναι ο σκοπός της μελέτης μας, αλλά η διερεύνηση ενός φαινομένου που φαίνεται να διαμορφώνει την κοινωνική ζωή των σημερινών παιδιών που βρίσκονται μεταξύ 15 και 18 ετών. Σχετικά με τη γενίκευση των αποτελεσμάτων θα επανέλθουμε σε επόμενες ενότητες, στις οποίες ασχοληθήκαμε με την ποσοτική έρευνα σε εφήβους 15 έως 18 ετών σε δείγμα 500 παιδιών.

Η μελέτη περίπτωσης που έχουμε επιλέξει να εκπονήσουμε θέτει ως μέθοδος τα δικά της κριτήρια για την επιλογή των συμμετεχόντων. Σύμφωνα με τον Flick (2017: 195), η συγκεκριμένη μέθοδος καθορίζει εκ των προτέρων το δείγμα που θα πραγματευτεί με τη διάρθρωση των ομάδων που θα ληφθούν υπόψη να καθορίζεται πριν από τη συλλογή των δεδομένων. Η επιλογή συμμετεχόντων μας περιορίζεται εξ αρχής από κάποια συγκεκριμένα κριτήρια, μέσα στα οποία ο Flick (2017), περιλαμβάνει μία ορισμένη ομάδα, μία ορισμένη ηλικία, μία συγκεκριμένη χρονική περίοδο και μία ορισμένη συνθήκη, η οποία καθιστά την έρευνά μας, μελέτη περίπτωσης, ενώ αυτή είναι και η βασική προϋπόθεση, δηλαδή οι έφηβοι που θα μελετήσουμε να χρησιμοποιούν τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης. Όσον αφορά στο μέγεθος του δείγματος, σύμφωνα με τον Βάμβουκα (2010: 155), στις περισσότερες έρευνες που διεξάγονται στον ψυχοπαιδαγωγικό χώρο εξετάζεται *«ένας σχετικά μικρός αριθμός ατόμων, ένα περιορισμένο εύρος καταστάσεων, ένα μικρό δείγμα περιστατικών ή περιπτώσεων»*. Συνεπώς, θεωρούμε πως ένα δείγμα 19 ατόμων είναι αρκετό, ώστε να μπορέσουμε να ερευνήσουμε σε βάθος το ρόλο της online μεσοποιημένης επικοινωνίας και συγκεκριμένα την επίδραση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στην κοινωνική ζωή των εφήβων, ωστόσο ο αριθμός αυτός ενδέχεται να αναθεωρηθεί σε περίπτωση που δεν επέλθει ο

θεωρητικός κορεσμός (theoretical saturation) (Flick, 2017: 196; Glaser & Strauss, 1967: 61³⁰³; Low, 2019³⁰⁴; Saunders, Kingstone, Baker, Waterfield, Bartlam, Burroughs & Jinks, 2018³⁰⁵; Τσιώλης, 2014: 135) και θεωρήσουμε πως χρειάζεται μεγαλύτερο δείγμα, ώστε να βρεθούν επιπλέον δεδομένα και να αναπτυχθούν πλήρως όλες οι πτυχές της υπό εξέταση περίπτωσης, ώστε πλέον να μην προκύπτει καμία καινούρια πληροφορία που να προσδίδει κάτι περισσότερο από το προσδοκώμενο στην έρευνά μας. Σύμφωνα με τον Τσιώλη (2014), αυτό που πρέπει να έχουμε υπόψη μας είναι το γεγονός ότι ο θεωρητικός κορεσμός είναι μία προσωρινή έννοια, σχετική, η οποία ανά τακτά διαστήματα μπορεί να ελέγχεται, καθώς η επεξεργασία νέων εμπειρικών δεδομένων πάντα μπορεί να προσφέρει κάτι καινούριο στο υπό διερεύνηση ζήτημα (Κόλλιας, 2014³⁰⁶; Strauss & Corbin, 1998: 136)³⁰⁷. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να διαχωρίσουμε τη στατιστική δειγματοληψία (δειγματοληψία πιθανοτήτων), από τη θεωρητική (μη πιθανοτική δειγματοληψία), η οποία όπως προκύπτει από τη μελέτη της βιβλιογραφίας φαίνεται πως θα έχει σαφώς καλύτερη εφαρμογή στη δική μας έρευνα. Συγκρίνοντας τις δύο στρατηγικές παρατηρούμε, πως στη στατιστική δειγματοληψία ο πληθυσμός θα πρέπει να είναι γνωστός εκ των προτέρων, κάτι που δε συμβαίνει στη θεωρητική, ενώ δεν είναι καν γνωστά και τα βασικά χαρακτηριστικά του. Επιπλέον, στη θεωρητική δειγματοληψία, κάθε φορά που επαναλαμβάνεται η ίδια έρευνα θα πρέπει ξανά τα κριτήρια να καθορίζονται από την αρχή, αντιθέτως στη στατιστική γίνεται εφάπαξ λήψη του δείγματος, το οποίο είναι προκαθορισμένο βάση διαφόρων κριτηρίων που έχουν τεθεί εξαρχής. Τέλος, στη θεωρητική δειγματοληψία το μέγεθος του δείγματος δεν είναι γνωστό ή προκαθορισμένο, ενώ στη στατιστική είναι προκαθορισμένο και συγκεκριμένο και η επιλογή του ολοκληρώνεται, όταν έχει μελετηθεί το σύνολό του, αντιθέτως στη θεωρητική η

³⁰³ Glaser, B. G. & Strauss, A. L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Chicago, IL: Aldine.

³⁰⁴ Low, J. (2019). A Pragmatic Definition of the Concept of Theoretical Saturation. *Sociological Focus*, 52(2), 131-139.

³⁰⁵ Saunders, B., Sim, J., Kingstone, T., Baker, S., Waterfield, J., Bartlam, B., Burroughs, H., & Jinks, C. (2018). Saturation in qualitative research: exploring its conceptualization and operationalization. *Quality & quantity*, 52(4), 1893–1907.

³⁰⁶ Κόλλιας, Α. (2014). *Ανάλυση Περιεχομένου. Εξέλιξη, τεχνικές και εφαρμογές της μεθόδου στη μελέτη της επικοινωνίας*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.

³⁰⁷ Strauss, A. & Corbin, J. (1998). *Basics of Qualitative Research. Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*, (2nd ed.). London: Sage Publications.

επιλογή του δείγματος ως διαδικασία φτάνει στο τέλος της, όταν επέλθει ο θεωρητικός κορεσμός (Cohen et al., 2007: 163; Flick, 2017: 198, Mertens, 2009: 366³⁰⁸).

Έχοντας επιλέξει τη θεωρητική δειγματοληψία, η οποία συναντάται συχνά στη βιβλιογραφία ως δειγματοληψία σκοπιμότητας και δε βασίζεται στις πιθανότητες, όπως η στατιστική, γνωρίσαμε διάφορους τύπους αυτής της στρατηγικής επιλογής δείγματος, όπως είναι οι ακραίες ή αποκλίνουσες περιπτώσεις, η δειγματοληψία έντασης, η δειγματοληψία μέγιστης απόκλισης, τα ομοιογενή δείγματα, η δειγματοληψία τυπικής περίπτωσης, η σκόπιμη στρωματοποιημένη, η δειγματοληψία κρίσιμης περίπτωσης, η αλυσιδωτή (ή δειγματοληψία χιονοστιβάδας), η κριτηρίου, βασισμένη στη θεωρία ή δειγματοληψία λειτουργικού πλαισίου, οι επιβεβαιωτικές και μη επιβεβαιωτικές περιπτώσεις, η ευκαιριακή, η σκόπιμη τυχαία, οι δειγματοληψίες πολιτικά σημαντικών περιπτώσεων και τέλος η βολική δειγματοληψία (Babbie, 2018; Cohen et al., 2007; Flick, 2017; Henry, 1990³⁰⁹; Mertens, 2009; Patton, 1990³¹⁰).

Για τη μελέτη περίπτωσης που διεξήχθη επιλέχθηκε η βολική δειγματοληψία, καθώς οι συμμετέχοντες της έρευνας είναι ανήλικοι μαθητές, οπότε θα έπρεπε να υπάρχει τόσο η συγκατάθεση των μαθητών, όσο και των γονέων/κηδεμόνων τους, ώστε να συμμετάσχουν τα παιδιά. Συνεπώς η συμμετοχή τους ήταν εθελοντική, με βάση τη διαθεσιμότητα και την επιθυμία κάθε παιδιού ξεχωριστά, με βασική προϋπόθεση την έγγραφη συγκατάθεση των γονέων/κηδεμόνων, σύμφωνα με τις Αρχές Δεοντολογίας για την εκπαιδευτική έρευνα με παιδιά του Παιδαγωγικού Τμήματος Δημοτικής Εκπαίδευσης και τον Κώδικα Δεοντολογίας και Καλής Πρακτικής του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών. Σύμφωνα με τον Patton (2002)³¹¹, η βολικότητα αποτελεί ένα σημαντικό κριτήριο στην επιλογή της δειγματοληψίας, το οποίο ενδεχομένως να εγείρει προβληματισμούς σχετικά με το κατά πόσο είναι αξιόλογη αυτή η μέθοδος επιλογής του δείγματος, ωστόσο κάποιες

³⁰⁸ Mertens, D. M. (2009). *Έρευνα και αξιολόγηση στην εκπαίδευση και την ψυχολογία*. Αθήνα: Εκδόσεις Μεταίχμιο.

³⁰⁹ Henry, G. T. (1990). *Practical sampling*. Newbury Park, CA: Sage.

³¹⁰ Patton, M. Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*. Newbury Park, CA: Sage.

³¹¹ Patton, M. Q. (2002). *Qualitative evaluation and research methods* (3^η έκδ). London: Sage.

φορές είναι αναγκαία, όπως στη μελέτη περίπτωσης που διεξήχθη, αφού υπάρχουν εξωτερικοί παράγοντες, οι οποίοι καθορίζουν τον τρόπο με τον οποίο επιλέγονται οι διαθέσιμοι μαθητές και σαφώς δεν μπορούν να υπερκεραστούν, λόγω της ηλικίας των συμμετεχόντων.

Η βολική δειγματοληψία ή όπως πολύ συχνά θα τη συναντήσουμε στη βιβλιογραφία ως συμπτωματική ή ευκαιριακή, είναι μία μέθοδος επιλογής του δείγματος που επιλέγεται κατά κύριο λόγο για τις μελέτες περίπτωσης, αν και δεν πρόκειται για ένα αντιπροσωπευτικό του πληθυσμού δείγμα και μπορούν να εξαχθούν συμπεράσματα για τα συγκεκριμένα άτομα και μόνο (Cohen et al., 2007: 171; Mertens, 2009: 375). Είναι κατανοητό βεβαίως, πως διεξάγοντας μία τέτοιους είδους έρευνα δεν αποσκοπούμε στη γενίκευση των αποτελεσμάτων, όπως προαναφέρθηκε, αλλά στη σε βάθος διερεύνηση των στάσεων και των απόψεων των μαθητών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης σχετικά με την επίδραση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην κοινωνική τους ζωή. Η γενίκευση είναι δευτερεύουσας σημασίας και θα εξετασθεί αργότερα μέσω της ποσοτικής έρευνας που εκπονήθηκε, αφού διασταυρωθούν τα δεδομένα και των δύο ερευνητικών επιλογών.

2.4. Ερευνητικό εργαλείο συλλογής δεδομένων

Η μελέτη περίπτωσης είναι μία μέθοδος που ευνοεί τη χρήση πολλών τρόπων συλλογής δεδομένων και την αξιοποίηση ποικίλων ερευνητικών εργαλείων και τεχνικών για να διερευνηθεί ένα πρόβλημα. Ενδεικτικά μπορούμε να αναφέρουμε το ερωτηματολόγιο, τη συνέντευξη (ατομική και ομάδα εστίασης), την παρατήρηση, την επισκόπηση εγγράφων και αρχείων, επισκόπηση ιστορικών πηγών κ.ά. (Babbie, 2018; Βάμβουκας, 2010; Cohen et al., 2007; Flick, 2017; Καλογεράκη, 2020; Μαγγόπουλος, 2014; Mertens, 2009; Παπαναστασίου & Παπαναστασίου, 2014; Τσιώλης, 2014). Για τη μελέτη περίπτωσης στους μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης επιλέχθηκε η συνέντευξη, ως εργαλείο συλλογής δεδομένων. Οι συνεντεύξεις, μπορούν να είναι δομημένες (structured interview) ή αδόμητες (unstructured interview), δηλαδή να έχουνε μία τυπική σειρά ερωτήσεων χωρίς να μπορεί να παρεκκλίνει ο ερευνητής, σαν να απαντάται ένα προφορικό ερωτηματολόγιο ή στην περίπτωση των αδόμητων συνεντεύξεων, διεξάγεται ένας ελεύθερος διάλογος, χωρίς να υπάρχει μία τυπική

δομή από την πλευρά του ερευνητή, παρά μόνο καθορισμένα θέματα συζήτησης (Adler & Adler, 1994³¹²; Cohen et al., 2007; Mertens, 2009: 444; Παπαναστασίου & Παπαναστασίου, 2014). Επιπλέον, υπάρχει κι ένα τρίτο είδος συνέντευξης, η ημιδομημένη (semi-structured interview), η οποία έχει μία προκαθορισμένη μορφή με συγκεκριμένες ερωτήσεις, όπως και η δομημένη, ωστόσο όμως αφήνει περιθώρια αυτοσχεδιασμού και συζήτησης μεταξύ ερευνητή και συνεντευξιαζόμενου με σκοπό την καλύτερη και πιο σφαιρική κατανόηση των απαντήσεων (Παπαναστασίου & Παπαναστασίου, 2014: 117).

Οι μαθητές ηλικίας 15 έως 18 ετών αποτελούν μία ιδιαίτερη ομάδα υπό διερεύνηση και γι' αυτό το λόγο επιλέχθηκε η ημιδομημένη ατομική συνέντευξη ως εργαλείο συλλογής δεδομένων. Κατά τη διάρκεια των ατομικών συνεντεύξεων είχαμε την ευκαιρία να κάνουμε έναν πραγματικά παραγωγικό διάλογο με τα παιδιά, των οποίων οι απαντήσεις έδωσαν μία σφαιρική εικόνα του τρόπου με τον οποίο η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζει τη ζωή τους και ακούστηκαν εξαιρετικά ενδιαφέρουσες απόψεις και οπτικές, οι οποίες φαίνεται πως αγνοούνται πλήρως από τους ενήλικες. Στο σημείο αυτό έγκειται μία ακόμη πρωτοτυπία της έρευνάς μας, καθώς η συντριπτική πλειοψηφία των ερευνών στο υπό έρευνα αντικείμενο, έχει πραγματοποιηθεί σε μεγάλα δείγματα πληθυσμού εφήβων με τη χρήση ερωτηματολογίου. Αντιθέτως η δική μας επιλογή για μία ημιδομημένη ατομική συνέντευξη σε σχολείο αστικής περιοχής, μας έδωσε το συγκριτικό πλεονέκτημα της σε βάθος διερεύνησης της επίδρασης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην εφηβική ηλικία, αλλά και το πώς οι ίδιοι οι έφηβοι αντιλαμβάνονται και κατανοούν έναν κόσμο στον οποίο κυριαρχεί η τεχνολογία και αποτελούν, όχι απλά αναπόσπαστο μέρος του, αλλά και διαμορφωτές μίας νέας τάξης πραγμάτων.

Τα στάδια που ακολουθήθηκαν, ώστε οι ερωτήσεις της ημιδομημένης συνέντευξης να δομηθούν ορθά και να ακολουθούν τα ερευνητικά ερωτήματα και τα υποερωτήματα που τέθηκαν είναι παρόμοια με αυτά που ακολουθούνται για τη σύνταξη ενός ερωτηματολογίου. Όπως θα δούμε στη συνέχεια, υπάρχουν ερωτήσεις γνώμης, ερωτήσεις συναισθημάτων, ερωτήσεις αισθήσεων, ερωτήσεις

³¹² Adler, P. A. & Adler, P. (1994). Observational techniques. Στο N.K. Denzin & Y. S. Lincoln (Επιμ.), *Handbook of qualitative research* (σελ. 377-392). Thousand Oaks, CA: Sage.

συμπεριφοράς, αλλά υπάρχουν και αρκετές φορές που υπήρχε επιείκεια ως προς το πρωτόκολλο της συνέντευξης, καθώς επιτρέπαμε στα παιδιά να εκφράσουν αυτά που επιθυμούν τα ίδια να πουν σχετικά με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ενώ παρατηρήθηκε πως για τους μαθητές ήταν μία ευχάριστη, αλλά και εξομολογητική - θα τολμούσαμε να πούμε- εμπειρία, κατά την οποία μοιράστηκαν προβληματισμούς, συναισθήματα, άγχη, φόβους, αλλά αρκετές φορές και παράπονα για τη κατανόησή τους από τους ενήλικες.

Η διαδικασία για τη δημιουργία ερωτήσεων της συνέντευξης ήταν μία μακρά διαδικασία, η οποία εμπειρείχε διάφορες δυσκολίες. Σε όλη τη διαδικασία της προετοιμασίας των ερωτήσεων, οδηγός υπήρξαν τα ερευνητικά ερωτήματα και τα υποερωτήματα με σταθερά την ερευνητική μας υπόθεση. Σκέψη μας αποτέλεσε να δομηθούν οι ερωτήσεις με τέτοιο τρόπο, ώστε να είναι απλές, πλήρως κατανοητές και να μην αφήνουν περιθώριο αμφιβολίας επί των απαντήσεων των μαθητών. Η ηλικία και το αναπτυξιακό-εκπαιδευτικό στάδιο των εφήβων ελήφθησαν πολύ σοβαρά κατά τη σύνταξη των ερωτήσεων, οι οποίες διαμορφώθηκαν ως εξής ανά ερευνητικό ερώτημα και υποερώτημα:

ΥΠΟΜΝΗΜΑ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ ΗΜΙΔΟΜΗΜΕΝΩΝ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΩΝ

Ερευνητικό ερώτημα Νο1

1. Πώς επιτελείται η λειτουργία της επικοινωνίας μεταξύ των μαθητών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

Υποερωτήματα:

- Γιατί οι μαθητές προτιμούν τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης έναντι των παραδοσιακών μέσων επικοινωνίας;
- Ποια είναι τα κριτήρια με τα οποία οι μαθητές επιλέγουν να δικτυώνονται στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης;
- Επηρεάζει η χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης τις σχέσεις μεταξύ των μαθητών;

Ερωτήσεις συνέντευξης

- I. Έχεις λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης; Αν ναι σε ποιο, ή σε ποια; Ποιο χρησιμοποιείς πιο συχνά;
- II. Χρησιμοποιείς τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για την καθημερινή σου επικοινωνία με τους φίλους σου/ την οικογένειά σου / τους συμμαθητές σου;
- III. Προτιμάς τις κλήσεις, το chat ή τις βιντεοκλήσεις για την επικοινωνία σου στα social media;
- IV. Πόσο συχνά μπαίνεις στο προφίλ των «φίλων» σου για να ενημερώνεσαι για την καθημερινότητά τους και να παρακολουθείς τις αναρτήσεις τους;
- V. Προτιμάς να μαθαίνεις την επικαιρότητα από εφημερίδες, περιοδικά, ραδιόφωνο ή τηλεόραση και γενικά από αυτά που ονομάζουμε «παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας» ή από το διαδίκτυο και τα social media και γιατί;
- VI. Εμπιστεύεσαι τα social media όσον αφορά την αξιοπιστία και την εγκυρότητά τους;
- VII. Οι φίλοι/ ακόλουθοί σου από ποιο χώρο προέρχονται συνήθως; Από το σχολείο, το οικογενειακό και φιλικό περιβάλλον;
- VIII. Στέλνεις αιτήματα φιλίας σε αγνώστους; Αποδέχεσαι αιτήματα φιλίας από αγνώστους;
- IX. Κατά πόσο σε επηρεάζει η φωτογραφία προφίλ ενός αγνώστου, στο αν θα δεχθείς ή εάν θα στείλεις ένα αίτημα φιλίας;
- X. Επηρεάζεται η συμπεριφορά σου απέναντι σε κάποιον διαδικτυακό σου φίλο, όταν συμφωνείς ή διαφωνείς με κάποια ανάρτησή του;
- XI. Χρησιμοποιείς τα social media, όταν θέλεις να πλησιάσεις φιλικά ή συναισθηματικά κάποιο άτομο; Και αν ναι, με ποιον τρόπο;
- XII. Πότε νιώθεις μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση, όταν επικοινωνείς μέσω social media ή στη δια ζώσης επαφή;
- XIII. Πότε εκφράζεις πιο εύκολα τα συναισθήματά σου (είτε θετικά, είτε αρνητικά), όταν επικοινωνείς μέσω social media ή στη ζώσης επικοινωνία και γιατί;

- XIV. Όταν προκύπτει κάποιο ζήτημα – πρόβλημα που πρέπει να επιλυθεί, προτιμάς να το συζητήσεις μέσω social media ή από κοντά;

Ερευνητικό Ερώτημα Νο2

2. Σε ποιο βαθμό φαίνεται να επιδρούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στις κοινωνικές, οικογενειακές και προσωπικές σχέσεις των εφήβων;

Υποερωτήματα:

- Επηρεάζουν οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης τις σχέσεις των μαθητών με το οικογενειακό τους περιβάλλον;
- Χρησιμοποιούν οι μαθητές τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για την επικοινωνία τους με συμμαθητές και εκπαιδευτικούς για εκπαιδευτικούς σκοπούς;
- Επηρεάζει η χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης την προσωπική – συναισθηματική ζωή των μαθητών και με ποιον τρόπο;

Ερωτήσεις συνέντευξης

- I. Οι γονείς σου έχουν λογαριασμό σε κάποια πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης; Και αν ναι, ακολουθείτε ο ένας τον άλλον; Εάν όχι, γιατί δεν ακολουθείτε ο έναν τον άλλον;
- II. Σε περίπτωση που οι γονείς σου έχουν λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης, έχει τύχει ποτέ να σου κάνουν παρατήρηση για κάποια ανάρτησή σου ή για κάποια συμπεριφορά σου που δεν εγκρίνουν κατά τη χρήση του διαδικτύου;
- III. Χρησιμοποιείς τα social media με τους συμμαθητές σου ή και με τους καθηγητές σου για να συζητήσετε θέματα που αφορούν στο σχολείο;
- IV. Έχετε δημιουργήσει ομάδες συζήτησης μεταξύ σας οι συμμαθητές ή και οι καθηγητές σας;
- V. Σε περίπτωση που έχεις ή είχες κάποια στιγμή σύντροφο, επηρέαζαν ή επηρεάζουν οι αναρτήσεις σας τη μεταξύ σας σχέση;
- VI. Έχει οδηγήσει ποτέ η συμπεριφορά σας στα social media σε τσακωμό ή ακόμα και ρήξη τη συναισθηματική σου σχέση;

Ερευνητικό Ερώτημα Νο3

3. Ποιοι παράγοντες διαμορφώνουν τη διαδικτυακή ταυτότητα των μαθητών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης;

Υποερωτήματα

- Πόσο σημαντική είναι για τους μαθητές η εικόνα που παρουσιάζουν στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης;
- Υπάρχει αντιστοιχία της κοινωνικής ταυτότητας των μαθητών με τη διαδικτυακή;
- Επηρεάζουν τα σχόλια των Άλλων την αυτοπεποίθηση των μαθητών- χρηστών των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης;

Ερωτήσεις συνέντευξης

- I. Μπορείς να μου περιγράψεις τον εαυτό σου με πέντε λέξεις;
- II. Θεωρείς πως το προφίλ που παρουσιάζεις στα social media αντιστοιχεί στις πέντε αυτές λέξεις;
- III. Υπάρχουν στοιχεία της ταυτότητας ή της εικόνας σου που εσκεμμένα παραποιείς στα social media; (όπως για παράδειγμα η ηλικία)
- IV. Όταν κάποιος ακόλουθος/φίλος αναρτήσει κάτι που σε αφορά π.χ. μία φωτογραφία σου προτιμάς να το ελέγξεις πρώτα ή δε σε ενδιαφέρει να εγκρίνεις την ανάρτησή του;
- V. Όταν ανεβάζεις φωτογραφίες σου χρησιμοποιείς φίλτρα ή όχι; Και γιατί;
- VI. Σε περίπτωση που αναρτήσεις κάτι και δεν έχει την ανταπόκριση που θέλεις θα κατεβάσεις τη δημοσίευση αυτή ή θα την αφήσεις ως έχει;
- VII. Επηρεάζει την αυτοπεποίθησή σου η ανταπόκριση στις δημοσιεύσεις σου; Σου φτιάχνουν τη διάθεση τα πολλά «like» ή σου χαλαίει αντίστοιχα τη διάθεση μία φτωχή ανταπόκριση;

Ερευνητικό Ερώτημα Νο4

4. Ποιες είναι οι επιρροές που δέχονται οι μαθητές του 4ου ΓΕΛ Κατερίνης από τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης;

Υποερωτήματα

- Επηρεάζει η χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης την καταναλωτική συμπεριφορά των εφήβων και με ποιον τρόπο;
- Δημιουργούν οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης πρότυπα για τους μαθητές;
- Επηρεάζεται η εικόνα που έχουν οι μαθητές για τον εαυτό τους από την εικόνα των διασημοτήτων που προβάλλονται από τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης;
- Πώς εντάσσεται η συμπεριφορά των μαθητών στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης στη δομή της ευρύτερης κοινωνίας και κατά πόσο διαμορφώνουν αυτήν την νέα εποχή στην οποία έχουμε περιέλθει;

Ερωτήσεις συνέντευξης

- I. Από ποιο μέσο συνήθως ενημερώνεσαι για τις εξελίξεις τόσο στη μόδα, όσο και στα προϊόντα τεχνολογίας;
- II. Συμβουλεύεσαι τις τάσεις της μόδας από τα social media πριν προχωρήσεις στις αγορές σου;
- III. Ακολουθείς διασημότητες στα social media; Και αν ναι, αντιγράφεις – ακολουθείς τον τρόπο που ντύνονται;
- IV. Αγοράζεις προϊόντα που είτε διαφημίζουν, είτε χρησιμοποιούν οι διασημότητες που ακολουθείς;
- V. Για τις αγορές σου προτιμάς τα φυσικά καταστήματα ή το e-shopping;
- VI. Έχει τύχει ποτέ να ξοδέψεις περισσότερα χρήματα από τον προϋπολογισμό σου/ από αυτά που σου επιτρέπουν οι γονείς σου για κάποιο πολυδιαφημισμένο προϊόν στα social media;
- VII. Ποια είναι η σχέση σου με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;
- VIII. Πώς φαντάζεσαι τη ζωή σου χωρίς μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

Ερευνητικό Ερώτημα Νο5

5. Πώς αντιλαμβάνονται και πώς αντιμετωπίζουν οι έφηβοι τους κινδύνους που ελλοχεύουν κατά τη χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης;

Υποερωτήματα

- Γνωρίζουν οι μαθητές τους κινδύνους που τους επιφυλάσσει η μη ορθή χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης;
- Είναι επαρκής η ενημέρωση που λαμβάνουν οι μαθητές είτε από φορείς, είτε από την οικογένειά τους, ώστε να προστατευθούν από τους διαδικτυακούς κινδύνους;
- Υπάρχουν σχέσεις εμπιστοσύνης μεταξύ γονέων και μαθητών, ώστε να νιώθουν ασφαλείς για να μιλήσουν για κακοποιητικές συμπεριφορές στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης;

Ερωτήσεις συνέντευξης

- I. Έχεις έρθει ποτέ αντιμέτωπος/η με κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης;
- II. Εάν ναι, συζήτησες αυτήν τη δυσάρεστη κατάσταση με κάποιον δικό σου άνθρωπο;
- III. Ενημέρωσες τους γονείς σου για την κακοποιητική συμπεριφορά που αντιμετώπισες στα social media;
- IV. Προχώρησες σε κάποια καταγγελία στις αρχές ή στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος;
- V. Σε περίπτωση που αντιμετώπιζες κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα social media σε ποιον θα απευθυνόσουν πρώτα; Και θα έκανες κάποια καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού εγκλήματος;
- VI. Έχεις υπάρξει θύτης αναπτύσσοντας κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα social media, έστω και άθελά σου; Εάν ναι, πώς εξελίχθηκε αυτή η κατάσταση; Ποιοι λόγοι σε ώθησαν, ώστε να έχεις αυτήν τη συμπεριφορά;
- VII. Έχεις ενημερωθεί ποτέ για την ασφαλή πλοήγηση στο διαδίκτυο και την ορθή χρήση των social media και αν ναι, από ποιον (κυρίως σχολείο και οικογένεια);

Η ημιδομημένη συνέντευξη αποδείχθηκε ένα εξαιρετικά χρήσιμο εργαλείο για την εκμείυση σημαντικών δεδομένων από τους μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης, τα οποία έδωσαν απαντήσεις στα ερευνητικά μας ερωτήματα και υποερωτήματα και ταυτόχρονα δημιούργησαν ένα πλαίσιο μέσα στο οποίο δομήθηκε ένα σύνολο ανάλυσης που οδήγησε σε ενδιαφέροντα ευρήματα που φωτίζουν διαφορετικές πτυχές των πιθανών επιδράσεων της χρήσης των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στην εφηβική ηλικία, και συγκεκριμένα της ψηφιακά μεσοποιημένης επικοινωνίας στην κοινωνική τους ζωή.

2.5. Εγκυρότητα και αξιοπιστία

Οι συνεντεύξεις είναι εξ ορισμού ένα ιδιότυπο εργαλείο συλλογής δεδομένων και αυτό συμβαίνει, διότι ο ερευνητής λαμβάνει κυρίαρχο ρόλο κατά τη διάρκεια της συνέντευξης, ενώ η διαδικασία είναι ανώνυμη και ιδιωτική (Βάμβουκας, 2010: 244; Bell, 2007; Σταμέλος & Δακοπούλου, 2007; Χασσάνδρα & Γούδας, 2003). Για το λόγο αυτό η διαδικασία ελέγχου της αξιοπιστίας και της εγκυρότητας σε μία ποιοτική έρευνα, διέπεται από εντελώς διαφορετικές αξίες και κριτήρια σε σχέση με μία ποσοτική. Αυτό συνεπάγεται, πως σε περίπτωση που επαναληφθεί η διαδικασία της συνέντευξης, θα μπορούσαν τα δεδομένα να είναι διαφορετικά και ο συνεντευξιαζόμενος να δώσει εντελώς διαφορετικές απαντήσεις, που θα οδηγούσαν πιθανόν σε διαφορετικά ερευνητικά δεδομένα (Βάμβουκας, 2010: 244; Χασσάνδρα & Γούδας, 2003). Αυτό ακριβώς είναι και το σημείο κατά το οποίο οι ερευνητές που επιλέγουν ποιοτικές μεθόδους έρευνας δέχονται και τη μεγαλύτερη κριτική. Σύμφωνα με τον Συμεού, (2007), οι θετικιστές ερευνητές - θιασώτες των ποσοτικών μεθόδων - έχουν εκκινήσει τέτοιου είδους κριτικές «κατηγορώντας» τις ποιοτικές μεθόδους ως «soft» και αναξιόπιστες, με έλλειψη επιστημονικότητας, αφού είναι εξαιρετικά δύσκολο έως ακατόρθωτο να επιβεβαιωθεί επιστημονικά η αλήθεια των

λεγομένων των συμμετεχόντων σε μία ποιοτική έρευνα, πόσω μάλλον σε μία συνέντευξη (Denzin & Lincoln, 2000: 8)³¹³.

Κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων που πραγματοποιήθηκαν στο 4ο ΓΕΛ Κατερίνης παρατηρήθηκε πράγματι, πως ακόμα και στην ίδια συνέντευξη σε επανάληψη ερώτησης δόθηκαν δύο διαφορετικές απαντήσεις από το ίδιο άτομο μόνο και μόνο από τη διαφορά στο ύφος της ερευνήτριας. Είναι σαφές λοιπόν, πως οι συνεντεύξεις δεν είναι ένα έγκυρο μέσο συλλογής δεδομένων, ωστόσο αυτό το μειονέκτημα μπορεί να υπερκεραστεί με κάποιες τεχνικές κατά τη διάρκεια της συνέντευξης, όπως για παράδειγμα η διαφορετική διατύπωση των ερωτήσεων με δύο ή και περισσότερους τρόπους, ώστε όχι μόνο να κατανοηθεί πλήρως η ερώτηση από τους συμμετέχοντες εφήβους, αλλά και να δοθεί μία καλύτερα δομημένη απάντηση με μεγαλύτερη σαφήνεια, που θα εμβαθύνει στο νόημα που θέλουν να εκφράσουν οι έφηβοι, οι οποίοι δεν έχουν πάντα την ίδια ευγλωττία με έναν ενήλικα και τείνουν να είναι πιο περιγραφικοί και να χρησιμοποιούν περισσότερα παραδείγματα στο λόγο τους για να καταφέρουν να εκφράσουν όσο το δυνατόν καλύτερα αυτό που θέλουν οι ίδιοι να πουν. Σύμφωνα με τον Βάμβουκα (2010: 245), «βασικές προϋποθέσεις για τη συλλογή και συναγωγή έγκυρων δεδομένων και αποτελεσμάτων με τη συνέντευξη είναι: α) αυτός που παίρνει τη συνέντευξη να είναι άγνωστος σε εκείνον που δίνει τη συνέντευξη, β) να διασφαλίζεται η ανωνυμία εκείνου που δίνει τη συνέντευξη και γ) αυτός που παίρνει τη συνέντευξη να είναι επιδέξιος στη δημιουργία αρμονικών ανθρώπινων σχέσεων, να ξέρει να δείχνει την πλήρη αμεροληψία του και να διατηρεί σε όλη τη διάρκεια της συνέντευξης ατμόσφαιρα άνεσης κι εμπιστοσύνης». Τα κριτήρια αυτά θεωρούνται θεμελιώδη για τη μεγαλύτερη δυνατή εγκυρότητα των συνεντεύξεων. Αξίζει να σημειωθεί, πως οι έφηβοι, ως ηλικιακή ομάδα είναι πιο εύκολο να μιλήσει ανοιχτά, καθώς τα παιδιά στην ηλικία των 15 έως 18 ετών επιζητούν να ακουστούν και τα λεγόμενά τους να ληφθούν σοβαρά υπ' όψιν, κυρίως από τους ενήλικες, οι οποίοι διαφαίνονται επικριτικοί και υποτιμούν την εφηβική ηλικία.

³¹³ Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (2000). *Handbook of qualitative research* (2nd ed.). Thousand Oaks, Ca: Sage.

Στη μελέτη περίπτωσης του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης ικανοποιήθηκαν και τα τρία κριτήρια που τέθηκαν, με σκοπό όχι μόνο την εξασφάλιση της εγκυρότητας των συνεντεύξεων, αλλά κυρίως την ουσιαστική διαμόρφωση ενός περιβάλλοντος μέσα στο οποίο τα παιδιά θα ένιωθαν ασφάλεια και άνεση να μιλήσουν για όλα αυτά που τα απασχολούν σε σχέση με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τον τρόπο με τον οποίο τα χρησιμοποιούν. Το πρώτο κριτήριο, το οποίο σχετίζεται με την προσωπική γνωριμία μεταξύ της ερευνήτριας και των συμμετεχόντων ικανοποιήθηκε με τον αποκλεισμό συγγενών και γνωστών μαθητών στο οικογενειακό περιβάλλον της ερευνήτριας. Αυτό επετεύχθη μετά από ενημέρωση της ερευνήτριας και του Διευθυντή της σχολικής μονάδας προς τους μαθητές και τις μαθήτριες, ότι δεν μπορούν να συμμετάσχουν στην παρούσα έρευνα, με αποτέλεσμα τα παιδιά με τα οποία υπήρχε προσωπική γνωριμία να αποχωρήσουν από την πρώτη δεξαμενή συμμετεχόντων. Το δεύτερο σημαντικό κριτήριο της ανωνυμίας εξασφαλίστηκε χρησιμοποιώντας για κάθε συμμετέχοντα και συμμετέχουσα έναν μοναδικό κωδικό, με αποτέλεσμα να μην αναφέρεται πουθενά το όνομα του παιδιού, παρά μόνο ο κωδικός του, ο οποίος σχηματίστηκε με τέτοιον τρόπο, ώστε να αναγνωρίζεται μόνο από την ερευνήτρια και κανένας άλλος ούτε μπορούσε, αλλά ούτε και μπορεί να έχει πρόσβαση σε οποιοδήποτε προσωπικό στοιχείο του παιδιού. Το τρίτο κριτήριο, που ήταν σαφώς και το δυσκολότερο να επιτευχθεί, ήταν η δημιουργία ενός φιλικού, αλλά ταυτόχρονα αποστασιοποιημένου πλαισίου, μέσα στο οποίο θα διεξάγονταν απρόσκοπτα οι συνεντεύξεις, με το ρόλο της ερευνήτριας να φροντίζει την «ενορχήστρωση» με τον καλύτερο δυνατό τρόπο και τον πλέον αποδοτικό για την έκβαση της έρευνας. Αυτό το κριτήριο επετεύχθη μέσα από μία μικρή ενημερωτική εκδήλωση κατά τη διάρκεια του ωρολογίου προγράμματος των μαθητών μετά από συνεννόηση με το Διευθυντή της σχολικής μονάδας. Στη συζήτηση αυτή συμμετείχαν τα παιδιά που είχαν ήδη εκδηλώσει ενδιαφέρον συμμετοχής στην εν λόγω έρευνα με εξαίρεση σαφώς τα παιδιά με τα οποία υπάρχει προσωπική γνωριμία. Συζητήθηκε ο σκοπός της έρευνας, ζητήματα δεοντολογίας για την έρευνα σε ανήλικα παιδιά, τονίστηκε ιδιαιτέρως ο εθελοντικός χαρακτήρας των συνεντεύξεων και το γεγονός, πως τα παιδιά είναι απολύτως ελεύθερα να αποχωρήσουν σε περίπτωση που μετανιώσουν για τη συμμετοχή τους στη διαδικασία των συνεντεύξεων. Επιπλέον αναφερθήκαμε στη λεπτομερή ενημέρωση και των γονέων/κηδεμόνων χωρίς τη

συγκατάθεση των οποίων τα παιδιά δε θα ήταν σε θέση να συμμετάσχουν. Οι μαθητές και οι μαθήτριες συζήτησαν τις απορίες τους σχετικά με την ηχογράφηση των συνεντεύξεων, το περιεχόμενο των ερωτήσεων, ενώ κατά τη διάρκεια του διαλόγου δημιουργήθηκε ένα φιλικό κλίμα μεταξύ της ερευνήτριας και των συμμετεχόντων, το οποίο στη συνέχεια τροφοδότησε με ασφάλεια και εμπιστοσύνη τη διαδικασία των συνεντεύξεων και από την πλευρά της ερευνήτριας, αλλά κυρίως από την πλευρά των συνεντευζιαζόμενων. Έχοντας αυτά τα κριτήρια κατά νου και με βάση την ικανότητα, τις δεξιότητες, αλλά και την εξάσκηση μέσω μίας πιλοτικής συνέντευξης φροντίσαμε να περιορίσουμε σημαντικά «*τις εγγενείς αδυναμίες της συνέντευξης ως οργάνου για τη συλλογή ερευνητικών πληροφοριών*» (Βάμβουκας, 2010: 246).

Όσον αφορά στην κριτική ανάλυση της μελέτης περίπτωσης που εκπονήθηκε, οι Guba & Lincoln (1989)³¹⁴, προέβησαν σε έναν παραλληλισμό με τις μεταθετικιστικές ποσοτικές έρευνες, κατά τον οποίο αντιστοίχησαν την *πιστότητα (credibility)* με την εσωτερική εγκυρότητα, τη *μεταφερισιμότητα (transferability)* με την εξωτερική εγκυρότητα, τη *φερεγγυότητα (dependability)* με την αξιοπιστία, την *επαληθευσιμότητα (confirmability)* με την αντικειμενικότητα, ενώ στα κριτήρια ποιότητας μίας ποιοτικής έρευνας πρόσθεσαν τη *γνησιότητα /αυθεντικότητα (authenticity)*, όπως επίσης και τη *χειραφετική (emancipatory)*. Για να επιτευχθεί η πιστότητα της μελέτης περίπτωσης πραγματοποιήθηκε μία ουσιαστική ενασχόληση με το πεδίο, ενώ πραγματοποιήθηκαν και αρκετές συζητήσεις με εφήβους πριν προχωρήσουμε στην οργάνωση και τη καταγραφή των ερωτήσεων της ημιδομημένης συνέντευξης. Μέσα από τον παραγωγικό διάλογο με τα παιδιά προέκυψαν νέες αφετηρίες για τη δημιουργία ερωτήσεων, ενώ παρατηρήθηκαν και λογαριασμοί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης εφήβων του κοντινού οικογενειακού περιβάλλοντος, όπου διαπιστώθηκε ο τρόπος με τον οποίο επιλέγουν οι έφηβοι να ενημερώνονται και να επικοινωνούν μέσω των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης. Επιπλέον μέσα από τη βιβλιογραφική ανασκόπηση και τη μελέτη αντίστοιχων ερευνών της διεθνούς βιβλιογραφίας θέσαμε νοητά τους Έλληνες εφήβους εντός ενός παγκοσμίου πλαισίου στο οποίο ως δρώντα υποκείμενα διαμορφώνουν και διαμορφώνονται

³¹⁴ Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1989). *Fourth generation evaluation*. Sage Publications, Inc.

μέσα σε ένα σύστημα που ορίζεται, αλλά και ορίζεται. Ένα ακόμα κριτήριο που ενισχύει την πιστότητα της μελέτης περίπτωσης είναι η τριγωνοποίηση (triangulation), η οποία περιλαμβάνει τον έλεγχο των ερευνητικών δεδομένων από διαφορετικές πηγές ή το συνδυασμό δύο ή και περισσότερων μεθόδων, όπως στην περίπτωσή μας, όπου αξιοποιήσαμε τα ερευνητικά δεδομένα ατομικών ημιδομημένων συνεντεύξεων σε συνδυασμό με δεδομένα τα οποία συλλέξαμε με ερωτηματολόγιο στο πλαίσιο μίας ποσοτικής έρευνας με τις ίδιες ερωτήσεις, έτσι ώστε να επιτευχθεί η μεταβιβασιμότητα/ γενικευσιμότητα της έρευνας, καθώς τα ευρήματα αυτά καθεαυτά μίας μελέτης περίπτωσης δεν είναι δυνατόν να γενικευθούν σε πληθυσμό με παρόμοια χαρακτηριστικά (Flick, 2017: 211; Mertens, 2009: 305; Συμεού, 2007: 337). Σύμφωνα με τους Cohen, Manion και Morrison (2008: 189), η τριγωνοποίηση αυξάνει την εμπιστοσύνη του ερευνητή στα αποτελέσματα που εξάγει από την αντιπαραβολή διαφόρων μεθόδων μεταξύ τους, ιδιαίτερα εάν τα αποτελέσματα που προκύψουν από μία μέθοδο συμπίπτουν με αυτά και μίας δεύτερης μεθόδου. Ανάμεσα στα διάφορα είδη τριγωνοποίησης που έχουν καταγραφεί, όπως είναι η χρονική, η χωρική, η θεωρητική, η τριγωνοποίηση ερευνητών, εμείς επιλέξαμε τη μεθοδολογική, σύμφωνα με την οποία, χρησιμοποιήσαμε δύο διαφορετικές μεθόδους πάνω στο ίδιο ερευνητικό αντικείμενο, γι' αυτό άλλωστε η ερευνητική υπόθεση, το ερευνητικό πρόβλημα, τα ερωτήματα και τα υποερωτήματα της έρευνάς μας είναι κοινά για τη μελέτη περίπτωσης και την ποσοτική έρευνα (Cohen, Manion & Morrison, 2008: 191; Flick, 2017: 210).

Η τριγωνοποίηση ενισχύει και τη φερεγγυότητα της μελέτης περίπτωσης, η οποία θεωρείται η ποιοτική προσέγγιση της αξιοπιστίας (Guba & Lincoln, 1989), η Mertens (2009: 306), τονίζει πως *«στο μεταθετικιστικό παράδειγμα αξιοπιστία σημαίνει διαχρονική σταθερότητα. Στο κονστρουκτιβιστικό παράδειγμα, η αλλαγή είναι αναμενόμενη, αλλά πρέπει να εντοπιστεί και να ελεγχθεί δημόσια»*. Ο Yin (2003) έθεσε αυτήν την ιδιαιτερότητα των μελετών περίπτωσης, καθώς τα αποτελέσματά της αφορούν μία συγκεκριμένη «περίπτωση» μόνο, συνεπώς για να μπορέσει να επαναληφθεί μία τέτοια ερευνητική διαδικασία θα πρέπει να τηρηθεί ένα αυστηρό πρωτόκολλο της μελέτης περίπτωσης, όπου θα περιγράφεται βήμα βήμα η διαδικασία, ώστε σε περίπτωση που επαναληφθεί να είναι δυνατόν είτε να διατηρεί

μία σταθερότητα (εάν ακολουθήσουμε τη μεταθετικιστική προσέγγιση), είτε να καταγραφούν οι αναμενόμενες αλλαγές (εάν ακολουθήσουμε την κονστρουκτιβιστική προσέγγιση). Για να επιτευχθεί ένα ακόμη υψηλότερο επίπεδο φερεγγυότητας και να εξασφαλιστεί η ποιότητα της μελέτης περίπτωσης του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης, πραγματοποιήθηκε μία πιλοτική συνέντευξη με μαθήτρια της σχολικής μονάδας, ώστε να διαπιστωθεί εάν όντως η δομή της συνέντευξης και το περιεχόμενό της πράγματι συναντούν τις προσδοκίες της ερευνήτριας ως προς την εξέλιξη της συνέντευξης, την πλήρη και απόλυτη κατανόηση των ερωτήσεων, καθώς επίσης και εάν τα δεδομένα που προκύπτουν από τη συνέντευξη είναι σε θέση να δώσουν απαντήσεις στα ερευνητικά ερωτήματα και υποερωτήματα που έχουν τεθεί με απώτερο σκοπό την επιβεβαίωση ή μη της ερευνητικής υπόθεσης. Κατά τη διάρκεια της πιλοτικής συνέντευξης σημειώθηκαν τα μειονεκτήματα των ερωτήσεων και τα σημεία τα οποία απαιτούσαν διόρθωση προκειμένου να επιτευχθεί η μέγιστη κατανόηση των ερωτήσεων, ώστε οι απαντήσεις της μαθήτριας να μην επιδέχονται αμφιβολία και να μη χρειάζεται η ίδια να διευκρινίσει τι ακριβώς εννοεί.

Η επαληθευσιμότητα ως κριτήριο ποιότητας της μελέτης περίπτωσης γειτνιάζει στην αντικειμενικότητα σε όρους ποσοτικής έρευνας και αυτό που ουσιαστικά εννοούν οι Guba & Lincoln (1989) είναι, ότι ο ερευνητής ελαχιστοποιεί την κρίση του, την οποία και δεν αφήνει να επηρεάσει τα αποτελέσματα που προκύπτουν. «Επαληθευσιμότητα σημαίνει, ότι τα δεδομένα και οι ερμηνείες δεν είναι αποκυήματα της φαντασίας του ερευνητή» τονίζει η Mertens (2009: 307). Αυτό στη δική μας μελέτη περίπτωσης διαφαίνεται από τη διαδικασία της θεματικής ανάλυσης περιεχομένου που ακολουθήθηκε, ώστε να προκύψουν τα ερευνητικά δεδομένα, τα οποία και μετέπειτα συνδυάστηκαν, αναλύθηκαν και στη συνέχεια προέκυψαν τα συμπεράσματα, τα οποία απαντούν στα ερευνητικά ερωτήματα και υποερωτήματα που τέθηκαν εξ αρχής. Σε επόμενη ενότητα υπάρχει αναλυτικά η θεματική ανάλυση περιεχομένου που πραγματοποιήθηκε, ώστε να είναι δυνατόν να επαληθευτούν τα αποτελέσματα που προέκυψαν με βάση τα λεγόμενα των συμμετεχόντων, ενώ στο τέλος της παρούσας διατριβής περιλαμβάνεται παράρτημα με ολόκληρες τις συνεντεύξεις των μαθητών και των μαθητριών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης.

Όσον αφορά στην γνησιότητα και την αυθεντικότητα των ερευνητικών δεδομένων που προέκυψαν κατά την ανάλυση των ευρημάτων των ημιδομημένων συνεντεύξεων, μπορούμε να πούμε πως η αμεροληψία της ερευνήτριας, η παντελής απουσία κρίσεων, επικρίσεων και επικροτήσεων έδωσαν την ευκαιρία στους συμμετέχοντες να εκφράσουν τις απόψεις τους και την «αλήθεια» τους χωρίς να νιώθουν, ότι τα λεγόμενά τους κρίνονται και είτε είναι σωστά, είτε είναι λάθος. Άλλωστε η φύση της μελέτης περίπτωσης που εκπονήθηκε είναι διερευνητική και είναι απογυμνωμένη από ηθικολογικές αντιλήψεις και απόψεις, οι οποίες μπορούν να επηρεάσουν αρνητικά, αλλά και να δημιουργήσουν ένα βαθύ ρήγμα στην αντικειμενικότητα και τη φερεγγυότητα της εν λόγω έρευνας. Ο σεβασμός της ερευνήτριας σε κάθε άποψη που ακούστηκε ήταν δεδομένος, ενώ οι συμμετέχοντες απάντησαν με τρόπους, οι οποίοι βασίζονται στα δικά τους αξιακά συστήματα και όχι σαφώς στα αξιακά συστήματα της ερευνήτριας (Flick, 2017; Mertens, 2009: 307; Συμεού, 2007).

Η χειραφετική, το τελευταίο κριτήριο ποιότητας της μελέτης περίπτωσης που εκπονήθηκε βασίζεται στην επιστημολογία της οπτικής του ερευνητή (Lincoln, n.d.; Mertens, 2009) και στην παραδοχή, ότι ο ερευνητής δεν είναι αυθεντία και δεν κατέχει την αλήθεια, αλλά το πόνημά του είναι ημιτελές και αντιπροσωπεύει αυτόν και μόνο αυτόν και όχι την οικουμενική αλήθεια, αφού η γνώση είναι εξαρτημένη από το περιβάλλον μέσα στο οποίο παράγεται. Υπό αυτό το πρίσμα αυτό, η μελέτη περίπτωσης που εκπονήθηκε αποτελεί προϊόν υφασμένο με στοιχεία, χαρακτηριστικά, αλλά και την οπτική της ερευνήτριας, ενώ κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων οι συμμετέχοντες είχαν την ευκαιρία να εκφράσουν αβίαστα τις στάσεις και τις αντιλήψεις τους, χωρίς φραγμούς και περιορισμούς. Οι σχέσεις που αναπτύχθηκαν με τους μαθητές και τις μαθήτριες του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης βασίστηκαν στις αρχές δεοντολογίας για την έρευνα σε ανηλικούς του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών και του Παιδαγωγικού Τμήματος Δημοτικής Εκπαίδευσης Ε.Κ.Π.Α., ενώ τόσο κατά την προετοιμασία, όσο και κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων υπήρχε ένα κλίμα εμπιστοσύνης των ανήλικων παιδιών απέναντι στην ερευνήτρια. Όπως τονίστηκε στα παιδιά η συμμετοχή τους αυτή συνετέλεσε στην προαγωγή της επιστήμης και τα δεδομένα τα οποία προέκυψαν είναι πολύτιμα και χωρίς τη σημαντική τους βοήθεια η συγκεκριμένη έρευνα δε θα μπορούσε να

πραγματοποιηθεί, γεγονός που μαρτυρά, πως όσο καταλυτικός κι αν είναι ο ρόλος του ερευνητή, οι συμμετέχοντες είναι αυτοί, οι οποίοι οδηγούν και καθορίζουν τα ερευνητικά δεδομένα και ο ερευνητής δεν είναι τίποτα άλλο, παρά ένας μεσάζων μεταξύ των υποκειμένων και της παραγόμενης από αυτούς γνώσης.

Ολοκληρώνοντας αυτήν την ενότητα, θα πρέπει να τονίσουμε, πως ακόμα κι αν τα όρια σε μία ποιοτική έρευνα είναι ασαφή, ωστόσο υπάρχουν δικλείδες ασφαλείας που εξασφαλίζουν την ποιότητά της και εάν αποδεικνύεται πως πληρούνται τα προαναφερθέντα κριτήρια, τότε πράγματι μία ποιοτική έρευνα, στην προκειμένη περίπτωση μία μελέτη περίπτωσης αγγίζει υψηλά επίπεδα εγκυρότητας και αξιοπιστίας, ενώ με την τριγωνοποίηση αυξάνει ακόμα περισσότερο την αξία της, αφού δύναται να επιβεβαιωθούν τα ερευνητικά δεδομένα και από μία δεύτερη διαφορετική μεθοδολογία που δρα καταλυτικά στην επίρρωση των αποτελεσμάτων και εκπληρώνει το σημαντικότερο κριτήριο της μεταφερισιμότητας. Η μελέτη περίπτωσης του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης συγκεντρώνει όλα τα παραπάνω χαρακτηριστικά και πληροί όλα τα κριτήρια που τέθηκαν σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, εξασφαλίζοντας την ποιότητά της.

2.6. Ζητήματα ηθικής και δεοντολογίας

Η ηθική και η δεοντολογία (ethics) αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της έρευνας, από τη σύλληψη μιας ιδέας έως τη δημοσίευση των αποτελεσμάτων της. Ο σχεδιασμός της συγκεκριμένης έρευνας πραγματοποιήθηκε με σεβασμό στα δεοντολογικά και ηθικά θέματα, όπως αυτά ορίζονται από τον Κώδικα Δεοντολογίας και Καλής Πρακτικής του ΕΚΠΑ και του Κώδικα Δεοντολογίας του ΠΤΔΕ ΕΚΠΑ, και συγκεκριμένα: (α) τη διασφάλιση της ενημερωμένης συναίνεσης των συμμετεχόντων στην έρευνα, (β) τη διασφάλιση της έγγραφης γονικής συγκατάθεσης, (γ) τη διασφάλιση της ανωνυμίας των συμμετεχόντων στην έρευνα και της προστασίας, σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία, των ευαίσθητων προσωπικών δεδομένων τους, (δ) την πρόβλεψη της δυνατότητας των συμμετεχόντων στην έρευνα να διακόψουν τη συμμετοχή τους σε οποιοδήποτε στάδιο της διεξαγωγής της, και (ε) τη προστασία των συμμετεχόντων στην έρευνα από έκθεση σε πιθανό σωματικό ή ψυχολογικό κίνδυνο, ή ταλαιπωρία ή άλλες

δυσμενείς για τους ίδιους επιπτώσεις στο πλαίσιο της συμμετοχής τους στην ερευνητική διαδικασία³¹⁵.

α) Διασφάλιση της ενημερωμένης συναίνεσης των συμμετεχόντων στην έρευνα

Οι ανήλικοι μαθητές που συμμετείχαν στην έρευνα ενημερώθηκαν από την ερευνήτρια, αλλά και από ένα έντυπο ενυπόγραφης συγκατάθεσης με τις απαραίτητες πληροφορίες που σχετίζονται με τη μελέτη περίπτωσης του 4ο ΓΕΛ Κατερίνης (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α). Συγκεκριμένα, κάθε παιδί που συμμετείχε στην έρευνα ήταν ενήμερο για το γενικό σκοπό της έρευνας, τη διαδικασία που επρόκειτο να ακολουθηθεί, τους λόγους για τους οποίους είναι απαραίτητη η συμμετοχή του, τον προαιρετικό χαρακτήρα της συμμετοχής του και τη δυνατότητά του να αποχωρήσει σε οποιαδήποτε φάση της διεξαγωγής της έρευνας. Για τη διασφάλιση της ενημερωμένης συναίνεσης των συμμετεχόντων συντάχθηκε από την ερευνήτρια σχετική επιστολή. Επισημαίνουμε ότι, πέρα από το τυπικό μέρος της εξασφάλισης, μέσω σχετικής επιστολής της ενημερωμένης συναίνεσης των συμμετεχόντων στην έρευνα, ελήφθη μέριμνα από πλευράς της ερευνήτριας για την εναρμόνιση της διεξαγωγής της έρευνας με τα Άρθρα 3 και 12 της Σύμβασης για τα Δικαιώματα του παιδιού, καθώς όλες οι ενέργειες που πραγματοποιήθηκαν έλαβαν υπ' όψιν πρωτίστως το συμφέρον του παιδιού και τη δυνατότητά του να διατυπώνει τις απόψεις τους και να τις εκφράζει ελεύθερα.

Συνεπώς, παρασχέθηκαν από την ερευνήτρια (λεκτικά ή με οποιαδήποτε άλλο πρόσφορο μέσο) στους συμμετέχοντες διευκολύνσεις σχετικά με την ενημέρωσή τους για τους σκοπούς και τη διαδικασία της έρευνας, τη διασφάλιση της ανωνυμίας τους και του εμπιστευτικού χαρακτήρα των δεδομένων, τον προαιρετικό χαρακτήρα της συμμετοχής τους και τη δυνατότητά τους να αποχωρήσουν σε οποιοδήποτε στάδιο της διεξαγωγής της. Τέλος, σημειώνεται ότι, στο πνεύμα του σεβασμού των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, η ερευνήτρια, πριν την πραγματοποίηση της έρευνας, ήρθε σε επαφή με το Διευθυντή και το σύλλογο διδασκόντων, ώστε η έρευνα να διεξαχθεί σε συνεννόηση και με τη συνεργασία τους.

315

β) Διασφάλιση της έγγραφης γονικής συγκατάθεσης

Στο πλαίσιο της διεξαγωγής της μελέτης περίπτωσης του 4ου ΓΕΛ Κατερίνης, η ερευνήτρια έχει μεριμνήσει για την ενημέρωση των γονέων και κηδεμόνων με ενημερωτικά σημειώματα, τα οποία δόθηκαν στους γονείς και κηδεμόνες, ώστε να λάβουν γνώση όλων των παραμέτρων διεξαγωγής της έρευνας, ενώ ταυτόχρονα ζητήθηκε και η έγγραφη συγκατάθεσή τους, η οποία επέτρεψε στα παιδιά να συμμετάσχουν στην έρευνα, εάν βεβαίως και τα ίδια το επιθυμούν, πάντα με γνώμονα τον κώδικα δεοντολογίας του τμήματος για τη διεξαγωγή έρευνας σε παιδιά (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β).

γ) Διασφάλιση της ανωνυμίας των συμμετεχόντων στην έρευνα και της προστασίας, σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία, των ευαίσθητων προσωπικών δεδομένων τους

Στο πλαίσιο της έρευνας, διασφαλίζεται, σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία (Ν. 2472/1997, περί Προστασίας του Ατόμου από την Επεξεργασία Προσωπικών Δεδομένων), η ανωνυμία όλων των εμπλεκόμενων σε αυτή σε κάθε στάδιό της (συλλογή, επεξεργασία και δημοσιοποίηση). Συγκεκριμένα, όσον αφορά στη συλλογή των δεδομένων κατά τις συνεντεύξεις των μαθητών, η ερευνήτρια δεν κατέγραψε ονομαστικά στοιχεία (ονόματα, επίθετα), παρά μόνο στοιχεία που αφορούν πληροφορίες για τους μαθητές σχετικά με την έρευνα (δημογραφικά στοιχεία και κοινωνικά στοιχεία). Κάθε μαθητής/μαθήτρια έχει έναν αναγνωριστικό κωδικό. Όσον αφορά στην επεξεργασία των δεδομένων, αυτή πραγματοποιήθηκε με τους κωδικούς που δόθηκαν στους μαθητές/ μαθήτριες για να διασφαλιστεί η ανωνυμία τους και τα μόνα στοιχεία που συμμετείχαν στην επεξεργασία των δεδομένων είναι το φύλο τους και η τάξη στην οποία φοιτούν. Αναφορικά με την δημοσιοποίηση των αποτελεσμάτων, αυτή θα γίνει για το σύνολο των συμμετεχόντων και σε όποιες περιπτώσεις χρειαστεί να γίνει αναφορά σε συγκεκριμένο συμμετέχοντα θα γίνεται με αναφορά στον κωδικό του. Επισημαίνεται πως, τα ερευνητικά δεδομένα μεταχειρίστηκαν ως απολύτως απόρρητα και

αποκλειστικά στα πλαίσια της συγκεκριμένης μελέτης περίπτωσης. Στο πλαίσιο της μελέτης περίπτωσης πραγματοποιήθηκε ηχογράφηση μαθητών και μαθητριών. Όσον αφορά στην ηχογράφηση, ισχύουν τα παρακάτω (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ): 1) Η ηχογράφηση των μαθητών πραγματοποιήθηκε αποκλειστικά για τις ανάγκες της έρευνας με τίτλο «Η επίδραση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στην εφηβική ηλικία». 2) Τα αρχεία της ηχογράφησης δε χρησιμοποιήθηκαν για κανένα άλλο σκοπό παρά μόνο για τις ανάγκες συλλογής και ανάλυσης των ερευνητικών δεδομένων. 3) Σε καμία περίπτωση δε θα επιχειρηθεί δημόσια προβολή των αρχείων της ηχογράφησης στο σύνολό τους ή έστω τμήματος αυτών, στο πλαίσιο οποιασδήποτε ερευνητικής ή ακαδημαϊκής δραστηριότητας της ερευνήτριας. 4) Τα αρχεία της ηχογράφησης με τις συνεδρίες των μαθητών/-τριών θα καταστραφούν αμέσως μετά τη χρήση τους για τις ανάγκες συλλογής και ανάλυσης των δεδομένων της έρευνας. 5) Την απόλυτη και αποκλειστική ευθύνη για τη φύλαξη, διαχείριση και καταστροφή των εν λόγω αρχείων φέρει η ερευνήτρια. 6) Για κάθε μαθητή/-ήτρια που πρόκειται να ηχογραφηθεί, έχει εξασφαλιστεί από την ερευνήτρια η ενυπόγραφη συναίνεση, κατόπιν πλήρους ενημέρωσης, του γονέα ή του κηδεμόνα του/της μαθητή/-ήτριας, για τη διενέργεια της ηχογράφησης.

δ) Πρόβλεψη της δυνατότητας των συμμετεχόντων στην έρευνα να διακόψουν τη συμμετοχή τους σε οποιοδήποτε στάδιο της διεξαγωγής της

Στο σχετικό έντυπο ενυπόγραφης συγκατάθεσης στην έρευνα για τους συμμετέχοντες (βλ. Παράρτημα Α), δηλώνεται ρητά το δικαίωμα των συμμετεχόντων να αρνηθούν τη συμμετοχή τους στην έρευνα ή/και να αποσυρθούν από αυτή σε οποιοδήποτε στάδιο της.

ε) Προστασία των συμμετεχόντων στην έρευνα από την έκθεση σε πιθανό σωματικό ή ψυχολογικό κίνδυνο, ή ταλαιπωρία ή άλλες δυσμενείς για τους ίδιους επιπτώσεις στο πλαίσιο της συμμετοχής τους στην ερευνητική διαδικασία

Επισημαίνουμε ότι, στην έρευνά μας δεν περιλαμβάνεται συλλογή σωματομετρικών δεδομένων ή/και χρήση ιατρικών μηχανημάτων. Επίσης, οι

μαθητές δεν υποβλήθηκαν σε καμία σωματική άσκηση. Υλικές ανταμοιβές ή κίνητρα δεν προβλέπονται για τους συμμετέχοντες της έρευνας. Η ερευνήτρια κατά τη διάρκεια της παρακολούθησης δε συμμετείχε ως εκπαιδευτικός και δεν ενεπλάκη στην εκπαιδευτική διαδικασία. Συμπερασματικά, οι συμμετέχοντες στην έρευνα δεν εξετέθησαν σε κανέναν κίνδυνο, σωματικό ή ψυχολογικό, ή οποιαδήποτε ταλαιπωρία, ενώ σε περίπτωση που επιθυμούσαν να διακόψουν τη συμμετοχή τους στην ερευνητική διαδικασία για οποιοδήποτε λόγο μπορούσαν να το κάνουν οποιαδήποτε στιγμή, κάτι το οποίο δε συνέβη σε κανένα στάδιο καμίας από τις ατομικές συνεντεύξεις που πραγματοποιήθηκαν.

Τέλος, σημειώνεται ότι η ερευνήτρια μερίμνησε για τη συμβατότητα της διαδικασίας συλλογής των ερευνητικών δεδομένων με τον Κώδικα Δεοντολογίας και Καλής Πρακτικής του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών, με τις διεθνείς συνθήκες και συμβάσεις οι οποίες σχετίζονται με τα ανθρώπινα δικαιώματα στην εκπαίδευση, αλλά και τα δικαιώματα των παιδιών, όπως αυτά καθορίζονται και από τους κανόνες δεοντολογίας διεξαγωγής έρευνας σε παιδιά από το Παιδαγωγικό Τμήμα Δημοτικής Εκπαίδευσης του Ε.Κ.Π.Α.

2.7. Η μελέτη περίπτωσης του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης

Η διαδικασία της μελέτης περίπτωσης του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης ξεκίνησε από τη στιγμή που η έρευνα αδειοδοτήθηκε από το Παιδαγωγικό Τμήμα Δημοτικής Εκπαίδευσης του Ε.Κ.Π.Α, σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία³¹⁶. Με την ενημέρωση του Διευθυντή Πρωτοβάθμιας και Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας και σε συνεννόηση με το Διευθυντή του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης πραγματοποιήθηκαν συνολικά 20 ατομικές ημιδομημένες συνεντεύξεις με μαθητές

³¹⁶ Βάσει του άρθ. 46, παρ. 3 του Ν. 4589/2019 (ΦΕΚ13/Α/29-1-2019) και του άρθ. 212, παρ. 3 του Ν. 4610/2019 (ΦΕΚ 70/Α/7-5-2019), όσον αφορά τη χορήγηση άδειας για τη διεξαγωγή έρευνας σε σχολικές μονάδες ή στα Κέντρα Εκπαιδευτικής και Συμβουλευτικής Υποστήριξης (Κ.Ε.Σ.Υ.), ισχύει το εξής: «Για έρευνα που διεξάγεται από μέλος του προσωπικού ή φοιτητή Α.Ε.Ι. δεν απαιτείται η εισήγηση ή η γνώμη του Ι.Ε.Π. εφόσον το σχετικό αίτημα συνοδεύεται από εισήγηση της Επιτροπής Δεοντολογίας του οικείου Α.Ε.Ι. ή του Διοικητικού Συμβουλίου του Τμήματος, εφόσον πρόκειται για Παιδαγωγικό Τμήμα την οποία προσκομίζει στον Διευθυντή της αρμόδιας σχολικής μονάδας και ενημερώνει τον Περιφερειακό Διευθυντή Εκπαίδευσης Πρωτοβάθμιας και Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης». Για περισσότερες πληροφορίες μπορεί κάποιον να απευθυνθεί στην ιστοσελίδα του Ινστιτούτου Εκπαιδευτικής Πολιτικής <http://iep.edu.gr/el/ereunes-programmata>

και μαθήτριες και των τριών τάξεων του Λυκείου. Τα παιδιά αφού ενημερώθηκαν από τη Διεύθυνση σχετικά με την έρευνα που επρόκειτο να διεξαχθεί στο σχολείο τους, κλήθηκαν εθελοντικά να δηλώσουν το ενδιαφέρον τους για τη συμμετοχή τους. Αφού εξαιρέθηκαν οι μαθητές με τους οποίους υπήρχε συγγενική σχέση ή προσωπική γνωριμία, πραγματοποιήθηκε μία συνάντηση, όπου επεξηγήθηκε ο σκοπός της έρευνας, η συμβολή της στην προαγωγή της επιστήμης, τα οφέλη που θα προκύψουν από την νέα παραγόμενη γνώση, ενώ επεξηγήθηκε και η διαδικασία των συνεντεύξεων με έμφαση στην ηχογράφησή τους, ώστε τόσο τα παιδιά, όσο και οι γονείς τους να είναι πλήρως ενήμεροι σχετικά με τη διαδικασία. Αφού ολοκληρώθηκε η συζήτηση και πραγματοποιήθηκε η πρώτη γνωριμία με τους μαθητές και τις μαθήτριες, μοιράστηκε στα παιδιά ένας φάκελος, ο οποίος περιείχε ένα ενημερωτικό σημείωμα για τους γονείς και το έγγραφο της συγκατάθεσής τους, ένα ενημερωτικό σημείωμα για τους συμμετέχοντες και το έγγραφο της συγκατάθεσής τους, μία υπεύθυνη δήλωση της ερευνήτριας σχετικά με την ηχογράφιση που επρόκειτο να πραγματοποιηθεί, καθώς επίσης και το έγγραφο του Παιδαγωγικού Τμήματος Δημοτικής Εκπαίδευσης του Ε.Κ.Π.Α. με τους κανόνες δεοντολογίας για την έρευνα σε ανήλικα παιδιά³¹⁷. Εντός δύο εβδομάδων οι μαθητές και οι μαθήτριες που είχαν εκδηλώσει ενδιαφέρον συμμετοχής επέστρεψαν στη Διεύθυνση του σχολείου τους φακέλους με υπογεγραμμένα τα έγγραφα συναίνεσής τους, όπως επίσης και των γονέων/κηδεμόνων τους.

Πριν την έναρξη της κύριας έρευνας, η οποία έλαβε χώρα από τα μέσα Νοεμβρίου έως τα μέσα Δεκεμβρίου του 2022, πραγματοποιήθηκε μία πιλοτική συνέντευξη με μία μαθήτρια της Α΄ Λυκείου. Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, η πιλοτική έρευνα αποτελεί ένα πολύ σημαντικό μέρος της ερευνητικής διαδικασίας, καθώς είναι αυτή που καθορίζει τη μετέπειτα πορεία της κύριας έρευνας, είτε με την αναθεώρηση σημείων που δεν οδηγούν σε ασφαλή συμπεράσματα, είτε με την επιβεβαίωση, ότι η διεξαγωγή της κύριας έρευνας αναμένεται να ευδοκιμήσει και από αυτήν να προκύψουν τα απαραίτητα δεδομένα, τα οποία και θα δώσουν μετά από επεξεργασία τις απαντήσεις στα ερευνητικά ερωτήματα, υποερωτήματα και εν

³¹⁷ http://www.primedu.uoa.gr/fileadmin/primedu.uoa.gr/uploads/Pdfs/Grammateia/TELIKO_Kanones_deontologias_gia_tin_ekpaideytiki_ereyna_me_paidia.pdf

τέλει στην επιβεβαίωση ή διάψευση της ερευνητικής μας υπόθεσης, οδηγώντας στη λύση του ερευνητικού μας προβλήματος.

Σύμφωνα με τους Arain, Campbell, Cooper, & Lancaster (2010)³¹⁸ η πιλοτική έρευνα είναι μία περιορισμένης σκοπιμότητας μελέτη, η οποία σχεδιάστηκε για να δοκιμάσει ή να διερευνήσει διάφορους παράγοντες των μεθόδων που σχεδιάστηκαν για μεγαλύτερης κλίμακας έρευνες. Ο πρωταρχικός σκοπός μίας πιλοτικής έρευνας δεν είναι να απαντήσει σε συγκεκριμένα ερευνητικά ερωτήματα, αλλά να αποτρέψει τους ερευνητές να ξεκινήσουν μία μεγάλης κλίμακας έρευνα χωρίς να έχουν λάβει υπ' όψιν τους όλες τις παραμέτρους. Σύμφωνα με τους Polit & Beck (2017)³¹⁹ ο στόχος της πιλοτικής έρευνας είναι να αποτρέψει σημαντικά λάθη, τα οποία θα κοστίσουν χρόνο και χρήμα στους ερευνητές. Επιπλέον οι Moore, Carter, Nietert & Stewart (2011)³²⁰, όρισαν τις πιλοτικές έρευνες, ως «προπαρασκευαστικές μελέτες σχεδιασμένες για να δοκιμάσουν παρουσιαστικά χαρακτηριστικά και την αποτελεσματικότητα ερευνητικών σχεδιασμών, μετρήσεων, διαδικασιών, κριτήρια πρόσληψης και λειτουργικές στρατηγικές που λαμβάνονται υπ' όψιν για χρήση σε μία μεταγενέστερη μεγαλύτερης κλίμακας μελέτη».

Συνεπώς, στο πλαίσιο της μελέτης περίπτωσης του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης επιλέξαμε να πραγματοποιήσουμε μία πιλοτική συνέντευξη με μία μαθήτριά (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ'), η οποία είχε δηλώσει εξ' αρχής, ότι θα ήθελε να συμμετέχει στην έρευνα και πληρούσε όλες τις προϋποθέσεις, δηλαδή ήταν μαθήτριά της Α' Λυκείου της εξεταζόμενης σχολικής μονάδας, είχε ενημερωθεί και είχε συναινέσει η ίδια για την συμμετοχή της, είχαν ενημερωθεί και είχαν συναινέσει οι γονείς/κηδεμόνες της και τέλος δεν υπήρχε καμία προσωπική γνωριμία με την ερευνήτρια ή το ευρύτερο περιβάλλον της ερευνήτριας. Η συνέντευξη αυτή σχεδιάστηκε με βάση το αρχικό πλάνο ερωτήσεων των ατομικών ημιδομημένων συνεντεύξεων και πραγματοποιήθηκε κατά τη διάρκεια του σχολικού ωρολογίου προγράμματος εντός της σχολικής μονάδας καθ' υπόδειξη του Διευθυντή. Η συνέντευξη προετοιμάστηκε,

³¹⁸ Arain, M., Campbell, M. J., Cooper, C. L., & Lancaster, G. A. (2010). What is a pilot or feasibility study? A review of current practice and editorial policy. *BMC Medical Research Methodology*, 10, 67.

³¹⁹ Polit, D. F., & Beck, C. T. (2017). *Nursing research: Generating and assessing evidence for nursing practice* (10th ed.). Philadelphia, PA: Wolters Kluwer/Lippincott Williams & Wilkins.

³²⁰ Moore, C. G., Carter, R. E., Nietert, P. J., & Stewart, P. W. (2011). Recommendations for planning pilot studies in clinical and translational research. *Clinical and Translational Science*, 4(5), 332–337.

χρονομετρήθηκε για να υπάρχει ένα μέτρο σύγκρισης για τις επόμενες συνεντεύξεις και ηχογραφήθηκε για να μπορέσει να γίνει μετά να γίνει η αξιολόγησή της και να καταλήξουμε στο εάν οι ερωτήσεις είναι κατανοητές, εάν τα παιδιά μπορούν να παρακολουθήσουν τη ροή των ερωτήσεων, εάν οι ερωτήσεις είναι κουραστικές ή ακόμα και βαρετές και εάν επιθυμούν να τις απαντήσουν όλες ή κάποιες θα προτιμούσαν να μην τις απαντήσουν. Η συνέντευξη με τη μαθήτριά ΚΑΜΑΑ1 κύλησε ομαλά, ήταν αρκετά διαφωτιστική, οι ερωτήσεις ήταν πράγματι κατανοητές και απαντήθηκαν όλες, ενώ σε συζήτηση που έγινε με τη μαθήτριά μετά τη συνέντευξη για υπάρξει ένα feedback από την πλευρά της, μας ενημέρωσε πως ήταν μία ευχάριστη εμπειρία, που δεν τη δυσκόλεψε, αντιθέτως μίλησε με ειλικρίνεια και αντικειμενικότητα.

Αφού πραγματοποιήθηκε η πιλοτική συνέντευξη και θεωρήθηκε επιτυχημένη, χωρίς να απαιτείται να γίνουν αναθεωρήσεις και διορθώσεις προχωρήσαμε στην κύρια έρευνα και προγραμματίσαμε με το Διευθυντή του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης τις 19 ατομικές συνεντεύξεις. Οι συμμετέχοντες ήταν 9 αγόρια και συγκεκριμένα, 1 από την Α' Λυκείου, 4 από τη Β' Λυκείου και 4 από τη Γ' Λυκείου και 10 κορίτσια και συγκεκριμένα, 4 από την Α' Λυκείου, 4 από τη Β' Λυκείου και 2 από τη Γ' Λυκείου. Οι ατομικές συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν (βλ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ε') μέσα σε διάστημα ενός μήνα καθ' υπόδειξη του Διευθυντή της σχολικής μονάδας κατά τη διάρκεια του ωρολογίου προγράμματος των συμμετεχόντων, χωρίς ωστόσο να γίνει καμία παρέμβαση στην εκπαιδευτική διαδικασία, χωρίς να χαθεί καμία διδακτική ώρα (συνήθως σε κενά μαθημάτων ή κατά τη διάρκεια σχολικών περιπάτων εντός του σχολείου) και με απόλυτο σεβασμό στο πρόγραμμα των παιδιών, ιδιαιτέρως της Γ' Λυκείου λόγω της προετοιμασίας για τις πανελλήνιες εξετάσεις. Οι συνεντεύξεις διεξήχθησαν ομαλά, χωρίς προβλήματα, με ελάχιστες παρεμβολές από το σχολικό περιβάλλον και ήταν μία ευχάριστη εμπειρία ιδιαιτέρως επικοινωνιακή από την οποία προέκυψαν σημαντικά δεδομένα τα οποία αναλύονται σε επόμενη ενότητα.

2.8. Θεματική ανάλυση περιεχομένου των ημιδομημένων ατομικών συνεντεύξεων

Το στάδιο της συλλογής των ερευνητικών δεδομένων μέσω των ημιδομημένων ατομικών συνεντεύξεων ολοκληρώθηκε με την απομαγνητοφώνηση και τη μετεγγραφή τους (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ε΄) , ώστε να πάρουν την τελική μορφή του κειμένου, το οποίο και στη συνέχεια αναλύσαμε χρησιμοποιώντας τη θεματική ανάλυση περιεχομένου, μία μορφή ανάλυσης που επιλέγεται συχνά στις ψυχοπαιδαγωγικές έρευνες. Η θεματική ή όπως συναντάται στη βιβλιογραφία και σημασιολογική (Βάμβουκας, 2010: 271) ανάλυση βασίζεται στην ιδέα πως ο λόγος και κατ' επέκταση η ομιλία είναι μία δηλωτική συμπεριφορά *«των κέντρων ενδιαφέροντος, των γνώμων, των πεποιθήσεων, των φόβων και γενικά των συγκινησιακών καταστάσεων του ατόμου ή μιας ομάδας ατόμων»* (Βάμβουκας, 2010). Σύμφωνα με τους Braun και Clarke (2006: 79)³²¹, ως θεματική ανάλυση ορίζεται *«η μέθοδος για τον προσδιορισμό, την ανάλυση και την αναφορά μοτίβων (θεμάτων) μέσα στα δεδομένα. Οργανώνει και περιγράφει μινιμαλιστικά τη σειρά των δεδομένων με (πλούσιες) λεπτομέρειες. Συχνά όμως, πηγαίνει πέρα από αυτό και ερμηνεύει πολλές πλευρές του ερευνητικού θέματος»*. Συνοπτικά θα μπορούσαμε να πούμε πως η μέθοδος αυτή διακρίνεται από τα εξής στάδια: «1. Εξοικείωση με τα δεδομένα 2. Παραγωγή αρχικών κωδίκων 3. Αναζήτηση θεμάτων 4. Αναθεώρηση θεμάτων 5. Ορισμός και ονομασία θεμάτων και 6. Παραγωγή της έκθεσης» (Braun & Clarke, 2006: 86; Flick, 2017: 468). Η εξοικείωση με τα δεδομένα επιτυγχάνεται μετά από αρκετές αναγνώσεις των συνεντεύξεων, καθώς σε κάθε ανάγνωση ο ερευνητής μπορεί να φτάσει σε μεγαλύτερο βάθος κατανόησης και μέσω διαφόρων διεργασιών αρχίζουν τα δεδομένα να πλέκονται μεταξύ τους και να ανακαλύπτονται διάφορα μοτίβα, που σε μία πρώτη ανάγνωση είναι δύσκολο να έρθουν στην επιφάνεια. Με οδηγό τα ερευνητικά ερωτήματα και υποερωτήματα το υλικό που έχει προκύψει τεμαχίζεται (Βάμβουκας, 2010: 272, Τσιώλης, 2017, Τσιώλης, 2018) και μέσα από μία εξαιρετικά δημιουργική διαδικασία, ο ερευνητής με βάση τη δική του οπτική αναπτύσσει έναν «δημιουργικό διάλογο με τα δεδομένα του», τα οποία κατά κύριο

³²¹ Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.

λόγο ανασκευάζει και διαμορφώνει, παρά ανακαλύπτει (Βάμβουκας, 2010; Flick, 2017; Ίσαρη & Πουρκός, 2015; Τσιώλης, 2016³²²; Τσιώλης, 2017³²³, Τσιώλης, 2018³²⁴).

Μετά από την προσεκτική ανάγνωση των συνεντεύξεων κι εφ' όσον εξοικειωθήκαμε με τα ερευνητικά μας δεδομένα προχωρήσαμε, όπως θα δούμε στην επόμενη ενότητα στην κωδικοποίηση, δηλαδή στη διαδικασία, όπου μετατρέψαμε τα πρωτογενή δεδομένα σε τυποποιημένα και με αυτόν τον τρόπο, αρχίσαμε σε ένα πρώιμο στάδιο να κατηγοριοποιούμε τα ευρήματά μας (Babbie, 2018: 587). Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία (Babbie, 2018; Βάμβουκας, 2010; Strauss & Corbin, 1998; Τσιώλης, 2016; Τσιώλης, 2017), προχωρήσαμε αρχικά στο πρώτο στάδιο της ανοιχτής κωδικοποίησης, όπου τεμαχίσαμε τα δεδομένα μας και τα κατατάξαμε σε βασικές κατηγορίες ανά ερευνητικό ερώτημα, ερευνητικό υποερώτημα και ανά συμμετέχοντα. Με τον τρόπο αυτό ξεκινήσαμε μία μικρο-ανάλυση (Strauss & Corbin, 1998), κατά την οποία αρχίζει η διερεύνηση συσχετίσεων μεταξύ των δεδομένων και η παραγωγή πρώιμων εννοιολογικών δομών και μοτίβων σε ένα θεωρητικό επίπεδο, τα οποία ωστόσο, γειτνιάζουν αρκετά στα αποσπάσματα των συνεντεύξεων και βρίσκονται σε υβριδική μορφή, εφαρμόζοντας την κατ' άξονα κωδικοποίηση, η οποία οργανώνει του πρωτογενείς κωδικούς σε κομβικούς θεωρητικούς άξονες (Τσιώλης, 2014: 115). Ταυτόχρονα με την επιλεκτική κωδικοποίηση, η οποία προσδιορίζει τις σχέσεις των θεμάτων που σχηματίστηκαν με τις υποκατηγορίες τους (Τσιώλης, 2014: 119), για κάθε ερευνητικό ερώτημα συντάχθηκε κι ένα υπόμνημα, στο οποίο αναφέρονται επιγραμματικά σε μορφή σημειώσεων κάποιες πρωτογενείς παρατηρήσεις επί των ερωτημάτων και των υποερωτημάτων. Αφού

³²² Τσιώλης, Γ. (2016). Ανάλυση ποιοτικών δεδομένων: διλήμματα, δυνατότητες, διαδικασίες. Στο Πυργιωτάκης, Γ. & Χρ. Θεοφιλίδης (Επιμ.) *Ερευνητική Μεθοδολογία στις Κοινωνικές Επιστήμες και στην Εκπαίδευση. Συμβολή στην επιστημολογική θεωρία και την ερευνητική πράξη* (σελ. 422-450). Αθήνα: Πεδίο.

³²³ Τσιώλης, Γ. (2017). *Θεματική Ανάλυση Ποιοτικών Δεδομένων*. Συμπληρωματικό εκπαιδευτικό υλικό στη Θ.Ε. ΕΚΠ51 - ΠΜΣ: Επιστήμες της Αγωγής. Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο (ΕΑΠ). Διαθέσιμο στον ιστότοπο:

https://www.academia.edu/32187411/Γ_Τσιώλης_2017_Θεματική_Ανάλυση_Ποιοτικών_Δεδομένων_Συμπληρωματικό_εκπαιδευτικό_υλικό_στη_Θ_Ε_ΕΚΠ51_ΠΜΣ_Επιστήμες_της_Αγωγής_Ελληνικό_Ανοικτό_Πανεπιστήμιο_ΕΑΠ_Σελ_31

³²⁴ Τσιώλης Γ. (2018). Η θεματική ανάλυση ποιοτικών δεδομένων. Στο Ζαϊμάκης, Γ. (Επιμ.) *Ερευνητικές διαδρομές στις Κοινωνικές Επιστήμες. Θεωρητικές – Μεθοδολογικές Συμβολές και Μελέτες Περίπτωσης*. (σελ. 97-125). Πανεπιστήμιο Κρήτης. Εργαστήριο Κοινωνικής Ανάλυσης και Εφαρμοσμένης Κοινωνικής έρευνας. Ρέθυμνο.

πραγματοποιήθηκαν και τα τρία στάδια κωδικοποίησης, στη συνέχεια προχωρήσαμε στην επεξεργασία των κωδικών που προέκυψαν (Strauss & Corbin, 1998), όπου συνενώσαμε, μετατρέψαμε σε σύνολα και συγκεκριμενοποιήσαμε τις κατηγορίες που έχουν προκύψει με συστηματικό τρόπο. Κατά τη διαδικασία αυτή ανακαλύψαμε νοηματικά μοτίβα, δηλαδή επαναλαμβανόμενα θέματα, τα οποία μας οδήγησαν στην αναγνώριση σημαντικών γενικών εννοιών (Babbie, 2018; Mertens, 2009). Ξεκινήσαμε βήμα βήμα να διαμορφώνουμε πιθανές σχέσεις μεταξύ των δεδομένων και να αναζητάμε πιθανούς συσχετισμούς μεταξύ των κατηγοριών που προκύπτουν έχοντας ως οδηγό τις πιθανές απαντήσεις στα ερευνητικά ερωτήματα και υποερωτήματα της μελέτης περίπτωσης του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης. Στο τελευταίο στάδιο αποτυπώσαμε σχηματικά τα θέματα που προέκυψαν, καθώς επίσης και τους αντίστοιχους κωδικούς στην τελική τους μορφή. Με τον τρόπο αυτό οδηγηθήκαμε σε ένα μεγαλύτερο βάθος ανάλυσης, από το οποίο προέκυψαν μετά από την κατάλληλη επεξεργασία οι απαντήσεις στο ερευνητικό μας πρόβλημα. Με την ολοκλήρωση αυτών των βημάτων είμαστε πλέον σε θέση *«να κατασκευάσουμε μία συνεκτική παρουσίαση των κεντρικών θεωρητικών ευρημάτων της έρευνας»* (Τσιώλης, 2014: 123).

2.8.1. Κωδικοποίηση ερευνητικών δεδομένων

Ε.Ε.1. Με ποιον τρόπο επιτελείται η λειτουργία της επικοινωνίας από τους μαθητές του 4ου ΓΕΛ Κατερίνης στα ΜΚΔ;

Πίνακας 1. Αποσπάσματα συνεντεύξεων και κωδικοποίηση 1ου ερευνητικού ερωτήματος

Συμμ/ντες	Ποια μέσα επικοινωνίας προτιμούν οι μαθητές του 4ου ΓΕΛ Κατερίνης για την επικοινωνία και την ενημέρωσή τους και γιατί;	Ποια είναι τα πιο δημοφιλή ΜΚΔ στις ηλικίες 15 έως 18 ετών;	Ποια είναι τα κριτήρια με τα οποία οι έφηβοι επιλέγουν να δικτυώνονται στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης;	Επηρεάζει η χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης τις μεταξύ τους σχέσεις και με ποιον τρόπο;
ΑΒΛΒ3	<p>11. “Πιο πολύ το διαδίκτυο και τα social media, εντάξει δεν ασχολούμαι και πολύ με την τηλεόραση, δεν την ανοίγω και πολύ, δεν είναι, ούτε και εφημερίδες, τώρα εφημερίδα στο σπίτι έχει να μπει 5 χρόνια, να μπει εφημερίδα στο σπίτι; Οπότε ανοίγω το Google, βλέπω τα νέα όλα, είναι πιο εύκολο”</p> <p>2. “Μόνο σε ένα; Σε Instagram, Facebook, Messenger, Snapchat και Viber”. 3. “Όχι όλες τις σελίδες. Κάποιες σελίδες είναι περίεργες, μπορεί ένα νέο άμα θέλω να το διαβάσω να το κοιτάξω από 3 σελίδες για να είμαι πιο σίγουρος, ότι είναι..” (Αναφέρεται στην εγκυρότητα και την αξιοπιστία των ΜΚΔ).</p>	<p>2</p> <p>1. “Το Instagram. Το Instagram είναι, οι περισσότεροι φίλοι μου, εκεί όλοι έχουνε”.</p>	<p>31. “οι περισσότεροι φίλοι μου, εκεί όλοι έχουνε” 2. “Από το φιλικό μου περιβάλλον, το σχολείο, από τις δραστηριότητες που κάνω, όταν δεν είμαι στο σχολείο, άμα γνωρίσω κάποιο παιδί εκεί του λέω “κάνε με follow στο Instagram” για να έχουμε επαφή”. 3. “Δύσκολα, όχι. Γιατί δεν θέλω να έχω επαφή με αγνώστους πιο πολύ σ’ αυτό” στην ερώτηση εάν, στέλνει αιτήματα φιλίας σε αγνώστους). 4. “Όχι (δεν αποδέχεται αιτήματα φιλίας από αγνώστους). Θα κοιτάξω να δω ποιος είναι, να δω άμα είναι και 99% πιθανότητα να τον απορρίψω. Τώρα αν είναι κάτι, ξέρω ’γώ αν με κάνει ο Ρουβάς, ε θα τον κάνω. Αν είναι κάποιος διάσημος ξέρω εγώ και δω ότι..”</p>	<p>41. “Δεν μπαίνω πολύ συχνά, συνήθως τα βγάζει κατευθείαν στο, στη σελίδα μου, εκεί στην αρχική” (αναφέρεται στο πόσο συχνά μπαίνει στο προφίλ των φίλων του για να μάθει τα νέα τους και την καθημερινότητά τους). 2. “Μπορεί κανονικά, όταν τον δω από κοντά να τον πειράξω λίγο γι’ αυτό που έγραψε, να τον κάνω λίγο πλακίτσα, αλλά δε νομίζω, ότι θα αλλάξει και πολύ (στην ερώτηση αν θα επηρεαστεί η σχέση με κάποιον φίλο-η του σε περίπτωση που διαφωνεί με κάποια ανάρτηση ή δημοσίευση του στα ΜΚΔ)” 3. “Κάποιες φορές, ναι. Πιο πολύ συναισθηματικά, αν είναι να την πέσω, αλλά δύσκολα. Θα στείλω ένα μήνυμα, να επικοινωνήσω, ναι” (στην ερώτηση αν χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ όταν θέλει να πλησιάσει φιλικά ή συναισθηματικά κάποιον άνθρωπο). 4. “Στη διαζώσης, γιατί απ’τα μηνύματα έχω πολύ θέμα εγώ να γράψω, να κάνω, άλλοι είναι καλύτεροι από εκεί, εγώ δεν μπορώ, καλύτερα είναι διαζώσης, γιατί επικοινωνώ καλύτερα, μπορώ να κάνω και το χιούμορ μου από κοντά” (στην ερώτηση σχετικά με την αυτοπεποίθηση). 5. “Πάλι</p>

				<p>δια ζώσης, γιατί μέσω social media δεν το 'χω και πολύ να γράφω, να κάνω” (στην ερώτηση για το πού εκφράζει πιο εύκολα τα συναισθήματά του). 6. “Ανάλογα, άμα είναι με ένα φίλο μου που δεν έχουμε την στενή επαφή κι είναι ο άλλος, εγώ είμαι σπίτι μου κι ο άλλος είναι αλλού ξέρω γω, θα μιλήσουμε στα social media. Αν είναι με ένα οικογενειακό μου πρόσωπο, θα μιλήσω στο σπίτι. Διά ζώσης”</p>
--	--	--	--	--

51. “Έχω στο Instagram, στο Tik Tok, Snapchat, Twitter που δε μπαίνω ποτέ, απλώς δεν ξέρω γιατί το έκανα...φέτος νομίζω το ‘kana, mail, τι άλλο; Youtube που ‘χουμε και βλέπουμε, δεν ανεβάζω κάτι.” 2. “Όχι, όχι. Ε, τι άλλο; Viber, επειδή, γενικά δεν θέλω να έχω πολλά social media, απλώς επειδή...είμαστε σε δράση στο σχολείο που έπρεπε να ‘χουμε ομαδικά στο Viber για να επικοινωνούμε με τους καθηγητές, γι’ αυτό το λόγο το ‘kana”. “Εξαρτάται, επειδή στο σπίτι έχουμε και τον παππού μου με τη γιαγιά μου που βλέπουν πολύ ειδήσεις αναγκαστικά...” (στο αν προτιμάει τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας ή το διαδίκτυο) 3. “Όταν περνάω στο σαλόνι βλέπω, απλώς δεν θέλω να μαθαίνω πολύ για ειδήσεις γιατί μου δημιουργεί ένα άγχος και στρες, δεν μπορώ να μαθαίνω, έχω τα δικά μου προβλήματα, θα ‘χω και τα προβλήματα όλου του κόσμου; Αλλά πράγματα τύπου gossip, με την έννοια καλό gossip, θα κάτσω να δω στο Instagram άμα μου εμφανίσει, στο Youtube, αλλά θα αφιερώσω λίγο χρόνο το βράδυ που θα χαλαρώσω να κοιμηθώ είτε λίγο το μεσημέρι...” 4. “Εξαρτάται από ποια site, δηλαδή άμα πάω στο Instagram σε μία σελίδα όπως είναι το Θέμα κι αυτά, ε σίγουρα θα είναι πιο έμπιστη, το Downtown κι όλα αυτά, από ότι ένα κουτσομπολίστικο,

61. “Θα σας εξηγήσω. Ευτυχώς η Apple δίνει τη δυνατότητα περιορισμού οπότε βάζω περιορισμό το πολύ μια ώρα στο καθένα αλλά συνήθως χρησιμοποιώ το Tik Tok...”

7 1. “Συνήθως θέλω να μιλάω face to face ή από το facetime αλλά επειδή δε γίνεται να μιλάμε συνεχώς κλήση, γιατί όταν μιλάς με κάποιον κλήση παίρνει ώρα, μπορεί να στείλω ένα imessage και να μιλήσω...” 2. “Ναι, απλώς δεν θέλω, δηλαδή θα στείλω εγώ τώρα ένα μήνυμα μετά μπορεί να απαντήσω το απόγευμα, δεν είναι ότι είμαι προσκολλημένος συνέχεια σε μια οθόνη για να απαντάω σε μηνύματα”. 3. “Αναλόγως, όταν οι γονείς μου είναι στη δουλειά και θέλω να πω κάτι...Ελάχιστα όμως, δηλαδή συνήθως θα τους πάρω τηλέφωνο ή θα στείλω ας πούμε «μαμά αυτό», «μαπαπά αυτό». 4. Με τους συμμαθητές μου επιλέγω να μιλάω μες στην τάξη, όπως μιλάμε αλλά θα μιλήσουμε και στην ομαδική που έχουμε στο Instagram για μαθήματα και αυτά”. 5. “Σε πολύ συγκεκριμένα άτομα και πολύ σπάνια, δηλαδή σε άτομα που με αφορά τι ανεβάζουν με την έννοια όχι για να ενημερωθώ τι κάνουν στη ζωή τους, με την έννοια να δω και να πάρω ιδέες τι μπορώ να κάνω κι εγώ. Φωτογραφίες κι αυτά. Δηλαδή θα ανεβάζω ας πούμε στο Instagram, στο Facebook γιατί δεν το χρησιμοποιώ ποτέ, το ‘χω για το Messenger και για να μιλάω με τους καθηγητές μου αλλά θα κοιτάξω το Instagram που χρησιμοποιώ να δω τι ανεβάζει ο άλλος για να πάρω μια ιδέα, μία..., που δεν θα ανεβάσω, δηλαδή θ’ ανεβάσω story κι αυτά αλλά δε θ’ ανεβάσω και πολύ συχνά, θ’ ανεβάσω αλλά θέλω πρώτα να το φτιάξω κι αυτά οπότε σ’ αυτά αφιερώνω χρόνο...”. 6. “Ακριβώς, κοιτάω να αποφεύγω να κάνω άτομα που δεν γνωρίζω, δηλαδή άμα δω ότι έχουμε

81. “Δεν μου έχει τύχει ακόμα.” (Να χρησιμοποιήσει τα ΜΚΔ για να πλησιάσει φιλικά ή συναισθηματικά κάποιο άτομο). 2. “Προτιμώ να τον πλησιάσω από κοντά”. 3. “Η εντάξει, άμα θέλω λέμε τώρα να τον πλησιάσω, φαντάζομαι θα πατούσα like στις φωτογραφίες, δεν θα καθόμουν να στέλνω μηνύματα, δεν είμαι χαρακτήρας που θα στείλω «Γεια σου, θες να κάνουμε παρέα; Γεια σου, πώς είσαι;» κι αυτά, τα θεωρώ λίγο πολύ... αν ήμουν απ’ την απέναντι πλευρά θα ‘λεγα «καλά τώρα, τι μου στέλνει; Τι;» Δεν μου αρέσει...”. 4. “Όταν επικοινωνώ μέσω social media προτιμώ είτε το facetime είτε την κλήση την κανονική, γιατί νομίζω στα μηνύματα ότι όταν πας να πεις κάτι ότι αλλάζει ο τρόπος που θα το πεις, δηλαδή με μια τελεία, με ένα..., ακόμη και μια λέξη να πεις διαφορετικά αλλάζει όλο το νόημα και υπάρχουν και παρεξηγήσεις νομίζω πολλές”. 5. “Θα σας απαντήσω ειλικρινά. Έχω χωρίσει κανονική με διαδικτυακή ζωή, δηλαδή θεωρώ απαράδεκτο και πολύ, δεν μπορώ να το εξηγήσω, όταν λέω, ας πούμε εγώ κάνω παρέα με κάποιον και μου λέει ο άλλος, τελείωσε θα σε μπλοκάρω, τι σημαίνει αυτό; Ότι βλέπομαστε κάθε μέρα...”. 6. “Θα προτιμήσω στη διαζώσης, απλώς αν δεν έχουμε χρόνο να βρίσκουμε λόγω βεβαρυμένου προγράμματος, θα προσπαθήσω να τον πάρω facetime ή...” (στην ερώτηση σε περίπτωση που προκύψει κάποιο πρόβλημα, εάν θα επιλέξει να το λύσει μέσω των ΜΚΔ ή στη διά ζώσης επαφή). 7. “Ακριβώς, αλλά να ακούω φωνή, ή να τον βλέπω, να με βλέπει, μηνύματα δεν τα μπορώ καθόλου.”

	<p>άκυρο περιοδικό.” (Στην ερώτηση σχετικά με την εγκυρότητα και την αξιοπιστία των των social media.).</p>		<p>πολλούς κοινούς, δηλαδή αν δω ότι τον ακολουθάνε πολλοί φίλοι μου, φίλοι μου όμως, θα τον κάνω κι εγώ, ή θα τον δεχτώ ή θα τον κάνω και πίσω, δεν θα κάνω άτομα που έχουμε έναν ακόλουθο ή μου φαίνεται το προφίλ του παράξενο, κι αν με κάνει είτε δεν θα τον δεχτώ ή θα τον μπλοκάρω.” 7. “Θα σας πω, άμα δω ότι τον ακολουθάνε όπως σου είπα οι φίλοι μου, πολλοί φίλοι μου όμως και μπορεί να τον ξέρω λίγο φατσικά ή κάνει παρέα με κάποιους φίλους μου, θα τον κάνω, σαφέστατα. Αλλά δεν θα κάνω άτομα που δεν γνωρίζω καθόλου ή είναι απ’ τη Θεσσαλονίκη, απ’ την Αθήνα.” 8. “Άμα είναι φυσιολογική, πώς να το πω; Δηλαδή έχουμε δει τόσα, έχουμε ακούσει τόσα, οπότε...Και στο πρόσωπο, δηλαδή εγώ καταλαβαίνω και απ’ τα μάτια τι...” (στην ερώτηση, εάν επηρεάζεται από τη φωτογραφία προφίλ, σε περίπτωση που κάποιος άγνωστος του στείλει αίτημα φιλίας, ή εάν στείλει ο ίδιος σε κάποιον άγνωστο αίτημα φιλίας). 5. “Διαδικτυακό μου φίλο, δεν έχω διαδικτυακούς φίλους, προτιμώ να είναι φίλοι που είναι εδώ στο σχολείο και έξω απλώς να μιλάμε κι εκεί. Δηλαδή με αγνώστους δεν έχω μιλήσει...” 9. “Νομίζω το Instagram κι αυτά ειδικά επηρεάζουν πολλούς ανθρώπους, δεν ξέρω γιατί, εγώ ας πούμε τώρα λέω «Αχ να ‘χα μεγαλύτερο αριθμό, να ‘χα λιγότερο»... Ας πούμε τώρα είμαι στη φάση που θέλω να τους σβήσω όλους γιατί νομίζω, ότι δεν υπάρχει λόγος να ‘χουμε πολλούς...Ναι, αλλά μετά σε τρώει κι αυτό τώρα έχω λίγους, θα λένε οι άλλοι καλά αυτός έχει λίγους και...”</p>	
--	---	--	--	--

<p style="text-align: center;">AZΓΓ2</p>	<p>9 1. "Instagram, Messenger, Viber και WhatsApp." 2. "Ό,τι είναι πιο έγκυρο. Τώρα...Ναι, δηλαδή, μπορεί μια ιστοσελίδα...Με αυτά που ακούμε, οι ιστοσελίδες, ακούμε λέγονται πολλά οπότε προσωπικά ό,τι ψάχνω, ψάχνω πρώτα από έναν που ξέρει και μετά το ψάχνω στο Ίντερνετ, δεν μπαίνω για να ψάξω κάτι κατευθείαν στο Ίντερνετ. Πρώτα ρωτάω και μετά το ψάχνω μόνος μου."</p>	<p>10 1. "Instagram και Messenger. "</p>	<p>11 1. "Όχι απαραίτητα." (Σχετικά με το αν χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για την καθημερινή επικοινωνία με τους φίλους του). 2. "Ε, σπάνια" (σχετικά με το χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ με την οικογένειά του). 3. "Αρκετά" (σχετικά με το αν χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ με τους συμμαθητές του). 4. "Μια φορά το μήνα, ξέρω 'γω, αν...". 5. "Ναι, όχι από οικογενειακό λόγοι, οι περισσότεροι από σχολείο, φίλοι, από τις κοινωνικές ομάδες που είμαι. ". 6. "Άγνωστους αγνώστους δηλαδή που δεν γνωρίζω καν; Πχ και άτομα απ' το σχολείο, δεν μιλάω αλλά τα 'χω αποδεχθεί.". 7. "Αυτό ναι, αλλά άγνωστο άγνωστο που να μην ξέρω ποιος είναι, να μη ζει στην Κατερίνη, όχι καθόλου.". 8. "Καθόλου" (δεν επηρεάζεται από τη φωτογραφία προφίλ ενός αγνώστου στο εάν θα αποδεχθεί ένα αίτημα φιλίας).</p>	<p>12 1. "Ό,τι κάτσει, και τα δύο, δηλαδή, ναι..." (χρησιμοποιεί βιντεοκλήσεις και chat για την επικοινωνία του). 2. "Να σκεφτώ αυτό γιατί το ανέβασε ναι, να επηρεαστεί όχι." (Σχετικά με το εάν επηρεάζεται η σχέση του με κάποιον φίλο του σε περίπτωση που διαφωνεί ή συμφωνεί με κάποια ανάρτηση του). 3. "Ναι" (χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για να πλησιάσει κάποιον-α φιλικά ή συναισθηματικά). 4. "Ξέρω γω, ανέβαζε κάτι κάποιος κάποια και ή reaction ή απευθείας μήνυμα, κάτι τέτοιο." 5. Δια ζώσης (νιώθει μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση). 6. "Επειδή τα πρόσωπα απλά είναι πιο, δεν σε ξέρω, δε με βλέπεις κι αυτά...". 7. "Δια ζώσης." (Εκφράζει πιο εύκολα τα συναισθήματά του). Επειδή άμα θέλω να πω κάτι σε κάποιον, του το λέω, δεν έχω να «φοβηθώ» κάτι, του το λέω, αν δεν σου αρέσει οκ, αν όχι πάλι οκ.". 8. "Μια πρώτη προσέγγιση από social media αλλά άμα δε βγαίνει, δεν καταλήγουμε κάπου..." (σχετικά με το πώς επιλέγει να επιλύσει κάποιο πρόβλημα.)</p>
<p style="text-align: center;">ΑΚΔΓ3</p>	<p>13 1. "Ναι, προφανώς. Instagram, Facebook, TikTok, Snapchat, Messenger.". 2. "Για επικοινωνία πιο πολύ.". 3. "Ε το διαδίκτυο. Παιδιά του διαδικτύου είμαστε τώρα". 4. "Σε κάποιες περιπτώσεις πιστεύω πως ναι." (Σχετικά με το αν εμπιστεύεται τα ΜΚΔ και την αξιοπιστία και την εγκυρότητά τους). 5. "Πιο αξιόπιστα πιστεύω είναι τα παραδοσιακά."</p>	<p>14 1. "To Instagram"</p>	<p>15 1. "Ναι" (σχετικά με το αν χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για την καθημερινή επικοινωνία με τους φίλους του). 2. "Τις περισσότερες φορές" (επικοινωνεί με την οικογένειά του μέσω ΜΚΔ). 3. "Ε ναι." (Επικοινωνεί με τους συμμαθητές του μέσω των ΜΚΔ). 4. "Ναι, απ' το φιλικό μου περιβάλλον, οικογενειακό" (σχετικά με το από πού προέρχονται οι διαδικτυακοί του φίλοι). 5. "Ε ναι" (και από το σχολείο). 6. "Όχι" (δε στέλνει αιτήματα φιλίας σε αγνώστους). 7. "Όχι, τους αφήνω μόνο να με ακολουθούν αυτοί. Παραπάνω followers.". 8. "Τον κάνω ακόλουθο αλλά εγώ δεν τον ακολουθώ". 9. "Σε μεγάλο βαθμό."</p>	<p>16 1. "Ε, σχεδόν καθόλου. Ναι. Άλλη όρεξη τώρα να δω τι κάνουν." (σχετικά με το πόσο συχνά μπαίνει στο προφίλ των φίλων του για να ενημερώνεται για την καθημερινότητά τους). 2. "Όχι." (Δεν επηρεάζεται η σχέση του με τους φίλους του από τις αναρτήσεις τους στα ΜΚΔ). 3. "Πιο πολύ chat.". 4. "Ναι, προφανώς." (Χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για πλησιάσει κάποιον φιλικά ή συναισθηματικά). 5. "Με μηνύματα". 6. "Social media." (Νιώθει μεγαλύτερα αυτοπεποίθηση στα ΜΚΔ). 7. "Στο δια ζώσης" (εκφράζει πιο εύκολα τα συναισθήματά του). 8. "Ανάλογα το πρόβλημα τώρα, αν είναι σημαντικό ή όχι." (Σχετικά με το εάν προτιμάει να συζητήσει κάποιο ζήτημα</p>

			(Επηρεάζεται από τη φωτογραφία προφίλ ενός αγνώστου).	μέσω των ΜΚΔ ή δια ζώσης). 9. “Αν είναι σημαντικό από κοντά, αν είναι τι θα φάμε σήμερα...”
ΑΝΔΓ2	17 1. “Ναι σε πολλά. Στο Instagram, στο Facebook, στο Snapchat, στο Discord, αυτά.” 2. “Ναι και στο Reddit έχω”. 3. “Έχω και στο TikTok ναι.” 4. “Εννοείται προτιμώ το διαδίκτυο.” (Για την ενημέρωση και την επικοινωνία του). 5. “Γιατί τώρα στην καθημερινότητά μας έχουμε πλέον όλη μέρα τις συσκευές μας στα χέρια και είναι και πιο εύκολο.”. 6. “Όχι, δεν τα εμπιστεύομαι.” (Τα ΜΚΔ).	18 1. “Ε, το Instagram και το TikTok.”	19 1. “Εννοείται.” (Χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για την καθημερινή του επικοινωνία με τους φίλους του). 2. “Ναι, αλλά όχι τόσο.” (Σχετικά με την καθημερινή του επικοινωνία με την οικογένειά του). 3. “Ναι.” (Σχετικά με την καθημερινή του επικοινωνία με τους συμμαθητές του). 4. “Ε, από την πόλη μου και περισσότερο σχολείο και παρέες, φίλοι.”. 5. “Αν δεν έχουμε καμία κοινή επαφή, όχι.” (Σχετικά με το εάν στέλνει ή αποδέχεται αιτήματα φιλίας από αγνώστους). 6. “Ε, ναι αλλά όχι από αγνώστους, που δεν έχω καμία κοινή επαφή.”	20 1. “Τις βιντεοκλήσεις. Γιατί είναι ό,τι πιο κοντινό στη δια ζώσης επαφή.”. 2. “Ανά 2-3 μέρες.” (Μπαίνει στο προφίλ των φίλων του για να ενημερωθεί για την καθημερινότητά τους). 3. “Όχι τόσο θα έλεγα.” (Σχετικά με το εάν επηρεάζεται η συμπεριφορά του απέναντι σε κάποιον φίλο του, από το εάν συμφωνεί ή διαφωνεί με τις αναρτήσεις του). 4. “Ναι, έχει τύχει αρκετές φορές.” (Χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για να πλησιάσει φιλικά ή συναισθηματικά κάποιο άτομο). 5. “Με μηνύματα, αντιδράσεις σε φωτογραφίες.”. 6. “Στη δια ζώσης επαφή.” (Νιώθει μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση). 7. “Στη δια ζώσης.” (Εκφράζει πιο εύκολα τα συναισθήματά του). 8. “Καλύτερα από κοντά, δια ζώσης.” (Όταν θέλει να επιλύσει κάποιο πρόβλημα που έχει προκύψει).

<p style="text-align: center;">ΑΠΔΑ2</p>	<p>21 1. “Instagram, TikTok και Discord, το Discord αλλά το Discord δεν το χρησιμοποιώ και τόσο.” 2. “Θα προτιμούσα από τα social media και όχι απ’ τις εφημερίδες και τα σχετικά...” 3. “Μου αρέσουν πιο πολύ τα πράγματα όταν είναι απλά και κατανοητά παρά να μιλάνε πολύ και να έχουν δύσκολες λέξεις.” 4. “Όχι, γιατί εκεί πέρα ο καθένας μπορεί να ανεβάζει ό,τι θέλει ή να είναι κάτι άλλο απ’ αυτό που δείχνει.” (Σχετικά με την εγκυρότητα και την αξιοπιστία των ΜΚΔ). 5. “Πιστεύω ότι και τα 2 είναι το ίδιο γιατί μπορεί σε κάποια εφημερίδα ή σε κάποιο site αντίστοιχα η πληροφορία που μας δίνει να είναι ψεύτικη και έτσι να δημιουργήσουν κάποια σκάνδαλα.”</p>	<p>22 1. “Κυρίως, όχι μόνο ένα, το Instagram και το TikTok.”</p>	<p>23 1. “Ναι.” (Χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για την καθημερινή του επικοινωνία με τους φίλους του). 2. “Όχι τόσο συχνά.” (Για την καθημερινή του επικοινωνία με την οικογένειά του). 3. “Σπάνια, άμα δεν ξέρω τι μαθήματα έχουμε για την επόμενη μέρα.” (Για την επικοινωνία του με τους συμμαθητές του). 4. “Οι περισσότεροι είναι οι συμμαθητές μου, είτε από εδώ είτε από τη Λέσβο.” 5. “Είτε από κει, συγγενείς όχι και τόσο, αλλά είναι σχετικά ένα πολύ μικρό ποσοστό και φίλοι.” 6. “Όχι.” (Δε δέχεται αιτήματα φιλίας από αγνώστους). 7. “Άμα τον ξέρουν οι φίλοι μου, δηλαδή βλέπω από κάπου... Τότε ίσως αλλά αν δεν τότε όχι.” 8. “Πιστεύω ότι η εικόνα σε ένα προφίλ είναι γενικά η πρώτη εντύπωση για το προφίλ δηλαδή αν μπορεί να καταλάβει αν αυτός ενδιαφέρεται ή ανεβάζει ό,τι να ‘ναι, αυτό.” (Σχετικά με το εάν επηρεάζεται από την εικόνα προφίλ ενός αγνώστου στο εάν θα τον δεχθεί για διαδικτυακό του φίλο ή όχι). 9. “Το τι μπορεί να είναι όχι ακριβώς, αλλά το τι περιεχόμενο έχει το προφίλ.”</p>	<p>24 1. “Ε, αναλόγως την περίπτωση. Αν είναι για κάτι σημαντικό θα προτιμούσα την κλήση αλλά αν είναι για κάτι ασήμαντο ή λιγότερο σημαντικό, τα μηνύματα.” 2. “Στα προφίλ δεν μπαίνω γιατί δεν με ενδιαφέρει τόσο πολύ η προσωπική ζωή του καθενός απλά βλέπω αυτά που έχει ανεβάσει, όταν τα ανεβάζουν.” 3. “Αναλόγως τι είναι αυτή η ανάρτηση, ας πούμε αν είναι κάποιο πρόβλημα που αφορά την κοινωνία τότε ίσως επηρεαστεί, πολύ ελάχιστα αλλά άμα είναι καμιά χαζομάρα ξέρω γω που θα αναρτήσει, κάτι ξέρω γω πχ για, τώρα πώς... πχ, να σας δώσω να καταλάβετε, κάποια τρομοκρατική οργάνωση που δεν υποστηρίζω, τότε τον ξεκόβω κατευθείαν γιατί δεν συμφωνώ...”. 4. “Απ’ τα social media όχι τόσο πολύ, πιο πολύ το κάνω στον έξω κόσμο.” (Σχετικά με το εάν χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για να πλησιάσει φιλικά ή συναισθηματικά κάποιο άτομο). 5. “Απλά από κει κατά κάποιο τρόπο το συνεχίζω μέχρι να πω σε έναν φίλο ή σε μια κοπέλα που μου αρέσει να βγούμε και μετά...”. 6. “Στην αρχή, βασικά πριν κάποιο καιρό απ’ τα μηνύματα αλλά τώρα πιο πολύ δια ζώσης.” (Σχετικά με εάν ινώθει μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση όταν επικοινωνεί μέσω των ΜΚΔ). 7. “Ναι.” (Όσο μεγαλώνει προτιμά τη δια ζώσης επικοινωνία). 8. “Δια ζώσης γιατί από τα μηνύματα ποτέ κανείς δεν μπορεί να καταλάβει τι θέλει να πει ο άλλος.” (Σχετικά με το εάν εκφράζει πιο εύκολα τα συναισθήματά του μέσω των ΜΚΔ). 9. “Αναλόγως τι θα είναι αυτό, αν είναι κάτι σημαντικό και θα πάρει πολλή ώρα τότε προτιμώ τη δια ζώσης γιατί δεν θα περιμένω μέχρι να μου στείλει ο άλλος ολόκληρο κατεβατό αλλά αν είναι για ένα μικρό θέμα και τα</p>
--	---	---	---	--

				<p>μηνύματα δεν με χαλάνε.” (Σχετικά με το εάν επιλέγει να συζητήσει ένα πρόβλημα μέσω των ΜΚΔ).</p>
<p>ΑΣΚΒ3</p>	<p>25 1. “Ναι, Instagram και Snapchat.” 2. “: Όχι. Δεν το έχω κατεβάσει ούτε καν. Δεν ξέρω καν δηλαδή τι γίνεται στο TikTok. Προσπαθώ να έχω όσα λιγότερα γίνεται, να τα προσέχω και να ξέρω τι μου συμβαίνει.” 3. “Απ’ το διαδίκτυο και τα social media γιατί μπορώ να βρω ό,τι θέλω εκεί. Ό,τι μ’ ενδιαφέρει δηλαδή.” 4. “Όχι πολύ. Είμαι προσεκτικός με το τι ανεβάζω, με το τι κάνω στα social media γιατί ό,τι γίνεται δεν διαγράφεται.” (Σχετικά με την αξιοπιστία και την εγκυρότητα των ΜΚΔ). 5. “Δεν το πολυεμπιστεύομαι. Αν με ενδιαφέρει το θέμα θα κάτσω να ψάξω και στις άλλες ιστοσελίδες τι λένε.”</p>	<p>26 1. “Instagram και Snapchat.”</p>	<p>27 1. “Ναι. Πάρα πολύ.” (Χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για να επικοινωνεί με τους φίλους του). 2. “Όχι.” (Σχετικά με το εάν χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για να επικοινωνεί με την οικογένειά του). 3. “Ναι” (χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για να επικοινωνεί με τους συμμαθητές του). 4. “Από το άθλημα που πάω, το βόλεϊ, και από το σχολείο μετά.” (Σχετικά με το από πού προέρχονται οι διαδικτυακοί του φίλοι). 5. “Όχι.” (Δε στέλνει αιτήματα φιλίας σε αγνώστους). 6. “Αποδέχομαι μόνο όταν βλέπω δηλαδή ότι ακολουθείται από κάποιον που ξέρω εγώ και μου εξηγεί και ποιος είναι αυτός.” 7. “Με επηρεάζει παραδείγματος χάριν άμα δω μια περίεργη φωτογραφία, θα υποψιαστώ ότι αυτό μπορεί να είναι ένα ψεύτικο προφίλ, ότι μπορεί να είναι κάποιος που θέλει να με βλάψει άρα δεν θα το δεχθώ κιόλας.”</p>	<p>28 1. “Προτιμάω τις κλήσεις.” 2. “Πολύ σπάνια, ελάχιστα, γιατί συνήθως μου τα βγάζει μπροστά.” 3. “Όχι. Αν ανεβάσει δηλαδή μια ανάρτηση που διαφωνώ, θα πάω να του εξηγήσω ότι διαφωνώ αλλά δε θα χαλάσω και τη σχέση μου μαζί του.” 4. “: Ναι.” (Χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για να πλησιάσει φιλικά ή συναισθηματικά κάποιο άτομο). 5. “Πρώτα αποδέχεται αυτή, αποδέχεσαι κι εσύ και μετά στέλνεις μηνύματα. Με μήνυμα, με το chat.” 6. “Στη δια ζώσης. Γιατί μπορώ να δω και τα συναισθήματα του άλλου, τι εκφράζει απέναντί μου και μπορώ να καταλάβω κι αν μου λέει κάτι ψέματα ή αλήθεια.” 7. “Δια ζώσης, γιατί δια ζώσης μπορεί να καταλάβει κι ο άλλος αισθήματα που εκφράζω απέναντί του ενώ στα social δεν μπορεί να το καταλάβει γιατί δεν υπάρχουν συναισθήματα στα social.” 8. “Αναλόγως το πρόβλημα γιατί άμα είναι κάποιο σοβαρό πρόβλημα θα κάτσω να το λύσω, να μιλήσω με</p>

				κάποιον δια ζώσης και άμα είναι κάποιο ασήμαντο πράγμα θα κάτσω να το λύσω στα social.”
ΑΣΜΒ4	<p>29 1. “Instagram, Facebook, Twitter, Reddit, Discord...”. 2. “Προφανώς απ’ το διαδίκτυο, πολύ πιο εύκολο, γρήγορο.”. 3. “Όχι. Γιατί δεν έχω δει ακόμα καμιά αλήθεια.” (Σχετικά με το εάν εμπιστεύεται τα ΜΚΔ όσον αφορά στην εγκυρότητα και την αξιοπιστία τους).</p>	<p>30 1. “To Instagram.”</p>	<p>31 1. “Ναι.” (Χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για την επικοινωνία του με τους φίλους και την οικογένειά του). 2. “Προφανώς.” (Χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για την επικοινωνία του με τους συμμαθητές του). 3. “Όλα.” (Οι διαδικτυακοί φίλοι του προέρχονται από το σχολείο, το φιλικό και το οικογενειακό του περιβάλλον). 4. “Ναι” (στέλνει αιτήματα φιλίας σε αγνώστους). 5. “Όχι” (δεν αποδέχεται αιτήματα φιλίας από αγνώστους). 6. “Αρκετά. Παιζει, λίγο ρόλο, ναι, σίγουρα.” (Επηρεάζεται από τη φωτογραφία προφίλ ενός αγνώστου).</p>	<p>32 1. “Μηνύματα.” (Με αυτόν τον τρόπο επιλέγει να επικοινωνήσει μέσω των ΜΚΔ). 2. “Ποτέ” (Δεν μπαίνει στο προφίλ των φίλων του για να μάθει τα νέα τους). 3. “Δεν το έχω κάνει αυτό οπότε δεν ξέρω.” (Σχετικά με το εάν επηρεάζεται η σχέση του με κάποιον φίλο του από κάποια ανάρτηση με την οποία δε συμφωνεί). 4. “Ναι” (χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για να πλησιάσει φιλικά ή συναισθηματικά κάποιο άτομο). 5. “Θα στείλω μήνυμα; Ξέρω γω...”. 6. “Το ίδιο είναι.” (Νιώθει την ίδια αυτοπεποίθηση τόσο στα ΜΚΔ όσο και στη διά ζώσης επαφή). 7. “Από κοντά νομίζω.” (Εκφράζει πιο εύκολα τα συναισθήματά του). 8. “: Γιατί... δεν ξέρω.” 9. “Αναλόγως πού θα προκύψει και πότε θα το συζητήσουμε.” (Σχετικά με το εάν επέλεγε τα ΜΚΔ για να συζητήσει ένα πρόβλημα που θα προέκυπτε). 10. “Από κοντά, σίγουρα.” (Εάν αφορούσε κάποιο οικογενειακό πρόβλημα). 11. “Αν ξεκινούσε η συζήτηση από εκεί θα τη συνεχίζαμε εκεί, αν ήταν από κοντά θα συνεχίζαμε από κοντά.” (Εάν αφορούσε κάποιο φιλικό ή συναισθηματικό ζήτημα που θα ήθελε να επιλύσει).</p>

<p>ΑΒΑΓΓ1</p>	<p>33 1. "Instagram, Facebook, TikTok, Discord.". 2. "Και Twitter έχω, α Twitter είναι το αγαπημένο μου." 3. "Το διαδίκτυο και τα social media. Γιατί είναι πιο εύκολα προσβάσιμο μέσο για ενημέρωση." (Προτιμά για την ενημέρωση και την επικοινωνία του). 4. "Όχι. Αλλά υπάρχουν ξέρω 'γω έγκυρα μερικά, αλλά..." (Δεν εμπιστεύεται τα ΜΚΔ).</p>	<p>34 1. "Το Instagram και το Twitter.". 2. "Το TikTok ποτέ δεν ξεπέρασε το Instagram."</p>	<p>35 1. "Είσαι σε ομάδες που έχουν, δηλαδή εγώ είμαι ας πούμε σε ένα του Παναθηναϊκού που εκεί βλέπω τα νέα, βγάζουν ξέρω γω φωτογραφίες έτσι ωραίες κι αυτά μέσα απ' το γήπεδο, συζητάνε πάρα πολλά θέματα κάνουν και livestream τους αγώνες, τέτοια πράγματα." 2. "Ποτέ, απλώς εντάξει ήτανε η μόδα, η μαλακία με το TikTok είναι ότι επειδή σε πετάει όλη την ώρα, το Instagram ξέρω γω εσύ επιλέγεις ποιον θα δεις στα story ενώ στο TikTok το μόνο που κάνεις είναι τα story να βλέπεις." 3. "Ναι." (Χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για την καθημερινή της επικοινωνία με τους φίλους του). 4. "Ναι" (Χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για την καθημερινή της επικοινωνία με την οικογένειά του). 5. "Ναι" (Χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για την καθημερινή της επικοινωνία με τους συμμαθητές του). 6. "Από παντού." (Προέρχονται οι διαδικτυακοί φίλοι του). 7. "Ναι. Τώρα σε τι αγνώστους..." (στέλνει αιτήματα φιλίας σε αγνώστους). 8. "Ναι. Εγώ το 'χω ελεύθερο βασικά, το 'χω δημόσιο και με κάνει όποιος θέλει." 9. "Πολύ. Αν δω έτσι ένα ωραίο, συμμαζεμένο προφίλ και σε ακόλουθους εννοώ" (σχετικά με το πόσο επηρεάζεται από τη φωτογραφία προφίλ ενός αγνώστου στο εάν θα αποδεχθεί ένα αίτημα φιλίας). 10. "Εγώ ας πούμε, εγώ αν δω ο ένας να ακολουθεί πιο πολλούς παραπάνω, μπορεί να μην τον κάνω follow, να μην την κάνω follow ας πούμε γιατί συνήθως όποιος ακολουθεί λιγότερους έχει εφαρμογές και τέτοια που βλέπει follow-unfollow και γι' αυτό δεν χρειάζεται να την κάνω ξέρω γω τσάμπα."</p>	<p>36 1. "Μόνο βλέπεις. Ε μερικές φορές είναι και εθιστικό να σου πω την αλήθεια." (Το Tik Tok). 2. "Το chat. Γιατί μερικές φορές οι περισσότεροι μπορεί να μην απαντήσουν κιόλας στις κλήσεις κι αυτά ενώ με το μήνυμα σίγουρα θα το δουν κάποια στιγμή και θα απαντήσουν." 3. "Δεν μπαίνω, όποτε μου εμφανίζονται." (Σχετικά με το πόσο συχνά μπαίνει στο προφίλ των φίλων του στα ΜΚΔ). 4. "Ναι, θα με επηρεάσει, ναι. Γιατί ουσιαστικά, πιστεύω το Instagram κι αυτά είναι ένας καθρέφτης της προσωπικότητας του άλλου." (Σχετικά με το εάν επηρεάζεται η σχέση του με κάποιον φίλο του από τις αναρτήσεις του στα ΜΚΔ). 5. "Εννοείται. Μήνυμα αρχικά ή κάνα like ή σε κάνα story να φανεί, να τσουζει λίγο" (Χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ, όταν θέλει να πλησιάσει φιλικά ή συναισθηματικά κάποιο άτομο). 6. "Δια ζώσης, τώρα social, για τα αρχικά είναι τα social media και μετά..." (σχετικά με το πού νιώθει μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση). 7. "Στη δια ζώσης. Ε εντάξει τώρα, μέσω μηνυμάτων πόσο να εκφραστεί;" (σχετικά με το πού εκφράζεται πιο εύκολα). 8. "Στη δια ζώσης εννοείται γιατί κιόλας στα social media επειδή είμαστε και με μηνύματα δεν μπορείς να μεταφέρεις όλες τις λεπτομέρειες ας πούμε." (Σχετικά με το πώς επιλέγει να επιλύσει ένα πρόβλημα).</p>
---------------	---	--	--	--

<p>ΚΑΔΓ2</p>	<p>37 1. “Έχω στο Instagram, στο Snapchat, στο Facebook, Messenger, TikTok, αυτά...”. 2. “Τα social.” (Προτιμάει να μαθαίνει την επικαιρότητα). 3. “Όχι” (σχετικά με το εάν εμπιστεύεται τα ΜΚΔ ως προς την εγκυρότητα και την αξιοπιστία τους). 5. “Πλέον τίποτα.” (Σχετικά με το εάν εμπιστεύεται τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης).</p>	<p>38 1. “Το Instagram και το TikTok;”</p>	<p>39 1. “Ναι. Κάθε μέρα.” (Χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για την καθημερινή της επικοινωνία με τους φίλους της). 2. “Ναι” (Χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για την καθημερινή της επικοινωνία με την οικογένειά της). 3. “Ναι” (Χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για την καθημερινή της επικοινωνία με τους συμμαθητές της). 4. “Απ’ όλα. Κυρίως απ’ το ολολείο είναι τα περισσότερα.” (Σχετικά με το από πού προέρχονται συνήθως οι διαδικτυακοί της φίλοι). 5. “Αγνώστους όχι.” (Στην ερώτηση, εάν στέλνει αιτήματα φιλίας σε αγνώστους). 6. “Γνωστό γνωστό.” (Στην ερώτηση εάν αποδέχεται αιτήματα φιλίας από αγνώστους). 7. “Επηρεάζει πολύ, κατά 70%. Εντάξει τώρα άμα δεις καμιά φωτογραφία από κανένα Πακιστανό δεν πας να το δεχθείς.”</p>	<p>40 1. “Ε τώρα Γ’ λυκείου το chat. Δεν μπορείς να είσαι τόσο χρόνο όσο στις βιντεοκλήσεις. Στο chat απαντάς μεμονωμένα.”. 2. “Ε καμιά φορά την εβδομάδα.” (Σχετικά με το πόσο συχνά μπαίνει στο προφίλ των φίλων της). 3. “Ναι, γιατί πολλές φορές δημιουργούνται παρεξηγήσεις και τέτοια γιατί δεν καταλαβαίνεις το ύφος του άλλου μέσα απ’ τα μηνύματα.”. 4. “Ναι.” (Χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ όταν θέλει να πλησιάσει φιλικά ή συναισθηματικά κάποιο άτομο). 5. “Για να μιλάμε, να βλέπω την καθημ..., πώς να το εξηγήσω; Ε, ας πούμε για να προσεγγίσω κάποιον θα του πω για να βλέπω τι κάνεις, να μαθαίνω τα νέα σου...”. 6. “Δια ζώσης.” (Νιώθει μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση). 7. “Δια ζώσης. Ε, με τα μηνύματα κι αυτά δεν το έχω να εκφράζομαι.”</p>
<p>ΚΑΜΑ1</p>	<p>41 1. “Ναι, έχω σε 2, στο Tik Tok και στο Instagram.”. 2. “Πιστεύω ότι είναι πιο έγκυρες οι πηγές απ’ τα παραδοσιακά αλλά επειδή δεν με βολεύει τόσο πολύ με το ωράριο που έχω κοιτάω περισσότερο στα social media. Ναι, είναι βασικά πιστεύω πιο γρήγορο γιατί απλά πατάω ένα κουμπί και μου εμφανίζεται.”. 3. “Ναι, πιστεύω ότι το έχουν αναλύσει περισσότερο.” (Τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης).</p>	<p>42 1. “Πιστεύω πιο συχνά χρησιμοποιώ το Tik Tok.”</p>	<p>43 1. “Αρκετές φορές, ναι, στο Instagram, μιλάμε πολύ συχνά ναι, και για αρκετό διάστημα.” (Χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για την καθημερινή της επικοινωνία με τους φίλους της). 2. “Όχι τόσο πολύ γιατί δεν ασχολούνται πολύ οι γονείς μου. Λίγο με τον αδελφό μου.”. 3. “Με τους συμμαθητές μου, ναι, καθημερινά, ασχολούμαστε περισσότερο, ανταλλάσσουμε μηνύματα για τα μαθήματα.”. 4. “Από σχολείο, φιλικό, φροντιστήρια, γενικά..” (Σχετικά με το από πού προέρχονται οι διαδικτυακοί της φίλοι). 5. “Όχι, δεν το έχω πολύ αυτό γιατί δεν με ενδιαφέρει κιάλας πολύ το ποιον θα ακολουθώ.” Σχετικά με το αν στέλνει αιτήματα φιλίας σε αγνώστους). 6. “Όχι, βασικά τα φοβάμαι λίγο για να πω την αλήθεια και τα αποφεύγω αυτά.” (Σχετικά με το αν αποδέχεται</p>	<p>44 1. “Πιστεύω είναι αναλόγως την κατάσταση, άμα είναι να συζητήσουμε για κάτι περιπτό, αστείο, μέσω με μηνύματα, άμα είναι λίγο πιο σοβαρό μέσω κλήσης.”. 2. “Δεν είναι ότι μπαίνω μέσα στο προφίλ τους, έτσι όπως βγάζει το Instagram τα stories από εκεί πέρα θα κοιτάζω.”. 3. “Δεν πιστεύω ότι θα με επηρεάσει τόσο πολύ το ότι έχουν διαφορετική άποψη, δεν με νοιάζει πολύ.”. 4. “Και πάλι άμα είναι γνωστός μου και έχω μάθει απ’ τη φίλη μου, ναι, θα..Ναι, πιστεύω ότι είναι απλά μια δευτερεύουσα, ένα δευτερεύον πράγμα στο να...” (σχετικά με το αν χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για να πλησιάσει φιλικά ή συναισθηματικά κάποιον). 5. “Στην αρχή όταν δεν τους ξέρω καλά υποθέτω απλά πατάω ένα like να δείξω ότι ενδιαφέρομαι για κάποια πράγματα κι ότι ενδιαφέρομαι γι’ αυτό το άτομο και στη συνέχεια</p>

			<p>αιτήματα φιλίας από αγνώστους). 7. “Δεν μπαίνω καθόλου σε αυτή τη διαδικασία.” (Σχετικά με το εάν θα επηρεαστεί από μία φωτογραφία προφίλ ενός αγνώστου σε περίπτωση που δεχτεί κάποιο αίτημα φιλίας).</p>	<p>μπορεί να στείλω μήνυμα.”. 6. “Φυσικά στη δια ζώσης επαφή γιατί δεν πιστεύω ότι μπορείς να καταλάβεις πολύ τα συναισθήματα μέσω μηνυμάτων.” (Σχετικά με το πότε νιώθει μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση). 7. “Συνήθως προτιμάω να εκφράζομαι συναισθηματικά στη ζωή μου γενικά και όχι στα social media. Αν και μπορεί κάποιες φορές άμα δεν νιώσω καλά να στείλω μήνυμα στη φίλη μου που όμως έχουμε έναν Α δεσμό μαζί.”. 8. “Εγώ συνήθως λύνω τα προβλήματα δια ζώσης γιατί πιστεύω ότι θα γίνουν περισσότερες παρεξηγήσεις μέσω μηνυμάτων.”</p>
KZΔΑ1	<p>45 1. “Ναι, στο TikTok. Ναι, Instagram και αυτά δεν έχω.”. 2. “Ανάλογα, και απ’ τα δύο. Αλλά, ναι, δεν είμαι πολύ μέσα στα πράγματα.”. 3. “Δηλαδή, δεν το χρησιμοποιώ τόσο για να μαθαίνω κουτσομπολιάς πούμε.” (Σχετικά με το πώς χρησιμοποιεί το διαδίκτυο). 3. “Πιο πολύ για την ψυχαγωγία.” (Επιλέγει τα παραδοσιακά Μ.Μ.Ε.). 4. “Όχι, γιατί έχουν όχι μόνο fake news, όλα είναι λάθος θεωρητικά.” (Σχετικά με την εγκυρότητα και την αξιοπιστία των ΜΚΔ).</p>	<p>46 1. “TikTok”.</p>	<p>47 1. “Ναι, να πω την αλήθεια, απλά όχι τόσο πολύ.” (Σχετικά με το εάν χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για την επικοινωνία με τους φίλους της). 2. “Όχι, απ’ το τηλέφωνο συνήθως.” (Σχετικά με το εάν επικοινωνεί μέσω ΜΚΔ με την οικογένειά της). 3. “Ούτε, δεν είμαι ούτε στην ομαδική επειδή δεν έχω Instagram.” (Σχετικά με το εάν επικοινωνεί μέσω ΜΚΔ με τους συμμαθητές της). 4. “Ε, απ’ το φιλικό μου περιβάλλον και μπορεί και απ’ το σχολείο κάποιοι.” (Σχετικά με το χώρο από τον οποίο προέρχονται οι διαδικτυακοί της φίλοι). 5. “Όχι.” (Δε στέλνει αιτήματα φιλίας σε αγνώστους). 6. “Όχι.” (Δεν αποδέχεται αιτήματα φιλίας από αγνώστους). 7. “Προφανώς, για ποιο λόγο πρώτον να αποδεχθώ κάποιον που δεν ξέρω καν το όνομά του και δεύτερον γιατί να κάνω αίτημα σε κάποιον που δεν ξέρω.”</p>	<p>48 1. “Νομίζω κλήσεις. Ναι, τηλεφωνικές.” (Ο τρόπος με τον οποία προτιμά να επικοινωνεί). 2. “Καθόλου, δεν με αφορά τι κάνουν στη ζωή τους.” (Σχετικά με το αν παρακολουθεί τις αναρτήσεις των διαδικτυακών φίλων της). 3. “Νομίζω θα το σχολιάσω, δηλαδή θα κάνω μια συζήτηση για να του πω ότι ας πούμε ότι κάτι με ενόχλησε, δεν μου άρεσε ή έχω αντίθετη άποψη αλλά μέχρι εκεί. Αν δω ότι δεν καταλαβαίνει, θα τον σταματήσω.”. 4. “Ναι, σε κάποιο βαθμό επηρεάζεται.” (Επηρεάζεται η σχέση της με τους φίλους της από τις αναρτήσεις που ανεβάζουν στα ΜΚΔ). 5. “Όχι, κυριολεκτικά όχι.” (Δε χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για να πλησιάσει συναισθηματικά ή φιλικά κάποιο άτομο). 6. “Δια ζώσης, είναι πολύ cringy τα social.”. (Σχετικά με το πού νιώθει μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση). 7. “Δια ζώσης.” (Σχετικά με το πού εκφράζει πιο εύκολα τα συναισθήματά της). 8. “Αυτονόητα, δια ζώσης. Δεν μπορώ εγώ να μιλάω μέσω των social, μου φαίνεται πολύ περίεργο.” (Σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο</p>

				<p>επιλέγει να επιλύσει κάποιο πρόβλημα που προέκυψε). 9. “Ναι, εγώ θέλω να κουιέμαι, να μιλάω, δεν μπορώ έτσι...”. 10. “Ναι, είναι και το TikTok απλά από το Instagram κουτσομπολεύεις πιο πολύ. Δηλαδή υπάρχουν και αυτές οι κόντρες, και τι ανέβασε ο ένας, τι ανέβασε ο άλλος, θα ψάξεις το προφίλ του άλλου, ενώ στο TikTok δε γίνεται τόσο πολύ αυτό.”.</p>
KZKB3	<p>49 1. “Στο Instagram, στο Messenger, Facebook, σ’ αυτά.” 2. “Και σ’ αυτό, ναι. Το ξέχασα, ναι.” (Εννοεί το Tik Tok). 3. “Παλιά όταν δεν είχα κινητό έβλεπα από εφημερίδες, περιοδικά και τέτοια, και από τηλεόραση αλλά πλέον που έχω, δεν τα χρησιμοποιώ καθόλου.”. 4. “Δεν ξέρω, απλά νιώθω πιο άνετα με το κινητό μου και δεν τα πολυπιστεύω πλέον, εφημερίδες κλπ.”. 5. “Η αλήθεια είναι πως ούτε αυτά είναι πολύ έμπιστα.” (Εννοεί τα ΜΚΔ). 6. “Νομίζω είναι το ίδιο.” (Τα παραδοσιακά και τα ΜΚΔ όσον αφορά την εγκυρότητα και την αξιοπιστία τους).</p>	<p>50 1. “Το Instagram θα πω, ναι, για να μιλάω με τους φίλους μου.”</p>	<p>51 1. “Ναι.” (Χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για την επικοινωνία με τους φίλους της). 2. “Ναι, και με την οικογένεια.”. 3. “Μ’ όλους ναι”. (Χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για την επικοινωνία της και με τους συμμαθητές της). 4. “Από το σχολείο, ναι.” (Σχετικά με το από πού προέρχονται οι διαδικτυακοί φίλοι της). 5. “Ναι, και από οικογένεια.”. 6. “Ναι” (και από το φιλικό της περιβάλλον). 7. “Ναι, το κάνω.” (Στέλνει αιτήματα φιλίας σε αγνώστους). 8. “Ανάλογα. Άμα τους βλέπω δηλαδή ότι είμαστε ίσα, ναι αλλά άμα είναι πολύ μεγαλύτεροι από μένα δεν τους αποδέχομαι φυσικά.” (Σχετικά με το αν αποδέχεται αιτήματα φιλίας από αγνώστους). 9. “Αρκετά. Άμα φαίνεται λίγο περίεργη, δεν θα το δεχθώ.” (Όσον αφορά στην φωτογραφία προφίλ ενός αγνώστου που της κάνει αίτημα φιλίας).</p>	<p>52 1. “Νομίζω το chat. Μ’ αρέσουν τα τηλέφωνα αλλά πιο πολύ chat...”. 2. “Με το που μπαίνω στο Instagram, ας πούμε, το βλέπω.” (Σχετικά με το πόσο συχνά μπαίνει στο προφίλ των φίλων της για να ενημερώνεται για την καθημερινότητά τους). 3. “Μπορεί κι αυτό να το κάνω, ναι. Πολύ πιθανό.” (Δεν βλέπει μόνο το newsfeed, αλλά μπαίνει και στο προφίλ των φίλων της). 4. “Ναι, μπορεί. Ναι, ναι, ναι.” (Σχετικά με το εάν επηρεάζεται η σχέση της με κάποιον διαδικτυακό της φίλο από τις αναρτήσεις του). 5. “Ε ναι. Δηλαδή είναι ένα πολύ εύκολο μέσο πλέον οπότε...”. (Σχετικά με το αν χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για να πλησιάσει φιλικά ή συναισθηματικά κάποιο άτομο). 6. “Στη διαζώσης..Γιατί στα social πρέπει να βλέπεις και τον άλλο από κοντά, να μιλάτε από κοντά ενώ...” (σχετικά με το πού νιώθει μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση). 7. “Είναι φυσικά πιο εύκολο απ’ τα social αλλά εγώ προτιμώ διαζώσης.” (Σχετικά με το πού εκφράζει πιο εύκολα τα συναισθήματα της). 8. “Όπως είπα και πριν θέλω να βλέπω τον άλλο, να βλέπω τις αντιδράσεις του.”. 9.</p>

				<p>“Από κοντά βέβαια. Όπως και πριν προτιμώ να βλέπω τις αντιδράσεις τους και να συζητάμε από κοντά.” (Σχετικά με το πού προτιμάει να επιλύει κάποια πρόβλημα).</p>
ΚΚΚΒ3	<p>53 1. “Instagram, Facebook, βασικά σχεδόν σε όλα, Snapchat, TikTok, τι άλλο; Εντάξει τώρα Viber, Messenger κ αυτά είναι...”. 2. “Ε, διαδίκτυο.” (Το προτιμάει για την ενημέρωση της σε σχέση με τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης). 3. “Γιατί είναι πιο εύκολο, είναι πιο προσβάσιμα και έτσι έχουμε συνηθίσει η νέα γενιά.”. 4. “Αναλόγως από ποιο προφίλ θα το δω, αναλόγως το πόσα σχόλια έχει, τα like κι όλα αυτά.” (Σχετικά με την εγκυρότητα και την αξιοπιστία των ΜΚΔ).</p>	<p>54 1. “To Instagram.”</p>	<p>55 1. “Ναι.” (Χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ με τους φίλους της). 2. “Ναι.” (Με την οικογένειά της). 3. “Ναι.” (Με τους συμμαθητές της). 3. “Κυρίως από το σχολείο, δραστηριότητες, όλα αυτά.” (Σχετικά με το από πού προέρχονται οι διαδικτυακοί φίλοι της). 4. “Το σόι. Εντάξει ναι, έχει κι από κει λίγους.”. 5. “Ναι.” (Και από το φιλικό της περιβάλλον). 5. “Ε, σπάνια. Μόνο όταν έχουμε κοινούς ακόλουθους ή ξέρω ποιος είναι, φίλος φίλου κλπ.” (Σχετικά με το εάν αποδέχεται αιτήματα φιλίας από αγνώστους). 6. “Όχι.” (Σχετικά με το εάν στέλνει αιτήματα φιλίας σε αγνώστους). 7. “Ε είναι ένα πρώτο μέσο έτσι για να καταλάβεις περί τίνος πρόκειται αλλά εντάξει, συνήθως θες να δεις και τα υπόλοιπα, βιογραφικό κι όλα αυτά που έχει.” (Σχετικά με το εάν επηρεάζεται από τη φωτογραφία προφίλ ενός αγνώστου στο αν τελικά θα αποδεχθεί το αίτημα φιλίας του).</p>	<p>56 1. “Κυρίως chat.” (Σχετικά με τον τρόπο που επιλέγει να χρησιμοποιεί για την επικοινωνία της στα ΜΚΔ). 2. “Όχι πολύ συχνά.” (Σχετικά με τη συχνότητα με την οποία επισκέπτεται τα προφίλ των φίλων της στα ΜΚΔ). 3. “Ε αυτό, κάποιες φορές μες στη βδομάδα κυρίως.”. 4. “Ναι.” (Σχετικά με το εάν επηρεάζεται η σχέση της με κάποιο διαδικτυακό φίλο της σε περίπτωση που συμφωνεί ή διαφωνεί με τις αναρτήσεις του). 5. “Ναι, συνήθως ναι.” (Σχετικά με το εάν χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για να πλησιάσει φιλικά ή συναισθηματικά κάποιο άτομο). 6. “Ε ξέρω γω θα του κάνεις follow, like και τέτοια.” (Σχετικά με τον τρόπο που προσεγγίζει κάποιο άτομο μέσω των ΜΚΔ). 7. “Δια ζώσης.” (Νιώθει μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση). 8. “Δια ζώσης αν και απ’ τα social media έχεις λίγο περισσότερη αυτοπεποίθηση αλλά δια ζώσης. Ε μερικές φορές ναι, γιατί κρύβεσαι πίσω από ένα προφίλ.” (Σχετικά με το πού εκφράζει πιο εύκολα τα συναισθήματά της). 9. “Κάνεις τον πρόλογο στα social media και τη συνέχεια από κοντά.”.</p>

<p>ΚΚΕΒ3</p>	<p>57 1. “Έχω αρκετά, στο Instagram, TikTok, αυτά.”. 2. “Στο διαδίκτυο. Νομίζω βρίσκονται πιο εύκολα και έχει περισσότερες πληροφορίες”. 3. “Ανάλογα την πηγή, όχι πάντα.” (Σχετικά με την εγκυρότητα και την αξιοπιστία των ΜΚΔ). 4. “Τα περιοδικά νομίζω. Ναι.” (Είναι πιο αξιόπιστα τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης και επικοινωνίας κατά τη γνώμη της σε σχέση με τα ΜΚΔ).</p>	<p>58 1. “To Instagram.”</p>	<p>59 1. “Ναι.” (Χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για την επικοινωνία με τους φίλους της). 2. “Ναι” (Χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για την επικοινωνία με την οικογένειά της). 3. “Ναι” (Χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για την επικοινωνία με τους συμμαθητές της). 4. “Έ απ’ το σχολείο, φροντιστήριο, δραστηριότητες, οικογένεια.” (Σχετικά με το από πού προέρχονται οι διαδικτυακοί της φίλοι). 5. “Ε, καμιά φορά ναι.” (Σχετικά με το εάν στέλνει αιτήματα φιλίας σε αγνώστους). 6. “Ανάλογα ποιος είναι.” (Σχετικά με το εάν αποδέχεται αιτήματα φιλίας από αγνώστους). 7. “Αρκετά.” (Σχετικά με το πόσο επηρεάζεται από τη φωτογραφία προφίλ ενός αγνώστου στο εάν θα αποδεχθεί ένα αίτημα φιλίας).</p>	<p>60 1. “Νομίζω όχι.” (Σχετικά με το αν επηρεάζεται η συμπεριφορά της απέναντι σε κάποιο φίλο της από τις αναρτήσεις του στα ΜΚΔ). 2. “Ναι, κάποιες φορές.” (Σχετικά με το αν χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για να πλησιάσει φιλικά ή συναισθηματικά κάποιο άτομο). 5. “Στέλνοντας μήνυμα.”. “Δια ζώσης.” (Νιώθει μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση). 6. “Δια ζώσης.”. (Εκφράζει πιο εύκολα τα συναισθήματά της). 7. “Νομίζω είναι πιο εύκολο γιατί βλέπεις και τις αντιδράσεις του άλλου οπότε, ναι, γι’ αυτό.”. 8. “Δια ζώσης.” (Σχετικά με το πώς επιλέγει να επιλύσει κάποιο πρόβλημα που έχει προκύψει).</p>
<p>ΚΜΗΑ3</p>	<p>61 1. “Έχω και στο Instagram, στο Snapchat, στο Facebook και στο Messenger. Το Facebook και το Messenger δεν ήταν δικιά μου επιθυμία, ήταν επιθυμία ενός προγράμματος στο Erasmus οπότε δεν το χρησιμοποιώ καθημερινά, παρ’ όλ’ αυτά υπάρχει και μετά δεν ξέρω αν θεωρείται το Viber και TikTok.”. 2. “Ε, μου αρέσει πιο πολύ από την τηλεόραση να κάθομαι να ακούω ειδήσεις ή τις πρωινές εκπομπές ας πούμε για πιο έτσι κουτσομπολιά και celebrity αλλά σίγουρα μπαίνω και στο google πολλές φορές και βγάζει και από μόνο του το discover που σου δείχνει τα πιο πρόσφατα γεγονότα που συνέβησαν, οπότε...”. 3. “Ναι, το πρωί που ξυπνάω, η οικογένειά μου</p>	<p>62 1. “To TikTok.”</p>	<p>63 1. “Ναι, το χρησιμοποιώ καθημερινά.” (Σχετικά με το εάν χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για την επικοινωνία με τους φίλους της). 2. “Και με την οικογένειά μου.”. 3. “Και με τους συμμαθητές μου.”. 3. “Απ’ το χώρο του σχολείου και του φιλικού μου περιβάλλοντος. Ναι, μετά η οικογένεια.” (Σχετικά με το από ποιους χώρους προέρχονται οι διαδικτυακοί φίλοι της). 4. “Όχι, ποτέ.” (Σχετικά με το εάν στέλνει αιτήματα φιλίας σε αγνώστους). 5. “Ε, σπάνια. Θα πρέπει δηλαδή, πάντα διασταυρώνω αν κάποιος τον γνωρίζω, τί είναι, ποιος είναι και σίγουρα αν δω ξένο όνομα και δεν τον ξέρω καθόλου και είναι ένας από άλλη χώρα δεν κάνω ποτέ ή μεγαλύτερης ηλικίας.” (Σχετικά με το εάν αποδέχεται αιτήματα φιλίας από αγνώστους). 6. “Πάρα πολύ μετράει, είναι πολύ σημαντικό, παίζει μεγάλο ρόλο για μένα, πάντα βλέπω ποιος είναι</p>	<p>64 1. “Προτιμώ, βασικά δεν χρησιμοποιώ πολύ τη βιντεοκλήση και την κλήση μέσω των social media, προτιμώ έτσι την κανονική κλήση απ’ το τηλέφωνο.”. 2. “Προτιμώ ναι, κυρίως τα μηνύματα, το chat.”. 3. “Ε, όχι.” (Σχετικά με το εάν επηρεάζεται η σχέση της με κάποιον φίλο της εξαιτίας των αναρτήσεών του στα ΜΚΔ). 4. “Όχι, σπάνια. Μ’ αρέσει πιο πολύ να είμαστε face to face, δεν μπορώ.” (Σχετικά με το εάν χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για να πλησιάσει κάποιο άτομο φιλικά ή συναισθηματικά). 5. “Πιστεύω στη δια ζώσης επαφή, στη δια ζώσης επαφή ναι.” (Σχετικά με το πόσο νιώθει μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση). 6. “Στη δια ζώσης γιατί μπορούν να δουν και το πρόσωπό μου και ακριβώς την έκφρασή μου, πολλές φορές παραποιώ την έκφρασή μου στα social media όταν μιλάμε με chat ή αλλιώς όταν κάνω σχόλιο, θα πω λιγότερα πράγματα ίσως και πιο έτσι κοφτά και συμμαζεμένα.” (Σχετικά με</p>

	<p>συνήθως ανοίγουμε τηλεόραση να δούμε ειδήσεις είτε να δούμε πρωινή εκπομπή και μετά το βράδυ μπορεί να πετύχω πάλι τις ειδήσεις. Δεν θα δω για πάρα πολύ ώρα, γιατί με ψυχοπλακώνει αλλά για λίγο ναι.”. 4. “Πρέπει να προσέχουμε πάρα πολύ από πού, ποιος είναι ο πομπός αυτής της πληροφορίας, άμα είναι έγκυρη πηγή ή όχι.” (Σχετικά με την εγκυρότητα και την αξιοπιστία των ΜΚΔ).</p> <p>5. “Αυτές της κυβέρνησης, κάποιας εφημερίδας πολύ γνωστής που έχει κάνει και ιστοσελίδες και είναι εδώ και χρόνια υπάρχει, αυτό, ναι.”</p>		<p>γιατί καταλαβαίνω την ηλικία του, ίσως με τι ασχολείται, να τον ξέρω μπας και τον έχω δει, τον σκανάρω κάπως, κατά μία έννοια.”</p>	<p>το πού εκφράζει καλύτερα τα συναισθήματά της). 7. “Πάλι τη δια ζώσης, δε γίνεται στα social media να λυθεί ένα πρόβλημα.”</p>
ΚΝΛΓ3	<p>65 1. “Ναι, στα περισσότερα.” (Διατηρεί λογαριασμούς στα ΜΚΔ). 2. “Το διαδίκτυο γιατί μερικές φορές δε θέλω να μαθαίνω άσχημα νέα, μόνο αυτά που μ’ ενδιαφέρουν.”. 3. “Άμα είναι κάτι που μ’ ενδιαφέρει πολύ θα το ψάξω κι από άλλα, κι από άλλες σελίδες για να μάθω αν όντως είναι έγκυρο.”. 4. “Αξιόπιστο; Το διαδίκτυο.”. 5. “Αν και μπαίνω και στην τηλεόραση, σχεδόν το ίδιο είναι.”.</p>	<p>66 1. “Πιο συχνά το Instagram και το Snapchat.” 2. “Ναι, το βράδυ κυρίως. Για να περνάει η ώρα και να κοιμηθώ.” (Εννοεί το TikTok).</p>	<p>67 1. “Ναι.” (Χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για να επικοινωνεί με τους φίλους της). 2. “Όχι, δεν.” (Σχετικά με το εάν χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για να επικοινωνεί με την οικογένειά της). 3. “Όχι, με συγκεκριμένους μιλάω.” (Σχετικά με το εάν χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για να επικοινωνεί με τους συμμαθητές της). 4. “Εγώ έχω αρκετούς που είναι και άγνωστοι ή που έχουμε ένα γεια.” (Σχετικά με το χώρο από τον οποίο προέρχονται οι διαδικτυακοί φίλοι της). 5. “Όχι.” (Σχετικά με το εάν στέλνει αιτήματα φιλίας σε αγνώστους). 6. “Όχι. Άμα είναι κάποιος που τον ξέρω εμφανισιακά και τον βλέπω έξω συχνά, θα το αποδεχτώ.” (Σχετικά με το εάν αποδέχεται αιτήματα φιλίας από αγνώστους).</p>	<p>68 1. “Το chat.” (Σχετικά με τον τρόπο που επιλέγει να επικοινωνήσει μέσω των ΜΚΔ). 2. “Κάθε μέρα σχεδόν.” (Σχετικά με το πόσο συχνά επισκέπτεται τα προφίλ των διαδικτυακών φίλων της). 3. “Τις περισσότερες φορές ναι, άμα είναι να διαφωνήσω, δηλαδή αν έχει, πιστεύω ότι είναι λάθος για μένα, δεν θα προσπαθήσω να τον κάνω και φίλο μου.” 4. “Ναι. Είτε θα ανεβάσω κάποια σπόντα, ενώ έχουμε αρχίσει να μιλάμε ή θα ανεβάσω κι εγώ κάτι ώστε να έχω ανταπόκριση, κάνα like.” (Σχετικά με το εάν χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για να πλησιάσει κάποιο άτομο φιλικά ή συναισθηματικά). 5. “Δια ζώσης.” (Σχετικά με το πού νιώθει μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση). 6. “Δια ζώσης.” (Σχετικά με το πού εκφράζει πιο εύκολα τα συναισθήματά της). 7. “Από social media για να κάτσω να το σκεφτώ. Να το σκεφτώ ωραία στο μυαλό μου ώστε να το διατυπώσω στους άλλους, να το καταλάβουν, μην τα ‘χω μπερδεμένα.” (Σχετικά με το πώς επιλέγει</p>

				να επιλύσει ένα πρόβλημα που έχει προκύψει).
ΚΣΜΒ2	<p>69 1. “Έχω στο Instagram, έχω στο Viber, έχω και Messenger και Facebook αλλά δεν τα χρησιμοποιώ, τα είχα κάνει όταν ήταν η τηλεκπαίδευση για να κάνω μάθημα με την καθηγήτριά μου...”. 2. “Ναι, αλλά δεν ανεβάζω, απλά χαζεύω.”. 3. “Ε, σίγουρα αναγνωρίζω ότι το διαδίκτυο στις μέρες μας έχει επιβληθεί με ένα τρόπο και εντάξει, ίσως και καλά έκανε, είναι πιο εύκολη η ενημέρωση και όλ’ αυτά. Εγώ είμαι λίγο χαζορομαντική οπότε θα διάβαζα άνετα μια εφημερίδα, ένα περιοδικό, θα ανοίξω το ραδιόφωνο, δηλαδή είμαι ικανή...”. 4. “Ναι, απλά, κακά τα ψέματα μου είναι πολύ πιο εύκολο να μπω... Ή θα δω ένα δελτίο ειδήσεων αλλά είναι υπερβολικά, σε άλλο βαθμό πιο εύκολο.”. 5. “Όχι πάντα, γιατί στις μέρες μας είναι πάρα πολύ εύκολο οποιοσδήποτε να κάνει μια ανάρτηση, ένα post και δεν ξέρω, να έχει μια ψευδή είδηση, αυτό μπορεί να το κάνει οποιοσδήποτε, κι εγώ δηλαδή μπορώ τώρα ξαφνικά στο Facebook να αναρτήσω κάτι,</p>	<p>70 1. “Κακά τα ψέματα το Instagram.” 2. “Ναι, το TikTok για εμένα εντάξει, ας πούμε έχει κάποια βιντεάκια που τα θεωρώ χρήσιμα. Εγώ έχω βρει ας πούμε συνταγές μέχρι, δεν ξέρω, πώς μπορώ να επιδιορθώσω ένα ρούχο αλλά είναι και για διασκέδαση, για προώθηση φαντάζομαι βοηθάει τον κόσμο.”.</p>	<p>71 1. “Ναι, αν και προτιμώ την άμεση επικοινωνία.” (Σχετικά με το αν χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για την επικοινωνία της με τους φίλους της). 2. “Σίγουρα, δηλαδή, αν, δεν ξέρω, αν η μαμά σχολάει, γιατί η μαμά δουλεύει πάρα πολλές ώρες και ο μπαμπάς, άμα σχολάει αργότερα θα στείλει ένα μήνυμα.” (Χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ και για την επικοινωνία με την οικογένειά της). 3. “Ναι, προφανώς.” (Χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για την επικοινωνία με τους συμμαθητές της). 4. “Κυρίως με φίλους, μετά είναι σίγουρα αρκετά πρόσωπα της οικογένειάς μου, ακολουθούν κοινοί γνωστοί, παιδιά απ’ το σχολείο. Από δραστηριότητες που μπορεί να είμαι.” (Σχετικά με το από ποιον χώρο προέρχονται συνήθως οι διαδικτυακοί της φίλοι). 5. “Σε εντελώς αγνώστους, όχι. Πώς να το εξηγήσω τώρα; Μπορεί να είναι μία, η γνωστή μιας φίλης μου, μια κοπέλα που την έχω συναντήσει μία φορά, σίγουρα θα ελέγξω αν έχω κοινούς φίλους και μάλιστα θέλω να έχω από ένα συγκεκριμένο αριθμό και πάνω για να νιώθω πιο ασφαλής εγώ. Είμαι λίγο επιφυλακτική μ’ αυτά.” (Σχετικά με το εάν στέλνει αιτήματα φιλίας σε αγνώστους). 6. “Ναι, αν</p>	<p>72 1. “Βιντεοκλήσεις ή τηλέφωνο, τα μηνύματα είναι πολύ απρόσωπα και τα βαριέμαι κιάλας γιατί εντάξει, από ένα σημείο και μετά δεν μπορείς να καταλάβεις τι εννοεί ο άλλος άμεσα κι εγώ μπορεί να θέλω να πειράξω μια φίλη μου ή ένα φίλο μου και μετά να βρεθούμε μπροστά σε μια παρεξήγηση που δεν ήτανε...”. 2. “Όχι ιδιαίτερα συχνά.” (Σχετικά με το πόσο συχνά ενημερώνεται για την καθημερινότητα των φίλων της από το προφίλ τους στα ΜΚΔ). 3. “Ναι. Εντάξει κιάλας, για παράδειγμα αν θέλουν, οι κοντινοί μου τουλάχιστον να ανεβάσουν κάτι σίγουρα θα μου το πούνε νωρίτερα, σίγουρα, το συνηθίζουν οπότε...”. 4. “Ίσως έως ένα βαθμό να την επηρεάσει αλλά σε ειδικές περιπτώσεις. Τώρα εντάξει, έχω παράδειγμα να δώσω. Πιο παλιά έκανα παρέα με μια κοπέλα που, κακώς εμένα αν με ρωτάτε, δεν έπρεπε, τέλος πάντων, τίποτα δεν είναι, από παντού κάτι αποκομίζουμε, η οποία εγώ δεν θεωρώ ότι υπάρχει προκλητικό και μη προκλητικό απλά ανέβαζε φωτογραφίες από ντάξει, ήτανε, δεν ήτανε, εγώ δεν ανέβαζα τέτοιες και με είχε ρωτήσει την άποψή μου για κάποιες και της είχα πει ότι εγώ προσωπικά δεν θα τις ανέβαζα και μου είχε πει «Δε θέλω να φαίνομαι προκλητική» κι αυτά και το περιεχόμενο ήτανε γυμνό.</p>

	<p>ωστόσο αυτό δε σημαίνει κι ότι οτιδήποτε διαβάζουμε είναι λάθος. Μπορεί να είναι μια προώθηση από κάποιο άλλο site, απλά αυτό που έχω καταλάβει με τα χρόνια είναι ότι πχ. στην τηλεόραση συνήθως οι ειδήσεις είναι πιο έγκυρες γιατί από πίσω έχουν ελέγξει...”. 6. “Ναι, και δεν νομίζω κιόλας και οι εφημερίδες και τα δελτία ειδήσεων να ρίσκαραν τόσο πολύ, να διακινδύνευαν από μία ανάρτηση που ανέβασε ο τάδε...”</p>		<p>ξέρω τον άλλο φυσιογνωμικά τουλάχιστον. Ή τουλάχιστον αν για παράδειγμα έχει τύχει με φίλη μου να βλέπω ότι έχουμε μια κοπέλα κοινή και να τη λέω «Την ξέρεις;» και να μου λέει «Ναι, η κοπέλα από ένα...»” (σχετικά με το εάν αποδέχεται αιτήματα φιλίας από αγνώστους). 7. “Σίγουρα επειδή είναι το μοναδικό, είναι το όνομα και μια φωτογραφία, τα στοιχεία που έχω, θα τη λάβω υπόψη μου, κακά τα ψέματα. Αλλά δε σημαίνει ότι αυτό καθορίζει την ολοκληρωτική γνώμη που θα έχω για αυτόν τον άνθρωπο εφόσον δεν τον έχω γνωρίσει.” (Σχετικά με το αν επηρεάζεται από τη φωτογραφία προφίλ ενός αγνώστου στο εάν θα αποδεχθεί ένα αίτημα φιλίας).</p>	<p>Εγώ δεν θα το ανέβαζα. Βέβαια έχει κάθε δικαίωμα, ας κάνει ό,τι θέλει, δε με αφορά...”. 5. “Ναι, εγώ δεν έκανα παρέα μαζί της για τις φωτογραφίες που ανέβαζε απλά δε συμφωνούσα απόλυτα, δεν, στο τέλος δεν σταματήσαμε τη συναναστροφή μας επειδή ανέβαζε φωτογραφίες...”. 6. “Με επηρέαζε. Δεν μου άρεσε. Και δεν μου άρεσε που μου έλεγε ψέματα.”. 7. “Αναμφίβολα είναι αλλά δεν είναι της προτιμής μου, δηλαδή προτιμώ την άμεση επικοινωνία, θέλω να βλέπω τον άλλο, να μπορώ να έχω μία αλληλεπίδραση. Ωστόσο, φαντάζομαι ότι στα χρόνια της πανδημίας ήτανε πολύ καλό μέσο...” (σχετικά με το εάν χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για να πλησιάσει φιλικά ή συναισθηματικά κάποιο άτομο). 8. “Κι εντάξει, κακά τα ψέματα, θεωρώ ότι κι απ’ το προφίλ κάποιου μαθαίνεις πράγματα. Βλέπεις φωτογραφίες αν έχουν. Εγώ ας πούμε δεν έχω. Έχω μόνο stories , δεν έχω αναρτήσεις.” 9. “Στη διαζώσης.” (Σχετικά με το πότε νιώθει μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση). 10. “Σίγουρα στη διαζώσης. Εκεί μπορείς να εκφραστείς πιο ελεύθερα, δεν ξέρω, στα μηνύματα μπορεί εγώ να γράφω ένα μήνυμα σε κάποιον και να ’ναι εντελώς ψευδές, μπορεί εγώ εκείνη τη στιγμή να εκφράζομαι, ξέρω γω, να κλαίω αλλά δεν το εννοώ αυτό που στέλνω οπότε θέλω να είμαι όντως αληθινή και ειλικρινής, σφείλω να...”. 11. “Επιλέγω να το λύνω διαζώσης. Ωστόσο, αναγνωρίζω ότι όταν κάποιος μένει μακριά, όταν υπάρχει μια απόσταση ή δεν είναι εύκολο στο άμεσο, στο κοντινό μέλλον να υπάρξει μία συνάντηση, θα επιλέξω...”. 12. “Δεν θα το έκανα με μηνύματα, θα το έκανα με τηλέφωνο ή με βιντεοκλήση.”</p>
--	--	--	--	---

<p>ΚΤΣΑ4</p>	<p>73 1. “Έχω στο Snapchat και στο Instagram.” 2. “Γενικά δεν ξέρω κατά πόσο θεωρείται ενημέρωση, δηλαδή μπορεί να ψάξω κάτι συγκεκριμένο ή μπορεί να μου έχουν πει κάτι και να το ψάξω, αν το ψάξω θα το ψάξω στο Google.” 3. “Θεωρώ γενικά ότι δεν είναι τόσο έγκυρα και δεν τα εμπιστεύομαι τόσο εύκολα, δηλαδή θα πρέπει να ξέρω αρκετά με ποιον μιλάω και να ‘μαι πολύ σίγουρη ότι μιλάω με το σωστό άτομο, θα το συγκρίνω ότι ακολουθώ αυτό το άτομο και είναι αυτός αλλά γενικά όχι, δεν τα εμπιστεύομαι.”</p>	<p>74 1. “Ανάλογα. Στο Snapchat είναι ένα συγκεκριμένο σαν παιχνίδι ας πούμε το οποίο αναγκαστικά πρέπει να μπαίνεις μέσα κάθε μέρα αλλά μπαίνω μια φορά τη μέρα ας πούμε. Στο Instagram μπαίνω πιο συχνά, ενημερώνομαι τι γίνεται και...”</p>	<p>75 1. “Ναι.” (Σχετικά με το εάν χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για την επικοινωνία με τους φίλους της). 2. “Όχι τόσο. Περισσότερο απ’ το τηλέφωνο δηλαδή.” (Σχετικά με το εάν χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για την επικοινωνία με την οικογένειά της). 3. “Επίσης, όχι απ’ το τηλέφωνο, από social media.” (Σχετικά με το εάν χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για την επικοινωνία με τους συμμαθητές της). 3. “Οι περισσότεροι είναι είτε από το φιλικό, είτε από δω, απ’ το σχολείο αλλά θα πρέπει να τους γνωρίζω, αυτό.” 4. “Όχι, ποτέ. Δεν μπορώ. Νιώθω άβολα μόνο που κοιτάνε το προφίλ μου. Όχι, ποτέ δεν θα μπορέσω να το κάνω αυτό.” (Σχετικά με το αν στέλνει αιτήματα φιλίας σε αγνώστους).</p>	<p>76 1. “Το chat ή το τηλέφωνο.” 2. “Δεν θα μπω ποτέ να το δω αυτό. Αν μου το βγάλει δηλαδή...” (σχετικά με το πόσο συχνά μπαίνει στο προφίλ των φίλων της για να μάθει τα νέα τους). 3. “Δεν ξέρω ακριβώς αν θα μπορούσα. Δεν επηρεάζεται, μπορεί να σχολιάσω κάτι, δεν θα είναι απαραίτητα κακό, αλλά μπορεί να το κάνω έτσι για πλάκα ρε παιδί μου κι αν μου πει ότι δεν του αρέσει, θα ‘μαι σε φάση τότε οκ, απλά κάνω πλάκα. Οπότε δεν θα το πω κάπως έτσι σαν κακό.” (Σχετικά με το εάν επηρεάζεται η σχέση της με κάποιον φίλο της εξαιτίας των αναρτήσεών του στα ΜΚΔ). 4. “Όχι, ποτέ. Σαν αντικοινωνικός άνθρωπος που είμαι, είναι δύσκολο.” (Σχετικά με το εάν χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για να πλησιάσει κάποιο άτομο φιλικά ή συναισθηματικά). 5. “Δια ζώσης αλλά εντάξει, τα social media τα θεωρώ ότι είναι κάτι αναγκαστικό, δηλαδή με τηλέφωνο δεν θα πάρω ποτέ γιατί δεν ξέρω τί κάνει ο άλλος εκείνη την ώρα, οπότε μόνο από μήνυμα και όταν μπορέσει θα μου απαντήσει.” (Σχετικά με το πού νιώθει μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση). 6. “Θεωρώ γενικά ότι δεν θα τα εκφράσω τα συναισθήματά μου εύκολα σε κάποιον άλλο που δεν ξέρω οπότε μέσω μηνυμάτων κι αυτά δε θεωρώ ότι είναι κάτι. Είναι κάτι τελείως άψυχο οπότε δεν θα καταλάβει κάποιος αν είμαι καλά εκείνη την ώρα ή όχι, οπότε δια ζώσης μάλλον.” 7. “Α δεν μπορώ απ’ τα social media. Νιώθω ότι απλά ο άλλος έχει το χρόνο να σκεφτεί το στιδήποτε, κάποια δικαιολογία ας πούμε αν είναι, προτιμώ από κοντά κι εκείνη τη στιγμή, για να καταλάβω σίγουρα αν λέει ας πούμε ψέματα ή αλήθεια αντίστοιχα.” (Σχετικά με το πώς επιλέγει να επιλύσει</p>
--------------	--	---	---	--

				κάποιο πρόβλημα που έχει προκύψει).
ΚΩΔΙΚΟΙ:	1. Προτίμηση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ για την ενημέρωση και την επικοινωνία των εφήβων	1. Το Instagram είναι δημοφιλές ΜΚΔ	1. Επιρροή από τους συνομιλήκους (κοινός κωδικός με το 2ο Ερευνητικό Υποερώτημα)	1. Χαμηλή συχνότητα επίσκεψης των προφίλ των διαδικτυακών φίλων
	2. Η χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ είναι χαρακτηριστικό της σύγχρονης εποχής	2. Επιρροή από τους συνομιλήκους	2. Δυσπιστία απέναντι σε αιτήματα φιλίας από αγνώστους	2. Επηρεασμός των φιλικών σχέσεων εξαιτίας αναρτήσεων ή συμπεριφορών στα ΜΚΔ
	3. Πληθώρα πληροφοριών στο Διαδίκτυο	3. Το Tik Tok είναι δημοφιλές ΜΚΔ	3. Αποδοχή αιτήματος φιλίας από άγνωστο με την προϋπόθεση, ότι είναι διάσημος	3. Χρήση των ΜΚΔ για προσέγγιση πιθανού-ής συντρόφου
	4. Ευκολία στη χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ	4. Το Messenger είναι δημοφιλές ΜΚΔ	4. Χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ για εκπαιδευτικούς σκοπούς (κοινός κωδικός με το 1ο Ερευνητικό Υποερώτημα)	4. Εκδήλωση ενδιαφέροντος για κάποιο άτομο με αντιδράσεις σε δημοσιεύσεις
	5. Δυσπιστία απέναντι στην πληροφόρηση από τα ΜΚΔ	5. Το Snapchat είναι δημοφιλές ΜΚΔ	5. Αποδοχή αιτήματος φιλίας από άγνωστο υπό την προϋπόθεση, ότι υπάρχουν κοινοί γνωστοί	5. Αυξημένη αυτοπεποίθηση στη δια ζώσης επαφή λόγω καλύτερης επικοινωνίας
	6. Διασταύρωση από πληθώρα πηγών στο Διαδίκτυο	6. Το Twitter είναι δημοφιλές ΜΚΔ	6. Ο ρόλος της εικόνας προφίλ ενός αγνώστου στην αποδοχή ή όχι ενός αιτήματος φιλίας	6. Καλύτερη έκφραση συναισθημάτων στη δια ζώσης επαφή
	7. Συμβίωση με ενήλικες που προτιμούν τα παραδοσιακά ΜΜΕν.	7. Η ενημέρωση από τα ΜΚΔ χαλαρώνει τους εφήβους (κοινός κωδικός με το 1ο	7. Επιθυμία για περισσότερους διαδικτυακούς φίλους	7. Επίλυση προβλημάτων μέσω των ΜΚΔ

		Ερευνητικό Υποερώτημα)		
	8. Η ενημέρωση από τα παραδοσιακά ΜΜΕν. δημιουργεί άγχος και στρες στους εφήβους		8. Η γνώμη των Άλλων επηρεάζει την επιθυμία για περισσότερους διαδικτυακούς φίλους	8. Επίλυση προβλημάτων διά ζώσης
	9. Η ενημέρωση από τα ΜΚΔ χαλαρώνει τους εφήβους		9. Επικοινωνία με το φιλικό περιβάλλον στα ΜΚΔ	9. Οικονομία χρόνου στο Διαδίκτυο (κοινός κωδικός με το 1ο ερευνητικό υποερώτημα)
	10. Οι έφηβοι νιώθουν άνεση με το κινητό τους		10. Επικοινωνία με την οικογένεια στα ΜΚΔ	10. Μη χρήση των ΜΚΔ για προσέγγιση πιθανού-ής συντρόφου
	11. Το διαδίκτυο προσφέρει τη δυνατότητα της επιλογής		11. Επικοινωνία με τους συμμαθητές στα ΜΚΔ	11. Διαχωρισμός πραγματικής ζωής από την εικονική
	12. Οικονομία χρόνου στο Διαδίκτυο		12. Επικοινωνία με άτομα που ανήκουν στις ίδιες κοινωνικές ομάδες/δραστηριότητες	12. Ευκολία στη χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ
	13. Χρήση του Διαδικτύου για εκπαιδευτικούς σκοπούς		13. Αποστολή αιτήματος φιλίας σε αγνώστους	13. Προτίμηση της διά ζώσης προσέγγισης κάποιου ατόμου
	14. Το Διαδίκτυο και τα ΜΚΔ προσφέρουν ελευθερία στους χρήστες		14. Αποδοχή αιτήματος φιλίας από αγνώστους	14. Στα ΜΚΔ δημιουργούνται κόντρες μεταξύ των διαδικτυακών φίλων
	15. Δυσπιστία απέναντι στα παραδοσιακά ΜΜΕν.		15. Αποδοχή αιτήματος φιλίας από άγνωστο υπό την προϋπόθεση, ότι βρίσκεται κοντά στην ηλικία με τον έφηβο	

Σχόλια

Ερευνητικό Ερώτημα 1ο

1. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 11:20:44 πμ

Κωδικοί:

1. Προτίμηση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ για την ενημέρωση και την επικοινωνία των εφήβων
2. Η χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ είναι χαρακτηριστικό της σύγχρονης εποχής
3. Πληθώρα πληροφοριών στο Διαδίκτυο
4. Ευκολία στη χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ
5. Δυσπιστία απέναντι στην πληροφόρηση από τα ΜΚΔ
6. Διασταύρωση από πληθώρα πηγών στο Διαδίκτυο

2. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 6:31:45 μμ

Κωδικοί:

1. Το Instagram είναι δημοφιλές ΜΚΔ
2. Επιρροή από τους συνομιλήκους

3. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 6:43:24 μμ

Κωδικοί:

1. Επιρροή από τους συνομιλήκους
2. Επικοινωνία με το φιλικό περιβάλλον στα ΜΚΔ
3. Επικοινωνία με άτομα που ανήκουν στις ίδιες κοινωνικές ομάδες/δραστηριότητες
4. Δυσπιστία απέναντι σε αιτήματα φιλίας από αγνώστους
5. Αποδοχή αιτήματος φιλίας από άγνωστο με την προϋπόθεση, ότι είναι διάσημος

4. Georgia Panagiotidou

23 Ιανουαρίου 2023 - 5:40:05 μμ

Κωδικοί:

1. Χαμηλή συχνότητα επίσκεψης των προφίλ των διαδικτυακών φίλων
2. Επηρεασμός των φιλικών σχέσεων εξαιτίας αναρτήσεων ή συμπεριφορών στα ΜΚΔ
3. Χρήση των ΜΚΔ για προσέγγιση πιθανού-ής συντρόφου
4. Χρήση chat για προσέγγιση και επικοινωνία, όταν υπάρχει ενδιαφέρον για κάποιο άτομο
5. Αυξημένη αυτοπεποίθηση στη δια ζώσης επαφή λόγω καλύτερης επικοινωνίας
6. Καλύτερη έκφραση συναισθημάτων στη δια ζώσης επαφή, διότι ο γραπτός λόγος εμποδίζει την επικοινωνία
7. Επίλυση προβλημάτων μέσω των ΜΚΔ με φίλους
8. Επίλυση προβλημάτων δια ζώσης με πρόσωπα του οικογενειακού περιβάλλοντος

5. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 11:33:33 πμ

Κωδικοί:

1. Προτίμηση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ για την ενημέρωση και την επικοινωνία των εφήβων
2. Χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ για εκπαιδευτικούς σκοπούς
3. Συμβίωση με ενήλικες που προτιμούν τα παραδοσιακά ΜΜΕν.
4. Η ενημέρωση από τα παραδοσιακά ΜΜΕν. δημιουργεί άγχος και στρες στους εφήβους
5. Η ενημέρωση από τα ΜΚΔ χαλαρώνει τους εφήβους
6. Δυσπιστία απέναντι στα παραδοσιακά ΜΜΕν.

6. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 5:36:03 μμ

Κωδικοί:

1. Το Tik Tok είναι δημοφιλές ΜΚΔ

7. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 7:08:57 μμ

Κωδικοί:

1. Επικοινωνία με το φιλικό περιβάλλον στα ΜΚΔ
2. Επικοινωνία με το οικογενειακό περιβάλλον στα ΜΚΔ
3. Επικοινωνία με τους συμμαθητές στα ΜΚΔ
4. Χρήση του Διαδικτύου για εκπαιδευτικούς σκοπούς
5. Δυσπιστία απέναντι σε αιτήματα φιλίας από αγνώστους
6. Αποδοχή αιτήματος φιλίας από άγνωστο υπό την προϋπόθεση, ότι υπάρχουν κοινοί γνωστοί
7. Ο ρόλος της εικόνας προφίλ ενός αγνώστου στην αποδοχή ή όχι ενός αιτήματος φιλίας
8. Επίθυμια για περισσότερους διαδικτυακούς φίλους

Ερευνητικό Ερώτημα 1ο

9. Η γνώμη των Άλλων επηρεάζει την επιθυμία για περισσότερους διαδικτυακούς φίλους

8. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 10:42:37 πμ

Κωδικοί:

1. Χρήση των ΜΚΔ για προσέγγιση πιθανού-ής συντρόφου
2. Προτίμηση της διά ζώσης προσέγγισης κάποιου ατόμου
3. Εκδήλωση ενδιαφέροντος για κάποιο άτομο με αντιδράσεις σε δημοσιεύσεις
4. Καλύτερη έκφραση συναισθημάτων στη δια ζώσης επαφή
5. Διαχωρισμός πραγματικής ζωής από την εικονική
6. Επίλυση προβλημάτων δια ζώσης και εάν αυτό δεν είναι εφικτό μέσω των ΜΚΔ

9. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 11:40:48 πμ

1. Προτίμηση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ για την ενημέρωση και την επικοινωνία των εφήβων
2. Δυσπιστία απέναντι στα παραδοσιακά ΜΜΕν.
3. Διαστάυρωση από πληθώρα πηγών στο Διαδίκτυο

10. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 5:38:48 μμ

Κωδικοί:

1. Το Instagram είναι δημοφιλές ΜΚΔ στους μαθητές του 4ου ΓΕΛ Κατερίνης
2. Το Messenger είναι δημοφιλές ΜΚΔ στους μαθητές του 4ου ΓΕΛ Κατερίνης

11. Georgia Panagiotidou

23 Ιανουαρίου 2023 - 10:05:53 πμ

Κωδικοί:

1. Επικοινωνία με το φιλικό περιβάλλον στα ΜΚΔ
2. Επικοινωνία με το οικογενειακό περιβάλλον στα ΜΚΔ
3. Επικοινωνία με τους συμμαθητές στα ΜΚΔ
4. Επικοινωνία με άτομα που ανήκουν στις ίδιες κοινωνικές ομάδες/δραστηριότητες
5. Αποδοχή αιτήματος φιλίας από άγνωστο υπό την προϋπόθεση, ότι υπάρχουν κοινοί γνωστοί
6. Δυσπιστία απέναντι σε αιτήματα φιλίας από αγνώστους
7. Ο ρόλος της εικόνας προφίλ ενός αγνώστου στην αποδοχή ή όχι ενός αιτήματος φιλίας

12. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 10:53:45 πμ

Κωδικοί:

1. Επιλογή βιντεοκλήσης και chat για επικοινωνία
2. Επιρρασμός των φιλικών σχέσεων εξαιτίας αναρτήσεων ή συμπεριφορών στα ΜΚΔ
3. Χρήση των ΜΚΔ για προσέγγιση πιθανού-ής συντρόφου
4. Εκδήλωση ενδιαφέροντος για κάποιο άτομο με αντιδράσεις σε δημοσιεύσεις
5. Αυξημένη αυτοπεποίθηση στη δια ζώσης επαφή λόγω καλύτερης επικοινωνίας
6. Καλύτερη έκφραση συναισθημάτων στη δια ζώσης επαφή, διότι ο γραπτός λόγος εμποδίζει την επικοινωνία
7. Επίλυση προβλημάτων μέσω των ΜΚΔ αρχικά και εάν δεν επιλυθεί το πρόβλημα, τότε διά ζώσης

13. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 1:38:52 μμ

Κωδικοί:

1. Η χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ είναι χαρακτηριστικό της σύγχρονης εποχής
2. Προτίμηση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ για την ενημέρωση και την επικοινωνία των εφήβων
3. Δυσπιστία απέναντι στα ΜΚΔ

14. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 5:54:54 μμ

Κωδικοί:

1. Το Instagram είναι δημοφιλές ΜΚΔ

15. Georgia Panagiotidou

23 Ιανουαρίου 2023 - 10:35:16 πμ

Κωδικοί:

1. Επικοινωνία με το φιλικό περιβάλλον στα ΜΚΔ
2. Επικοινωνία με το οικογενειακό περιβάλλον στα ΜΚΔ
3. Επικοινωνία με τους συμμαθητές στα ΜΚΔ
4. Δυσπιστία απέναντι σε αιτήματα φιλίας από αγνώστους
5. Αποδοχή αιτήματος φιλίας από άγνωστο υπό την προϋπόθεση, ότι μόνο τον ακολουθούν και δεν ακολουθεί ο ίδιος

Ερευνητικό Ερώτημα 1ο

6. Ο ρόλος της εικόνας προφίλ ενός αγνώστου στην αποδοχή ή μη ενός αιτήματος φιλίας

16. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 11:01:48 πμ

Κωδικοί:

1. Χαμηλή συχνότητα επίσκεψης των προφίλ των διαδικτυακών φίλων
2. Επηρεασμός των φιλικών σχέσεων εξαιτίας αναρτήσεων ή συμπεριφορών στα ΜΚΔ
3. Χρήση των ΜΚΔ για προσέγγιση πιθανού-ής συντρόφου
4. Χρήση chat για προσέγγιση και επικοινωνία, όταν υπάρχει ενδιαφέρον για κάποιο άτομο
5. Αυξημένη αυτοπεποίθηση στην επικοινωνία μέσω ΜΚΔ
6. Καλύτερη έκφραση συναισθημάτων στη δια ζώσης επαφή, διότι ο γραπτός λόγος εμποδίζει την επικοινωνία
7. Επίλυση προβλημάτων μέσω των ΜΚΔ για μη σοβαρά ζητήματα
8. Επίλυση προβλημάτων διά ζώσης για σοβαρά ζητήματα

17. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 1:42:55 μμ

Κωδικοί:

1. Η χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ είναι χαρακτηριστικό της σύγχρονης εποχής
2. Προτίμηση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ για την ενημέρωση και την επικοινωνία των εφήβων
3. Ευκολία στη χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ
4. Δυσπιστία απέναντι στα ΜΚΔ

18. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 6:12:59 μμ

Κωδικοί:

1. Το Instagram είναι δημοφιλές ΜΚΔ
2. Το Tik Tok είναι δημοφιλές ΜΚΔ

19. Georgia Panagiotidou

23 Ιανουαρίου 2023 - 10:44:47 πμ

Κωδικοί:

1. Επικοινωνία με το φιλικό περιβάλλον στα ΜΚΔ
2. Επικοινωνία με το οικογενειακό περιβάλλον στα ΜΚΔ
3. Επικοινωνία με τους συμμαθητές στα ΜΚΔ
4. Αποδοχή αιτήματος φιλίας από αγνώστο υπό την προϋπόθεση, ότι υπάρχουν κοινοί γνωστοί
5. Ο ρόλος της εικόνας προφίλ ενός αγνώστου στην αποδοχή ή όχι ενός αιτήματος φιλίας
6. Δυσπιστία απέναντι σε αιτήματα φιλίας από αγνώστους

20. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 11:06:40 πμ

Κωδικοί:

1. Επιλογή βιντεοκλήσης για επικοινωνία
2. Χαμηλή συχνότητα επίσκεψης των προφίλ των διαδικτυακών φίλων
3. Επηρεασμός των φιλικών σχέσεων εξαιτίας αναρτήσεων ή συμπεριφορών στα ΜΚΔ
4. Χρήση των ΜΚΔ για προσέγγιση πιθανού-ής συντρόφου
5. Εκδήλωση ενδιαφέροντος για κάποιο άτομο με αντιδράσεις σε δημοσιεύσεις και μηνύματα
6. Αυξημένη αυτοπεποίθηση στη δια ζώσης επικοινωνία
7. Καλύτερη έκφραση συναισθημάτων στη δια ζώσης επαφή
8. Επίλυση προβλημάτων με δια ζώσης επαφή

21. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 1:49:20 μμ

Κωδικοί:

1. Προτίμηση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ για την ενημέρωση και την επικοινωνία των εφήβων
2. Ευκολία στη χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ
3. Δυσπιστία απέναντι στα ΜΚΔ
4. Πληθώρα πληροφοριών στο Διαδίκτυο

22. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 6:13:50 μμ

Κωδικοί:

1. Το Instagram είναι δημοφιλές ΜΚΔ
2. Το Tik Tok είναι δημοφιλές ΜΚΔ

23. Georgia Panagiotidou

23 Ιανουαρίου 2023 - 10:50:35 πμ

Κωδικοί:

Ερευνητικό Ερώτημα 1ο

1. Επικοινωνία με το φιλικό περιβάλλον στα ΜΚΔ
2. Επικοινωνία με το οικογενειακό περιβάλλον στα ΜΚΔ
3. Επικοινωνία με τους συμμαθητές στα ΜΚΔ
4. Χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ για εκπαιδευτικούς σκοπούς
5. Δυσπιστία απέναντι σε αιτήματα φίλιας από αγνώστους
6. Αποδοχή αιτήματος φίλιας από άγνωστο υπό την προϋπόθεση, ότι υπάρχουν κοινοί γνωστοί
7. Ο ρόλος της εικόνας προφίλ ενός αγνώστου στην αποδοχή ή όχι ενός αιτήματος φίλιας

24. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 11:13:49 πμ

Κωδικοί:

1. Επιλογή τηλεφωνικής κλήσης για σημαντικά ζητήματα
2. Επιλογή chat για ασήμαντα ζητήματα
3. Χαμηλή συχνότητα επίσκεψης των προφίλ των διαδικτυακών φίλων
4. Επηρεασμός των φιλικών σχέσεων εξαιτίας αναρτήσεων ή συμπεριφορών στα ΜΚΔ
5. Χρήση των ΜΚΔ για προσέγγιση πιθανού-ής συντρόφου
6. Εκδήλωση ενδιαφέροντος για κάποιο άτομο με αντιδράσεις σε δημοσιεύσεις και μηνύματα
7. Αυξημένη αυτοπεποίθηση στη διά ζώσης επικοινωνία
8. Καλύτερη έκφραση συναισθημάτων στη δια ζώσης επαφή
9. Επίλυση προβλημάτων μέσω ΜΚΔ για ασήμαντα προβλήματα
10. Επίλυση προβλημάτων με διά ζώσης επαφή για σημαντικά προβλήματα

25. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 1:54:14 μμ

Κωδικοί:

1. Προτίμηση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ για την ενημέρωση και την επικοινωνία των εφήβων
2. Δυσπιστία απέναντι στα ΜΚΔ
3. Πληθώρα πληροφοριών στο Διαδίκτυο
4. Διασταύρωση από πληθώρα πηγών στο Διαδίκτυο

26. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 6:16:58 μμ

Κωδικοί:

1. Το Instagram είναι δημοφιλές ΜΚΔ
2. Το Snapchat είναι δημοφιλές ΜΚΔ

27. Georgia Panagiotidou

23 Ιανουαρίου 2023 - 10:57:55 πμ

Κωδικοί:

1. Επικοινωνία με το φιλικό περιβάλλον στα ΜΚΔ
2. Επικοινωνία με το οικογενειακό περιβάλλον στα ΜΚΔ
3. Επικοινωνία με τους συμμαθητές στα ΜΚΔ
4. Επικοινωνία με άτομα που ανήκουν στις ίδιες κοινωνικές ομάδες/δραστηριότητες
5. Αποδοχή αιτήματος φίλιας από άγνωστο υπό την προϋπόθεση, ότι υπάρχουν κοινοί γνωστοί
6. Δυσπιστία απέναντι σε αιτήματα φίλιας από αγνώστους
7. Ο ρόλος της εικόνας προφίλ ενός αγνώστου στην αποδοχή ή όχι ενός αιτήματος φίλιας

28. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 11:24:58 πμ

Κωδικοί:

1. Επιλογή τηλεφωνικής κλήσης για την καθημερινή επικοινωνία
2. Χαμηλή συχνότητα επίσκεψης των προφίλ των διαδικτυακών φίλων
3. Επηρεασμός των φιλικών σχέσεων εξαιτίας αναρτήσεων ή συμπεριφορών στα ΜΚΔ
4. Χρήση των ΜΚΔ για προσέγγιση πιθανού-ής συντρόφου
5. Εκδήλωση ενδιαφέροντος για κάποιο άτομο με αντιδράσεις σε δημοσιεύσεις και μηνύματα
6. Αυξημένη αυτοπεποίθηση στη διά ζώσης επικοινωνία
7. Καλύτερη έκφραση συναισθημάτων στη δια ζώσης επαφή
8. Επίλυση προβλημάτων μέσω ΜΚΔ για ασήμαντα προβλήματα
9. Επίλυση προβλημάτων με διά ζώσης επαφή για σημαντικά προβλήματα

29. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 1:58:33 μμ

Κωδικοί:

1. Προτίμηση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ για την ενημέρωση και την επικοινωνία των εφήβων
2. Η χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ είναι χαρακτηριστικό της σύγχρονης εποχής
3. Ευκολία στη χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ
4. Οικονομία χρόνου στο Διαδίκτυο

Ερευνητικό Ερώτημα 1ο

5. Δυσπιστία απέναντι στα ΜΚΔ

30. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 6:19:08 μμ

Κωδικοί:

1. Το Instagram είναι δημοφιλές ΜΚΔ

31. Georgia Panagiotidou

23 Ιανουαρίου 2023 - 11:03:35 πμ

Κωδικοί:

1. Επικοινωνία με το φιλικό περιβάλλον στα ΜΚΔ
2. Επικοινωνία με το οικογενειακό περιβάλλον στα ΜΚΔ
3. Επικοινωνία με τους συμμαθητές στα ΜΚΔ
4. Αποστολή αιτήματος φιλίας σε αγνώστους
5. Δυσπιστία απέναντι σε αιτήματα φιλίας από αγνώστους
6. Ο ρόλος της εικόνας προφίλ ενός αγνώστου στην αποδοχή ή όχι ενός αιτήματος φιλίας

32. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 11:40:57 πμ

Κωδικοί:

1. Επιλογή chat για την καθημερινή επικοινωνία
2. Χαμηλή συχνότητα επίσκεψης των προφίλ των διαδικτυακών φίλων
3. Επηρεασμός των φιλικών σχέσεων εξαιτίας αναρτήσεων ή συμπεριφορών στα ΜΚΔ
4. Χρήση των ΜΚΔ για προσέγγιση πιθανού-ής συντρόφου
5. Εκδήλωση ενδιαφέροντος για κάποιο άτομο με αντιδράσεις σε δημοσιεύσεις και μηνύματα
6. Αυτοπεποίθηση στη διά ζώσης επικοινωνία, αλλά και στα ΜΚΔ
7. Καλύτερη έκφραση συναισθημάτων στη δια ζώσης επαφή
8. Επίλυση προβλημάτων μέσω ΜΚΔ για ασήμαντα προβλήματα
9. Επίλυση προβλημάτων με διά ζώσης επαφή για οικογενειακά προβλήματα

33. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 2:03:21 μμ

Κωδικοί:

1. Προτίμηση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ για την ενημέρωση και την επικοινωνία των εφήβων
2. Ευκολία στη χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ
3. Δυσπιστία απέναντι στα ΜΚΔ

34. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 6:20:07 μμ

Κωδικοί:

1. Το Instagram είναι δημοφιλές ΜΚΔ
2. Το Twitter είναι δημοφιλές ΜΚΔ

35. Georgia Panagiotidou

23 Ιανουαρίου 2023 - 11:10:04 πμ

Κωδικοί:

1. Επικοινωνία με άτομα που ανήκουν στις ίδιες κοινωνικές ομάδες/δραστηριότητες
2. Επικοινωνία με το φιλικό περιβάλλον στα ΜΚΔ
3. Επικοινωνία με το οικογενειακό περιβάλλον στα ΜΚΔ
4. Επικοινωνία με τους συμμαθητές στα ΜΚΔ
5. Αποστολή αιτήματος φιλίας σε αγνώστους
6. Αποδοχή αιτήματος φιλίας από αγνώστους - Δημόσιο προφίλ
7. Ο ρόλος της εικόνας προφίλ ενός αγνώστου στην αποδοχή ή όχι ενός αιτήματος φιλίας

36. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 11:44:18 πμ

Κωδικοί:

1. Επιλογή chat για την καθημερινή επικοινωνία
2. Χαμηλή συχνότητα επίσκεψης των προφίλ των διαδικτυακών φίλων
3. Επηρεασμός των φιλικών σχέσεων εξαιτίας αναρτήσεων ή συμπεριφορών στα ΜΚΔ
4. Χρήση των ΜΚΔ για προσέγγιση πιθανού-ής συντρόφου
5. Εκδήλωση ενδιαφέροντος για κάποιο άτομο με αντιδράσεις σε δημοσιεύσεις και μηνύματα
6. Αυτοπεποίθηση στη διά ζώσης επικοινωνία, αλλά και στα ΜΚΔ
7. Καλύτερη έκφραση συναισθημάτων στη δια ζώσης επαφή
8. Επίλυση προβλημάτων με διά ζώσης επαφή

Ερευνητικό Ερώτημα 1ο

37. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 2:05:00 μμ

Κωδικοί:

1. Προτίμηση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ για την ενημέρωση και την επικοινωνία των εφήβων
2. Δυσπιστία απέναντι στα ΜΚΔ, αλλά και τα παραδοσιακά ΜΜΕν.

38. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 6:21:39 μμ

Κωδικοί:

1. Το Instagram είναι δημοφιλές ΜΚΔ
2. Το Tik Tok είναι δημοφιλές ΜΚΔ

39. Georgia Panagiotidou

23 Ιανουαρίου 2023 - 11:15:47 πμ

Κωδικοί:

1. Επικοινωνία με το φιλικό περιβάλλον στα ΜΚΔ
2. Επικοινωνία με το οικογενειακό περιβάλλον στα ΜΚΔ
3. Επικοινωνία με τους συμμαθητές στα ΜΚΔ
4. Δυσπιστία απέναντι σε αιτήματα φιλίας από αγνώστους
5. Αποδοχή αιτήματος φιλίας από άγνωστο υπό την προϋπόθεση, ότι υπάρχουν κοινοί γνωστοί
6. Ο ρόλος της εικόνας προφίλ ενός αγνώστου στην αποδοχή ή όχι ενός αιτήματος φιλίας

40. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 11:47:37 πμ

Κωδικοί:

1. Επιλογή chat για την καθημερινή επικοινωνία
2. Οικονομία χρόνου στο Διαδίκτυο και τα ΜΚΔ
3. Χαμηλή συχνότητα επίσκεψης των προφίλ των διαδικτυακών φίλων
4. Επηρεασμός των φιλικών σχέσεων εξαιτίας αναρτήσεων ή συμπεριφορών στα ΜΚΔ
5. Χρήση των ΜΚΔ για προσέγγιση πιθανού-ής συντρόφου
6. Εκδήλωση ενδιαφέροντος για κάποιο άτομο με αντιδράσεις σε δημοσιεύσεις και μηνύματα
7. Αυτοπεποίθηση στη διά ζώσης επικοινωνία, αλλά και στα ΜΚΔ
8. Καλύτερη έκφραση συναισθημάτων στη δια ζώσης επαφή

41. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 2:07:05 μμ

Κωδικοί:

1. Προτίμηση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ για την ενημέρωση και την επικοινωνία των εφήβων
2. Δυσπιστία απέναντι στα ΜΚΔ, αλλά και τα παραδοσιακά ΜΜΕν.
3. Οικονομία χρόνου στο Διαδίκτυο
4. Δυσπιστία απέναντι στα ΜΚΔ - περισσότερη εμπιστοσύνη στα παραδοσιακά ΜΜΕν.

42. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 6:21:56 μμ

Κωδικοί:

1. Το Tik Tok είναι δημοφιλές ΜΚΔ

43. Georgia Panagiotidou

23 Ιανουαρίου 2023 - 11:19:30 πμ

Κωδικοί:

1. Επικοινωνία με το φιλικό περιβάλλον στα ΜΚΔ
2. Επικοινωνία με το οικογενειακό περιβάλλον στα ΜΚΔ
3. Επικοινωνία με τους συμμαθητές στα ΜΚΔ
4. Επικοινωνία με άτομα που ανήκουν στις ίδιες κοινωνικές ομάδες/δραστηριότητες
5. Χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ για εκπαιδευτικούς σκοπούς
6. Δυσπιστία απέναντι σε αιτήματα φιλίας από αγνώστους
7. Ο ρόλος της εικόνας προφίλ ενός αγνώστου στην αποδοχή ή όχι ενός αιτήματος φιλίας

44. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 11:59:20 πμ

Κωδικοί:

1. Επιλογή chat για την καθημερινή επικοινωνία ή τηλεφωνικής κλήσης για σοβαρά ζητήματα
2. Χαμηλή συχνότητα επίσκεψης των προφίλ των διαδικτυακών φίλων
3. Επηρεασμός των φιλικών σχέσεων εξαιτίας αναρτήσεων ή συμπεριφορών στα ΜΚΔ
4. Χρήση των ΜΚΔ για προσέγγιση πιθανού-ής συντρόφου
5. Εκδήλωση ενδιαφέροντος για κάποιο άτομο με αντιδράσεις σε δημοσιεύσεις και μηνύματα
6. Αυτοπεποίθηση στη διά ζώσης επικοινωνία, αλλά και στα ΜΚΔ

Ερευνητικό Ερώτημα 1ο

7. Καλύτερη έκφραση συναισθημάτων στη δια ζώσης επαφή
8. Επίλυση προβλημάτων με δια ζώσης επαφή

45. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 2:09:58 μμ

Κωδικοί:

1. Προτίμηση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ για την ενημέρωση και την επικοινωνία των εφήβων
2. Η χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ είναι χαρακτηριστικό της σύγχρονης εποχής
3. Δυσπιστία απέναντι στα ΜΚΔ

46. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 6:22:14 μμ

Κωδικοί:

1. Το Tik Tok είναι δημοφιλές ΜΚΔ

47. Georgia Panagiotidou

23 Ιανουαρίου 2023 - 11:23:47 πμ

Κωδικοί:

1. Επικοινωνία με το φιλικό περιβάλλον στα ΜΚΔ
2. Επικοινωνία με το οικογενειακό περιβάλλον στα ΜΚΔ
3. Επικοινωνία με τους συμμαθητές στα ΜΚΔ
4. Δυσπιστία απέναντι σε αιτήματα φιλίας από αγνώστους
5. Ο ρόλος της εικόνας προφίλ ενός αγνώστου στην αποδοχή ή όχι ενός αιτήματος φιλίας

48. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 12:00:13 μμ

Κωδικοί:

1. Επιλογή τηλεφωνικών κλήσεων για την καθημερινή επικοινωνία
2. Χαμηλή συχνότητα επίσκεψης των προφίλ των διαδικτυακών φίλων
3. Επηρεασμός των φιλικών σχέσεων εξαιτίας αναρτήσεων ή συμπεριφορών στα ΜΚΔ
4. Μη χρήση των ΜΚΔ για προσέγγιση πιθανού-ής συντρόφου
5. Αυτοπεποίθηση στη δια ζώσης επικοινωνία
6. Καλύτερη έκφραση συναισθημάτων στη δια ζώσης επαφή
7. Επίλυση προβλημάτων με δια ζώσης επαφή
8. Στα ΜΚΔ δημιουργούνται κόντρες μεταξύ των διαδικτυακών φίλων

49. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 4:38:09 μμ

Κωδικοί:

1. Προτίμηση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ για την ενημέρωση και την επικοινωνία των εφήβων
2. Η χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ είναι χαρακτηριστικό της σύγχρονης εποχής
3. Οι έφηβοι νιώθουν άνεση με το κινητό τους
4. Δυσπιστία απέναντι στα ΜΚΔ και τα παραδοσιακά ΜΜΕν.

50. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 6:32:09 μμ

Κωδικοί:

1. Το Instagram είναι δημοφιλές ΜΚΔ
2. Επιρροή από τους συνομιλήκους

51. Georgia Panagiotidou

23 Ιανουαρίου 2023 - 11:29:44 πμ

Κωδικοί:

1. Επικοινωνία με το φιλικό περιβάλλον στα ΜΚΔ
2. Επικοινωνία με το οικογενειακό περιβάλλον στα ΜΚΔ
3. Επικοινωνία με τους συμμαθητές στα ΜΚΔ
4. Αποστολή αιτήματος φιλίας σε αγνώστους
5. Αποδοχή αιτήματος φιλίας από αγνώστο υπό την προϋπόθεση, ότι βρίσκεται κοντά στην ηλικία με τον έφηβο
6. Ο ρόλος της εικόνας προφίλ ενός αγνώστου στην αποδοχή ή όχι ενός αιτήματος φιλίας
7. Δυσπιστία απέναντι σε αιτήματα φιλίας από αγνώστους

52. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 12:01:55 μμ

Κωδικοί:

1. Επιλογή chat για την καθημερινή επικοινωνία
2. Χαμηλή συχνότητα επίσκεψης των προφίλ των διαδικτυακών φίλων
3. Επηρεασμός των φιλικών σχέσεων εξαιτίας αναρτήσεων ή συμπεριφορών στα ΜΚΔ

Ερευνητικό Ερώτημα 1ο

4. Χρήση των ΜΚΔ για προσέγγιση πιθανού-ής συντρόφου
5. Ευκολία στη χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ
6. Αυτοπεποίθηση στη διά ζώσης επικοινωνία, αλλά και στα ΜΚΔ
7. Καλύτερη έκφραση συναισθημάτων στη δια ζώσης επαφή
8. Επίλυση προβλημάτων με διά ζώσης επαφή

53. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 4:40:14 μμ

Κωδικοί:

1. Προτίμηση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ για την ενημέρωση και την επικοινωνία των εφήβων
2. Ευκολία στη χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ
3. Η χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ είναι χαρακτηριστικό της σύγχρονης εποχής
4. Δυσπιστία απέναντι στα ΜΚΔ

54. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 6:32:25 μμ

Κωδικοί:

1. Το Instagram είναι δημοφιλές ΜΚΔ

55. Georgia Panagiotidou

23 Ιανουαρίου 2023 - 11:34:59 πμ

Κωδικοί:

1. Επικοινωνία με το φιλικό περιβάλλον στα ΜΚΔ
2. Επικοινωνία με το οικογενειακό περιβάλλον στα ΜΚΔ
3. Επικοινωνία με τους συμμαθητές στα ΜΚΔ
4. Επικοινωνία με άτομα που ανήκουν στις ίδιες κοινωνικές ομάδες/δραστηριότητες
5. Δυσπιστία απέναντι σε αιτήματα φιλίας από αγνώστους
6. Αποδοχή αιτήματος φιλίας από άγνωστο υπό την προϋπόθεση, ότι υπάρχουν κοινοί γνωστοί
7. Ο ρόλος της εικόνας προφίλ ενός αγνώστου στην αποδοχή ή όχι ενός αιτήματος φιλίας

56. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 12:08:52 μμ

Κωδικοί:

1. Επιλογή chat για την καθημερινή επικοινωνία ή τηλεφωνικής κλήσης για σοβαρά ζητήματα
2. Χαμηλή συχνότητα επίσκεψης των προφίλ των διαδικτυακών φίλων
3. Επηρεασμός των φιλικών σχέσεων εξαιτίας αναρτήσεων ή συμπεριφορών στα ΜΚΔ
4. Χρήση των ΜΚΔ για προσέγγιση πιθανού-ής συντρόφου
5. Εκδήλωση ενδιαφέροντος για κάποιο άτομο με αντιδράσεις σε δημοσιεύσεις και μηνύματα
6. Αυτοπεποίθηση στη διά ζώσης επικοινωνία, αλλά και στα ΜΚΔ
7. Καλύτερη έκφραση συναισθημάτων στη δια ζώσης επαφή
8. Επίλυση προβλημάτων αρχικά στα ΜΚΔ και μετά με διά ζώσης επαφή

57. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 4:43:07 μμ

Κωδικοί:

1. Προτίμηση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ για την ενημέρωση και την επικοινωνία των εφήβων
2. Ευκολία στη χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ
3. Πληθώρα πληροφοριών στο Διαδίκτυο
4. Δυσπιστία απέναντι στα ΜΚΔ κι εμπιστοσύνη στα παραδοσιακά ΜΜΕν.

58. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 6:32:40 μμ

Κωδικοί:

1. Το Instagram είναι δημοφιλές ΜΚΔ

59. Georgia Panagiotidou

23 Ιανουαρίου 2023 - 11:38:16 πμ

Κωδικοί:

1. Επικοινωνία με το φιλικό περιβάλλον στα ΜΚΔ
2. Επικοινωνία με το οικογενειακό περιβάλλον στα ΜΚΔ
3. Επικοινωνία με τους συμμαθητές στα ΜΚΔ
4. Επικοινωνία με άτομα που ανήκουν στις ίδιες κοινωνικές ομάδες/δραστηριότητες
5. Αποστολή αιτήματος φιλίας σε αγνώστους
6. Αποδοχή αιτήματος φιλίας από άγνωστο υπό την προϋπόθεση, ότι υπάρχουν κοινοί γνωστοί
7. Ο ρόλος της εικόνας προφίλ ενός αγνώστου στην αποδοχή ή όχι ενός αιτήματος φιλίας

Ερευνητικό Ερώτημα 1ο

60. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 4:46:37 μμ

Κωδικοί:

1. Προτίμηση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ για την ενημέρωση και την επικοινωνία των εφήβων
2. Συμβίωση με ενήλικες που προτιμούν τα παραδοσιακά ΜΜΕν.
3. Η ενημέρωση από τα παραδοσιακά ΜΜΕν. δημιουργεί άγχος και στρες στους εφήβους
4. Δυσπιστία απέναντι στα ΜΚΔ κι εμπιστοσύνη στα παραδοσιακά ΜΜΕν.

61. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 6:33:15 μμ

Κωδικοί:

1. Το Tik Tok είναι δημοφιλές ΜΚΔ

62. Georgia Panagiotidou

23 Ιανουαρίου 2023 - 11:41:47 πμ

Κωδικοί:

1. Επικοινωνία με το φιλικό περιβάλλον στα ΜΚΔ
2. Επικοινωνία με το οικογενειακό περιβάλλον στα ΜΚΔ
3. Επικοινωνία με τους συμμαθητές στα ΜΚΔ
4. Δυσπιστία απέναντι σε αιτήματα φιλίας από αγνώστους
5. Αποδοχή αιτήματος φιλίας από άγνωστο υπό την προϋπόθεση, ότι υπάρχουν κοινοί γνωστοί
6. Ο ρόλος της εικόνας προφίλ ενός αγνώστου στην αποδοχή ή όχι ενός αιτήματος φιλίας

63. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 12:14:14 μμ

Κωδικοί:

1. Επιλογή chat για την καθημερινή επικοινωνία ή τηλεφωνικής κλήσης για σοβαρά ζητήματα
2. Επηρεασμός των φιλικών σχέσεων εξαιτίας αναρτήσεων ή συμπεριφορών στα ΜΚΔ
3. Χρήση των ΜΚΔ για προσέγγιση πιθανού-ής συντρόφου
4. Αυτοπεποίθηση στη διά ζώσης επικοινωνία
5. Καλύτερη έκφραση συναισθημάτων στη δια ζώσης επαφή
6. Επίλυση προβλημάτων με διά ζώσης επαφή

64. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 4:52:00 μμ

Κωδικοί:

1. Προτίμηση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ για την ενημέρωση και την επικοινωνία των εφήβων
2. Η ενημέρωση από τα παραδοσιακά ΜΜΕν. δημιουργεί άγχος και στρες στους εφήβους
3. Το διαδίκτυο προσφέρει τη δυνατότητα της επιλογής
4. Πληθώρα πληροφοριών στο Διαδίκτυο
5. Διασαύρωση από πληθώρα πηγών στο Διαδίκτυο
6. Εμπιστοσύνη απέναντι στα ΜΚΔ, αλλά και στα παραδοσιακά ΜΜΕν.

65. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 6:35:20 μμ

Κωδικοί:

1. Το Instagram είναι δημοφιλές ΜΚΔ
2. Το Snapchat είναι δημοφιλές ΜΚΔ
3. Η ενημέρωση από τα ΜΚΔ χαλαρώνει τους εφήβους

66. Georgia Panagiotidou

23 Ιανουαρίου 2023 - 11:46:54 πμ

Κωδικοί:

1. Επικοινωνία με το φιλικό περιβάλλον στα ΜΚΔ
2. Επικοινωνία με το οικογενειακό περιβάλλον στα ΜΚΔ
3. Επικοινωνία με τους συμμαθητές στα ΜΚΔ
4. Δυσπιστία απέναντι σε αιτήματα φιλίας από αγνώστους
5. Αποδοχή αιτήματος φιλίας από άγνωστο υπό την προϋπόθεση, ότι υπάρχουν κοινοί γνωστοί

67. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 12:16:56 μμ

Κωδικοί:

1. Επιλογή chat για την καθημερινή επικοινωνία ή τηλεφωνικής κλήσης για σοβαρά ζητήματα
2. Υψηλή συχνότητα επίσκεψης των προφίλ των διαδικτυακών φίλων
3. Επηρεασμός των φιλικών σχέσεων εξαιτίας αναρτήσεων ή συμπεριφορών στα ΜΚΔ
4. Χρήση των ΜΚΔ για προσέγγιση πιθανού-ής συντρόφου
5. Εκδήλωση ενδιαφέροντος για κάποιο άτομο με αντιδράσεις σε δημοσιεύσεις και μηνύματα

Ερευνητικό Ερώτημα 1ο

6. Αυτοπεποίθηση στη διά ζώσης επικοινωνία, αλλά και στα ΜΚΔ
7. Καλύτερη έκφραση συναισθημάτων στη δια ζώσης επαφή
8. Επίλυση προβλημάτων μέσω των ΜΚΔ

68. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 5:01:32 μμ

Κωδικοί:

1. Προτίμηση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ για την ενημέρωση και την επικοινωνία των εφήβων
2. Χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ για εκπαιδευτικούς σκοπούς
3. Οι έφηβοι χαλαρώνουν με το κινητό τους
4. Η χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ είναι χαρακτηριστικό της σύγχρονης εποχής
5. Ευκολία στη χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ
6. Δυσπιστία απέναντι στα ΜΚΔ και εμπιστοσύνη στα παραδοσιακά ΜΜΕν.
7. Το Διαδίκτυο και τα ΜΚΔ προσφέρουν ελευθερία στους χρήστες

69. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 6:36:52 μμ

Κωδικοί:

1. Το Instagram είναι δημοφιλές ΜΚΔ
2. Το Tik Tok είναι δημοφιλές ΜΚΔ

70. Georgia Panagiotidou

23 Ιανουαρίου 2023 - 11:53:22 πμ

Κωδικοί:

1. Επικοινωνία με το φιλικό περιβάλλον στα ΜΚΔ
2. Επικοινωνία με το οικογενειακό περιβάλλον στα ΜΚΔ
3. Επικοινωνία με τους συμμαθητές στα ΜΚΔ
4. Επικοινωνία με άτομα που ανήκουν στις ίδιες κοινωνικές ομάδες/δραστηριότητες
5. Δυσπιστία απέναντι σε αιτήματα φιλίας από αγνώστους
6. Αποδοχή αιτήματος φιλίας από άγνωστο υπό την προϋπόθεση, ότι υπάρχουν κοινοί γνωστοί
7. Ο ρόλος της εικόνας προφίλ ενός αγνώστου στην αποδοχή ή όχι ενός αιτήματος φιλίας

71. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 12:20:04 μμ

Κωδικοί:

1. Επιλογή τηλεφωνικής κλήσης ή βιντεοκλήσης για την καθημερινή επικοινωνία
2. Χαμηλή συχνότητα επίσκεψης των προφίλ των διαδικτυακών φίλων
3. Επηρεασμός των φιλικών σχέσεων εξαιτίας αναρτήσεων ή συμπεριφορών στα ΜΚΔ
4. Χρήση των ΜΚΔ για προσέγγιση πιθανού-ής συντρόφου
5. Αυτοπεποίθηση στη διά ζώσης επικοινωνία, αλλά και στα ΜΚΔ
6. Καλύτερη έκφραση συναισθημάτων στη δια ζώσης επαφή
7. Επίλυση προβλημάτων με διά ζώσης επαφή

72. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 5:10:27 μμ

Κωδικοί:

1. Προτίμηση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ για την ενημέρωση και την επικοινωνία των εφήβων
2. Πληθώρα πληροφοριών στο Διαδίκτυο
3. Δυσπιστία απέναντι στα ΜΚΔ και εμπιστοσύνη στα παραδοσιακά ΜΜΕν.

73. Georgia Panagiotidou

22 Ιανουαρίου 2023 - 6:37:16 μμ

Κωδικοί:

1. Το Instagram είναι δημοφιλές ΜΚΔ
2. Το Snapchat είναι δημοφιλές ΜΚΔ

74. Georgia Panagiotidou

23 Ιανουαρίου 2023 - 11:56:02 πμ

Κωδικοί:

1. Επικοινωνία με το φιλικό περιβάλλον στα ΜΚΔ
2. Επικοινωνία με το οικογενειακό περιβάλλον στα ΜΚΔ
3. Επικοινωνία με τους συμμαθητές στα ΜΚΔ
4. Δυσπιστία απέναντι σε αιτήματα φιλίας από αγνώστους

75. Georgia Panagiotidou

23 Ιανουαρίου 2023 - 11:56:02 πμ

Κωδικοί:

1. Επικοινωνία με το φιλικό περιβάλλον στα ΜΚΔ
2. Επικοινωνία με το οικογενειακό περιβάλλον στα ΜΚΔ
3. Επικοινωνία με τους συμμαθητές στα ΜΚΔ
4. Δυσπιστία απέναντι σε αιτήματα φιλίας από αγνώστους

76. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 12:22:54 μμ

Κωδικοί:

1. Επιλογή chat ή τηλεφωνικής κλήσης για την καθημερινή επικοινωνία
2. Χαμηλή συχνότητα επίσκεψης των προφίλ των διαδικτυακών φίλων
3. Επηρεασμός των φιλικών σχέσεων εξαιτίας αναρτήσεων ή συμπεριφορών στα ΜΚΔ
4. Μη χρήση των ΜΚΔ για προσέγγιση πιθανού-ής συντρόφου
5. Αυτοπεποίθηση στη διά ζώσης επικοινωνία, αλλά και στα ΜΚΔ
6. Καλύτερη έκφραση συναισθημάτων στη δια ζώσης επαφή
7. Επίλυση προβλημάτων με διά ζώσης επαφή

Υπόμνημα Α΄

Οι μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης δείχνουν μία εμφανή προτίμηση στο Διαδίκτυο και συγκεκριμένα στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για την ενημέρωση και την επικοινωνία τους. Αυτό φαίνεται να συμβαίνει, διότι οι έφηβοι θεωρούν την πρόσβαση στο Διαδίκτυο μία αρκετά εύκολη και γρήγορη διαδικασία, ενώ πιστεύουν πως τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας και ενημέρωσης προτιμώνται κυρίως από τις μεγαλύτερες ηλικίες. Επιπλέον η χρήση των smartphones επιτρέπει στους εφήβους να είναι συνδεδεμένοι διαρκώς και θεωρούν πως τα πράγματα στο Διαδίκτυο είναι πιο απλά, έχουν περισσότερες επιλογές, έχουν το δικαίωμα να επιλέξουν οι ίδιοι τις πηγές ενημέρωσης που επιθυμούν, ενώ εκφράζουν τη δυσαρέσκειά τους απέναντι στα παραδοσιακά μέσα, καθώς πιστεύουν πως προβάλλουν διαρκώς δυσάρεστες ειδήσεις, τις οποίες τα παιδιά δε θέλουν να τις παρακολουθούν, διότι επηρεάζουν αρνητικά την ψυχική τους υγεία. Αρκετοί μαθητές έχουν εστιάσει στο γεγονός πως η σύγχρονη εποχή έχει επιβάλλει με κάποιον τρόπο τη χρήση της τεχνολογίας και του Διαδικτύου, όπως επίσης αναφέρεται πως η πανδημία του κορωνοϊού κατέστησε αναγκαία την ενημέρωση και την επικοινωνία με ηλεκτρονικά μέσα, καθώς τα δια ζώσης μαθήματα, αλλά και η κοινωνική ζωή των εφήβων για δύο περίπου χρόνια είχε τεθεί σε μία «παύση». Οι έφηβοι θεωρούν το Διαδίκτυο ένα πολύ χρήσιμο εργαλείο για την καθημερινότητά τους, το οποίο δε χρησιμοποιείται μόνο για ενημέρωση και επικοινωνία, αλλά χρησιμοποιείται και για εκπαιδευτικούς σκοπούς. Όσον αφορά στην αξιοπιστία και την εγκυρότητα τόσο των

μέσων κοινωνικής δικτύωσης, όσο και των παραδοσιακών μέσων, οι μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης δείχνουν πολύ μεγάλη έλλειψη εμπιστοσύνης, ενώ συχνά κάνουν λόγο για τις ψευδείς ειδήσεις (fake news) τόσο στο Διαδίκτυο, όσο και στην τηλεόραση και τις εφημερίδες. Ωστόσο στα θετικά χαρακτηριστικά του Διαδικτύου, οι έφηβοι προσθέτουν, το γεγονός πως μπορούν να αναζητήσουν πληροφορίες για μία είδηση από διάφορες πηγές, διασταυρώνοντας με κάποιον τρόπο και από διαδικτυακούς τόπους επίσημων φορέων την αληθινή διάσταση των γεγονότων που τους ενδιαφέρουν.

Όσον αφορά στη δημοφιλία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, φαίνεται πως οι μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης δείχνουν σαφή προτίμηση στο Instagram και στο Tik Tok και λιγότερο στα υπόλοιπα μέσα, αν και παρατηρείται πως τα παιδιά διατηρούν λογαριασμούς σε αρκετά μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα οποία ωστόσο, κάποιες φορές επισημαίνουν πως δεν ήταν δική τους επιλογή να δημιουργήσουν λογαριασμό, αλλά έπρεπε, διότι ήταν απαραίτητο στο πλαίσιο κάποιας σχολικής δραστηριότητας (όπως για παράδειγμα το ERASMUS) και χρειαζόταν η άμεση επικοινωνία με τους καθηγητές τους μέσω ομαδικών συνομιλιών. Σχετικά με τα δημοφιλή μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα περισσότερα παιδιά αναφέρουν πως χρησιμοποιούν κυρίως το Instagram για τη μεταξύ τους επικοινωνία και το Tik Tok για την ψυχαγωγία τους και για να «περνάνε την ώρα τους» βλέποντας βίντεο.

Σχετικά με τα κριτήρια με τα οποία οι μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης επιλέγουν να δικτυώνονται, αναφέρουν πως οι διαδικτυακοί τους φίλοι προέρχονται κυρίως από το φιλικό τους περιβάλλον και το σχολείο, στη συνέχεια από το οικογενειακό τους περιβάλλον, καθώς επίσης και από δραστηριότητες, συλλόγους και αθλήματα στα οποία συμμετέχουν. Αυτό που έχει εξαιρετικό ενδιαφέρον είναι το πώς οι έφηβοι διαχειρίζονται τα αιτήματα φιλίας από αγνώστους. Συνήθως στις ερωτήσεις σχετικά με το αν αποδέχονται αιτήματα φιλίας από αγνώστους τα παιδιά αρχικά απαντούν αρνητικά, ωστόσο στη συνέχεια στις περισσότερες περιπτώσεις παραδέχονται πως αποδέχονται τελικά αιτήματα φιλίας από αγνώστους υπό προϋποθέσεις, με δημοφιλέστερη την ύπαρξη μεγάλου αριθμού κοινών φίλων, όπως επίσης τον τόπο κατοικίας του αγνώστου, ενώ βασικό κριτήριο στην αποδοχή είναι και η φωτογραφία προφίλ. Γενικά ωστόσο, μπορούμε να πούμε, πως τα παιδιά εμφανίζουν πολύ μεγάλη δυσπιστία απέναντι σε αγνώστους στο Διαδίκτυο και

προσπαθούν σε κάποιο βαθμό να αναπτύξουν δικλίδες ασφαλείας, καθώς αναγνωρίζουν τους κινδύνους που διατρέχουν από ανθρώπους που πιθανόν να επιθυμούν να τα βλάψουν.

Τέλος, σχετικά με το βαθμό επιρροής των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στις διαπροσωπικές σχέσεις των μαθητών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης, μπορούμε να πούμε πως δε φαίνεται τα παιδιά να λαμβάνουν σοβαρά υπ' όψιν τους συμπεριφορές που αναπτύσσονται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Παρατηρείται μία εξαιρετικά χαμηλή συχνότητα επίσκεψης των προφίλ των διαδικτυακών φίλων τους, καθώς θεωρούν, πως ό,τι είναι να μάθουν για τους φίλους τους, το μαθαίνουν από τη διαζώσης επικοινωνία και τις περισσότερες φορές δεν τους ενδιαφέρει να μαθαίνουν τις προσωπικές στιγμές του καθενός από το Διαδίκτυο, είτε από διακριτικότητα, είτε από απλή έλλειψη ενδιαφέροντος. Οι μαθητές δείχνουν μία σαφή προτίμηση στην επικοινωνία μέσω μηνυμάτων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (chat), καθώς επίσης παραδέχονται, πως τα χρησιμοποιούν για να πλησιάσουν συναισθηματικά κάποιο άτομο που τους ενδιαφέρει, ωστόσο σχεδόν όλα τα παιδιά προτιμούν τη διαζώσης επικοινωνία, όχι μόνο για τις κοινωνικές τους συναναστροφές και την προσωπική τους ζωή, αλλά και για την επίλυση προβλημάτων που προκύπτουν στην καθημερινότητά τους. Αυτό που έχει εξαιρετικό ενδιαφέρον είναι πως οι μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης αναφέρουν πως διαχωρίζουν την πραγματική τους ζωή από την εικονική και νιώθουν μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση, όπως επίσης εκφράζουν πολύ καλύτερα τα συναισθήματά τους στη διαζώσης επαφή. Επιπλέον τα παιδιά επισημαίνουν πως στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης η επικοινωνία είναι εξαιρετικά δύσκολη και δεν μπορούν στο γραπτό λόγο να εκφράσουν επακριβώς αυτά που θέλουν να πουν, γιατί πιστεύουν πως στη διαδικασία της επικοινωνίας πρωταρχικό ρόλο παίζει και η γλώσσα του σώματος, οι κινήσεις των χεριών, οι εκφράσεις του προσώπου, ακόμα και ο τόνος της ομιλίας.

Συμπερασματικά, οι μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης επιλέγουν για την επικοινωνία τους τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα οποία ωστόσο δε θεωρούν έγκυρα και αξιόπιστα. Το Instagram και το Tik Tok καταλαμβάνουν τις πρώτες θέσεις στην προτίμησή τους, ενώ τα παιδιά επιλέγουν να δικτυώνονται κυρίως με τους φίλους τους, την οικογένειά τους και τους συμμαθητές τους, αντιμετωπίζοντας με μεγάλη δυσπιστία τα αιτήματα φιλίας από αγνώστους. Οι κοινωνικές και προσωπικές

σχέσεις των παιδιών δε φαίνεται να επηρεάζονται ιδιαίτερος από τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και δείχνουν σαφέστατη προτίμηση στη δια ζώσης επαφή, τόσο για τις προσωπικές τους σχέσεις, όσο και για τις κοινωνικές τους διαχωρίζοντας την πραγματική ζωή από την εικονική.

Ε.Ε.2. Σε ποιο βαθμό φαίνεται να επιδρούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στις κοινωνικές, οικογενειακές και προσωπικές σχέσεις των εφήβων;

Πίνακας 2. Αποσπάσματα συνεντεύξεων και κωδικοποίηση 2ου ερευνητικού ερωτήματος

Συμμ/ντες	Επηρεάζει η χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης τις σχέσεις των εφήβων με το οικογενειακό τους περιβάλλον;	Χρησιμοποιούν οι έφηβοι τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για την επικοινωνία με συμμαθητές και εκπαιδευτικούς για εκπαιδευτικούς σκοπούς;	Επηρεάζει η συμπεριφορά των εφήβων στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης την προσωπική - συναισθηματική τους ζωή και με ποιον τρόπο;
ΑΒ/Β3	1 1. "Ναι" (οι γονείς του έχουν λογαριασμό σε κάποιο ΜΚΔ) 2. "Ναι" (είναι φίλοι). 3. "Όχι. Δεν ανεβάζω και συχνά εγώ προσωπικά..οπότε.." (δεν του κάνουν παρατηρήσεις σχετικά με τις αναρτήσεις του ή τη συμπεριφορά του στα ΜΚΔ)	2 1. "Ναι. Με τους συμμαθητές μου έχουμε την ομαδική της τάξης, εντάξει για να επικοινωνούμε τι γίνεται με τα μαθήματα και με τους καθηγητές, πιο πολύ τους καθηγητές του φροντιστηρίου, όχι του σχολείου. Με τους καθηγητές του σχολείου δεν έχουμε επαφές".	3 1. "Όχι. Όχι. Συνήθως όχι. Άμα πάτησα εγώ like εκεί, αυτό εννοείτε, ε; Όχι ιδιαίτερα. Δεν είχα τέτοιο θέμα. (Στις ερωτήσεις εάν επηρεάζει τις προσωπικές του σχέσεις η συμπεριφορά του στα ΜΚΔ και εάν αυτή η συμπεριφορά έχει οδηγήσει ποτέ κάποια συναισθηματική του σχέση σε ρήξη)"

<p>ΑΓΓΒ2</p>	<p>4 1. “Ναι, αλλά δεν τα χρησιμοποιούν ιδιαίτερα, δηλαδή, κυρίως το Facebook χρησιμοποιούν για το messenger και ο μπαμπάς μου χρησιμοποιεί και λίγο το TikTok που στην ουσία μπαίνει για να βλέπει, γιατί αυτό να δω τώρα... να κάνει και TikTok;”. 2. “Με τους γονείς μου; Φυσικά. Έχω σκεφτεί κιόλας ότι λένε ορισμένα παιδιά να μην ακολουθούμε τους γονείς γιατί αν εγώ ας πούμε ακολουθώ τους γονείς μπορεί κάποιος κάλλιστα απ’ τους ακόλουθούς μου να μπει ν’ ακολουθήσει άτομα απ’ το δικό μου προφίλ, ενώ ας πούμε στο TikTok έχουν κάνει ότι να είναι ιδιωτικό, να μην μπορεί κανείς να δει και είμαι πολύ σύμφωνη με αυτό... σύμφωνος με αυτό.” (Στην ερώτηση εάν είναι διαδικτυακοί φίλοι με τους γονείς του). 3. “Ποτέ, γιατί ξέρουν ότι πάντα είμαι προσεκτικός σ’ αυτά που κάνω και γιατί δεν τα χρησιμοποιούν πολύ, δηλαδή το μόνο μέσο που χρησιμοποιούν είναι το Facebook κι αυτό εγώ δεν ανεβάζω κάτι ποτέ αλλά και στο Instagram μου κάνουν και like κι αυτά, δεν λεν τίποτα.” (Στην ερώτηση, εάν οι γονείς του, του έχουν κάνει ποτέ παρατήρηση για κάποια ανάρτηση ή συμπεριφορά του στα ΜΚΔ). 4. “: Ότι, ας πούμε η ξαδέρφη μου και κάποιοι συγγενείς μου, μου λένε «Γιώργο, τι είναι αυτό το πράγμα;» Με την καλή την έννοια, ότι «το ‘χεις πειράξει πολύ, δε φαίνεσαι καλά ή το χρώμα δεν είναι ωραίο, είναι θολή»” (απάντηση στην ίδια ερώτηση, αλλά αφορά το ευρύτερο οικογενειακό του περιβάλλον). 5. “Όχι” (οι γονείς του δε χρησιμοποιούν ιδιαίτερα τα ΜΚΔ)</p>	<p>5 1. Έχουμε μια ομάδα στο Instagram κι έχουμε και μία στο Viber περσινή, τώρα μας έχουν χωρίσει στα τμήματα που ήμασταν με τους καθηγητές μας, με δύο καθηγητές, με τρεις καθηγήτριές μας, που είχαμε ένα σαν Erasmus στο σχολείο που ανεβάζαμε θεατρικές παραστάσεις και τέτοια...Με όλο το τμήμα.</p>	<p>6 1. Δεν έχω, ούτε είχα (σύντροφο), αλλά μπορώ να απαντήσω. Θεωρώ ότι όπως είπα και προηγουμένως το Instagram και όλες οι κοινωνικές, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν έχουνε κάποια σημασία, νομίζω αν τα ‘χεις καλά αρχικά με τον εαυτό σου και έχεις εμπιστοσύνη στον άλλο άνθρωπο ποιος ο λόγος να...Στο τριπάκι να ψάχνεις, να κάνεις, να λες... γιατί έκανες like εκεί, γιατί αυτό, καταντάει πολύ, άμα το κάνει όταν είσαι, face to face, δηλαδή διαζώσης τότε θα με πείραζε, μπορεί , ενδεχομένως, αλλά πάντα σε μορφή συζήτησης θα το κάνω να δω τι γίνεται, δεν θα πω «παίρνω το καπελάκι μου και φεύγω, τελειώσαμε».</p>
<p>ΑΖΓΓ2</p>	<p>7 1. “Facebook και Viber, αυτά τα δύο.” (Τα ΜΚΔ που χρησιμοποιούν οι γονείς του). 2. “Όχι, όχι.” Δεν ακολουθούμε ο ένας τον άλλον (γιατί δεν έχουν λογαριασμούς στα ίδια ΜΚΔ). 3. “Μόνο θετικά σχόλια. Ναι, κι αστεία, σε φάση, εννοώ όχι κακά.” (Σχετικά με παρατηρήσεις που του έχουν κάνει οι γονείς του για τις αναρτήσεις του).</p>	<p>8 1. “Ομαδικές ναι, αλλά μόνο για ενημέρωση, όχι για να συζητήσουμε, καθαρά ενημέρωση. Και με καθηγητές. Και με μαθητές ναι.”</p>	<p>9 1. “Καθόλου, καθόλου.” (Σχετικά με το αν επηρεάζουν οι αναρτήσεις τη σχέση του με τον-την σύντροφο του). 2. “Τσακωμό όχι, όχι. Συζήτηση απλή. Ξέρω ‘γω.”. 3. “Ναι, όμως ασήμαντο θα ‘λεγα. Ασήμαντο, τώρα ναι, κατάλαβες...”</p>

<p>ΑΚΔΓ3</p>	<p>10 1. “Ναι.” (Οι γονείς του έχω λογαριασμό σε ΜΚΔ). 2. “Ναι.” (Ακολουθούν ο ένας τον άλλον). 3. “Ναι, παντού” (του έχει βάλει περιορισμό από παντού, αν και είναι διαδικτυακοί φίλοι, δεν μπορούν να δουν καμία δημοσίευσή του). 4. “Όχι.” (Δεν του έχουν κάνει ποτέ παρατήρηση για κάποια δημοσίευση του).</p>	<p>11 1. “Ναι, αρκετές φορές.” (Χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ με τους συμμαθητές του). 2. “Ναι” (συμμετέχει σε ομαδικές συνομιλίες στα ΜΚΔ με τους συμμαθητές του και τους καθηγητές του).</p>	<p>12 1. “Πιστεύω πως ναι. Είναι άλλη φάση αυτό, όχι φίλοι.” (Επηρεάζεται η σχέση του με τη σύντροφό του από τη συμπεριφορά τους στα ΜΚΔ). 2. “Όχι” (δεν έτυχε ποτέ να τσακωθεί με τη σύντροφό του, ούτε να έρθουν σε ρήξη).</p>
<p>ΑΝΔΓ2</p>	<p>13 1. “Ναι, σε πολλές.” (Έχουν οι γονείς τους λογαριασμούς σε πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης). 2. “Ναι, δυστυχώς. Όχι, για πλάκα το είπα.” (Εάν ακολουθούν ο ένας τον άλλον). 3. “Δεν μου έχει τύχει ποτέ.” (Να του κάνουν κάποια παρατήρηση οι γονείς του για κάποια ανάρτησή του στα ΜΚΔ).</p>	<p>14 1. “Ναι, αρκετές φορές.” (Χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ με τους συμμαθητές και τους καθηγητές του). 2. “Ομαδικές, ναι.”</p>	<p>15 1. “Στη μεταξύ μας σχέση θεωρώ όχι τόσο”. 2. “Α, ναι.” (Έχει δημιουργηθεί ένταση στη σχέση του με τη σύντροφό του εξαιτίας κάποιας συμπεριφοράς του στα ΜΚΔ).</p>
<p>ΑΠΔΑ2</p>	<p>16 1. “Ο μπαμπάς μου έχει Viber και Instagram, η μάνα μου Viber και η αδερφή μου Instagram, Tik Tok και Snap Chat.” 2. “Ναι.” (Ακολουθούν ο ένας τον άλλον). 3. “Όχι.” (Δεν του έχουν κάνει ποτέ παρατήρηση οι γονείς του για κάποια ανάρτησή του).</p>	<p>17 1. “Έχουμε μια ομαδική με τους συμμαθητές μου για τα μαθήματα αλλά γι’ αυτό που είπατε για τα σχολεία κι αυτά όχι, δεν έχει τύχει.” 2. “Όχι, όχι.” (Δεν επικοινωνεί μέσω ΜΚΔ με τους καθηγητές του).</p>	<p>18 1. “Προσωπικά εμένα δε με επηρεάζει κάπως αυτό απλά όταν ξέρω γω είναι δυο άνθρωποι σε σχέση και η άλλη ανεβάζει κάτι διάφορα με στιχάκια, χαζομάρες και τέτοια ο άλλος μπορεί να καταλάβει διάφορα και έτσι υπάρχει μια σύγκρουση.” 2. “Κάποιες φορές ναι, αλλά όχι σε τόσο μεγάλο βαθμό.” (Έχει έρθει σε σύγκρουση με τη σύντροφό του για κάποια συμπεριφορά τους στα ΜΚΔ).</p>
<p>ΑΣΚΒ3</p>	<p>19 1. “Ναι.” (Οι γονείς του έχουν λογαριασμό σε ΜΚΔ). 2. “Ναι.” (Ακολουθούν ο ένας τον άλλον). 3. “Όχι, συμβουλές μου δίνουν πιο πολύ, να προσέχω κτλ.” (Σχετικά με το εάν του έχουν κάνει ποτέ παρατήρηση για κάποια ανάρτησή του).</p>	<p>20 1. “Με τους συμμαθητές μου, με τους καθηγητές μου όχι.”</p>	<p>21 1. “Όχι.” (Οι αναρτήσεις του δεν επηρεάζουν τη σχέση του με τη σύντροφό του). 2. “Όχι.” (Ούτε υπήρξε ρήξη στη σχέση του εξαιτίας κάποιας συμπεριφοράς στα ΜΚΔ).</p>
<p>ΑΣΜΒ4</p>	<p>22 1. “Ναι” (οι γονείς του χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ). 2. “Α, ναι, στο Facebook.” (Είναι διαδικτυακοί φίλοι). 3. “Στα άλλα δεν έχουν, κι αν είχαν δεν θα ήμασταν. Δε χρειάζεται. Δεν κάνω και κάτι απλά δεν είναι, δεν μ’ αρέσει”. 4. “Θα μπορούσε, αλλά δεν νομίζω.” (Δε θα ήθελε να νιώθει ενδεχομένως, ότι τον ελέγχουν). 5. “Όχι.” (Δεν του</p>	<p>23 1. “Ναι” (χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ με τους συμμαθητές και τους καθηγητές του). 2. “Έχουμε κάνει αυτό της τάξης.” (Γκρουπάκι για να επικοινωνούν).</p>	<p>24 1. “Όχι” (δεν επηρεάζουν οι αναρτήσεις τους τη σχέση του με τη σύντροφό του). 2. “Προφανώς, ναι.” (Έχει οδηγήσει κάποια συμπεριφορά του στα ΜΚΔ σε τσακωμό). 3. “Ναι. Δεν ήταν τόσο στα social media..., η συζήτηση από κει.” (Έχει έρθει σε ρήξη η σχέση του εξαιτίας</p>

	έχουν κάνει παρατήρηση ποτέ για κάποια ανάρτησή του).		συμπεριφορά τους στα ΜΚΔ).
ΑΒΑΓ1	25 1. “Έχουν” (οι γονείς του χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ). 2. “Ναι” (είναι διαδικτυακοί φίλοι). 3. “Όχι” (δεν του έχουν κάνει ποτέ παρατήρηση).	26 1. “Ναι.” (Χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ με τους συμμαθητές του για θέματα που αφορούν στο σχολείο). 2. “Και με καθηγητές ναι, ναι.”	27 1. “Ναι, ναι, ναι.” (Επιηρέαζον οι αναρτήσεις τους τη σχέση του με τη σύντροφό του). 2. “Έ τσακωμό λίγο εκεί πέρα.”
ΚΑΔΓ2	28 1. “Ναι.” (Οι γονείς της έχουν λογαριασμούς σε ΜΚΔ). 2. “Ναι” (ακολουθούν ο ένας τον άλλον). 3. “Όχι. Πατάνε σε όλα like και λένε «Α, ωραία είσαι!»”	29 1. “Ναι. Ναι. Ειδικά τώρα με το φροντιστήριο κι αυτά, συνέχεια.” (Χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ με συμμαθητές και καθηγητές).	30 1. “Όχι.” (Δεν επηρεάζεται η σχέση της από τις αναρτήσεις της και του συντρόφου της). 2. “Όχι. Όχι, δε νομίζω.” (Δεν έχει τσακωθεί, ούτε έχει έρθει ποτέ σε ρήξη με τον σύντρόφό της εξαιτίας κάποιας συμπεριφοράς του στα ΜΚΔ).
ΚΑΜΑ1	31 1. “Όχι, δεν έχουν, καμία.” (Σχετικά με το εάν οι γονείς της έχουν λογαριασμό σε κάποια πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης). 2. Όχι (προφανώς δεν ακολουθούν ο ένας τον άλλον). 3. “Επικοινωνώ με τους γονείς μου αλλά δεν έχει τύχει κάτι τέτοιο γιατί...Επικοινωνώ γενικά με τους γονείς μου, έχουμε μια καλή σχέση, εμπιστευόμαστε ο ένας τον άλλο αλλά μια τέτοια κατάσταση δεν μου έχει τύχει ποτέ γιατί δεν ανεβάζω και πολλά πράγματα.” (Σχετικά με το εάν της έχουν κάνει κάποια παρατήρηση σχετικά με τα ΜΚΔ που χρησιμοποιεί).	32 1. “Ναι, πολλές φορές.” (Χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ με τους συμμαθητές της για θέματα που αφορούν στο σχολείο). 2. “Έχουμε ομαδικές σε όλα τα φροντιστήρια και με τους συμμαθητές μου και με τους καθηγητές κάποιες ομαδικές, ναι.”	33 1. “Πιστεύω ότι αναλόγως με το άτομο θα επηρεάζε, αλλιώς δεν πιστεύω ότι θα υπήρχε κάτι αρνητικό ανάμεσα σ’ αυτούς τους δύο. Ναι, πιστεύω ότι είναι αναλόγως με το άτομο και την προσωπικότητά του.”. 2. “Όχι με σύντροφο, αλλά με μία φίλη μου αλλά δεν πιστεύω ότι ήταν ο παράγοντας των social media γενικά σαν πλατφόρμα αλλά ένα προσωπικό θέμα που έτυχε να εμπλέκεται...”
ΚΖΔΑ1	34 1. “Λοιπόν, η μαμά μου έχει Instagram, ο μπαμπάς μου νομίζω έχει TikTok;”. 2. “Όχι, Παναγία μου.” (Δεν ακολουθούν ο ένας τον άλλον). 3. “Δεν ξέρω. Μου είχε πει «θέλω να μου κάνεις ένα λογαριασμό» και τώρα αν τον χρησιμοποιεί ή όχι δεν ξέρω αλλά δεν μου έχει πει τίποτα να με ακολουθήσει ή κάτι τέτοιο, δεν το έχει κάνει ποτέ.”. 4. “Εντάξει, δεν θα ανέβαζα ακριβώς ό,τι ήθελα να ανεβάσω.”. 5. “Θα είχα. Απλά για σπόντες, αν ήθελα να πετάξω καμιά σπόντα για κάποιον, δεν θα μπορούσα γιατί θα το έβλεπε ο μπαμπάς μου, ας πούμε. Δεν είναι	35 1. “Social media; Όχι.”. 2. “Όχι, πέρσι μόνο ήμουνα, στο Viber είχαμε μια ομάδα αλλά μέχρι εκεί.”. 3. “Δεν είμαι εγώ μέσα. Θα στείλω στην Έρρικα (συμμαθήτρια της) αλλά μιλάμε μεταξύ μας.” (Σε ομαδική συνομιλία).	36 1. “Όχι...” (σχετικά με το εάν επηρεάζει η προσωπική της ζωή από αναρτήσεις στα ΜΚΔ). 2. “Όχι.” (Δεν έχει οδηγηθεί ποτέ κάποια σχέση της σε χωρισμό εξαιτίας κάποιας συμπεριφοράς στα ΜΚΔ).

	<p>ότι ανεβάζω κάτι περίεργο. Απλά ναι...". 6. "Τους έχω δείξει εγώ." (Αναρτήσεις δικές της στα ΜΚΔ). 7. "Τίποτα, μου λένε ότι είσαι πολύ όμορφη, αυτό. Α η μαμά μου μου έχει πει και «Πώς είσαι έτσι;»"</p>		
ΚΖΚΒ3	<p>37 1. "Έχουν αλλά δεν τα χρησιμοποιούν πολύ." (Για τους γονείς της εάν έχουν λογαριασμό σε κάποιο ΜΚΔ). 2. "Στο Facebook μόνο για να μιλάμε στο Messenger". 3. "Ναι." (Ακολουθούν ο ένας τον άλλον στα ΜΚΔ). 4. "Ε ναι, φυσικά, νομίζω σε όλους το κάνουν αυτό. Όλοι οι γονείς." (Της έχουν κάνει παρατήρηση οι γονείς της για τις αναρτήσεις της στα ΜΚΔ).</p>	<p>38 1. "Ναι, συνέχεια. Ναι, ναι, ναι. Η τάξη." (Έχουν ομαδική συνομιλία με τους συμμαθητές της). 2. "Στο Instagram γιατί πλέον όλοι αυτό έχουνε.". 3. "Με καθηγητές δεν έχουμε."</p>	<p>39 1. "Ναι." (Επηρεάζουν οι αναρτήσεις τους τη σχέση της με τον σύντροφο της). 2. "Ναι, ναι." (Έχει οδηγηθεί σε ρήξη η σχέση της με τον σύντροφό της εξαιτίας της συμπεριφοράς του στα ΜΚΔ).</p>
ΚΚΚΒ3	<p>40 1. "Ναι." (Οι γονείς της χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ). 2. "Ναι." (Ακολουθούν ο ένας τον άλλον). 3. "Ναι." (Της έχουν κάνει παρατήρηση για κάποια συμπεριφορά της ή ανάρτησή της στα ΜΚΔ).</p>	<p>41 1. "Ναι. Έχουμε ομαδικές ξέρω γω οι συμμαθητές απ' το σχολείο και στο φροντιστήριο με τους καθηγητές.". 2. "Τα social media όχι, αλλά το διαδικτυο ναι. Αλλά πολλές φορές ας πούμε στέλνεις ένα μήνυμα στην ομαδική του σχολείου να σου πει αυτό, να σου στείλει μια φωτογραφία το τετράδιο, τα μαθήματα, όλα αυτά."</p>	<p>42 1. "Όχι." (Δεν επηρεάζουν οι αναρτήσεις τους τη σχέση της με τον σύντροφό της). 2. "Όχι." (Δεν έχει οδηγηθεί σε ρήξη κάποια σχέση της εξαιτίας κάποιας συμπεριφοράς στα ΜΚΔ).</p>
ΚΚΕΒ3	<p>43 1. "Ναι." (Οι γονείς της έχουν λογαριασμό σε ΜΚΔ). 2. "Ναι." (Ακολουθούν ο ένας τον άλλον). 3. "Όχι." (Δεν έχει τύχει να της κάνουν οι γονείς της κάποια παρατήρηση για κάποια ανάρτηση ή συμπεριφορά της στα ΜΚΔ).</p>	<p>44 1. "Α, αυτό ναι, υπάρχει." (Σχετικά με το εάν υπάρχει κάποιο γκρουπ στα ΜΚΔ για να επικοινωνούν με τους συμμαθητές της). 2. "Όχι, όχι." (Δεν υπάρχει κάποιο αντίστοιχο γκρουπ για να επικοινωνούν με τους καθηγητές της).</p>	<p>45 1. "Όχι." (Σχετικά με το εάν επηρεάζεται η σχέση της με τον σύντροφό της από τις αναρτήσεις τους στα ΜΚΔ). 2. "Όχι." (Σχετικά με το εάν έχει έρθει σε ρήξη κάποια συναισθηματική της σχέση εξαιτίας κάποια συμπεριφοράς στα ΜΚΔ).</p>
ΚΜΗΑ3	<p>46 1. "Ναι, έχουν στο Facebook και στο Instagram." (Σχετικά με το εάν οι γονείς της χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ). 2. "Ναι, είμαστε." (Είναι διαδικτυακοί φίλοι με τους γονείς της). 3. "Όχι, ποτέ. Απλά το μόνο που μου λένε είναι να μειώνω τον χρόνο μου στα social media.". 4. "Ε, ναι, υπήρχε ένα διάστημα που έβλεπαν να περπατάω με το κινητό μες στο σπίτι και μου</p>	<p>47 1. "Ναι, φυσικά, έχουμε ομαδική στο Instagram με τους συμμαθητές για να ενημερωνόμαστε για τα μαθήματα και με τους καθηγητές, όταν είχα συμμετάσχει στο Erasmus πέρυσι και φέτος έχουμε πάλι ομαδικές."</p>	<p>1. "Επειδή δεν είχα, δεν μπορώ να σου απαντήσω." (Δεν μπορεί να απαντήσει σε ερώτηση που αφορά στη συναισθηματική της ζωή).</p>

	<p>‘λεγαν να το κόψω και το ‘χω κόψει, το ‘χω ελαττώσει, πάντα ασ πούμε κάθομαι, δεν είμαι συνέχεια, ναι, δεν, είχα ένα θέμα για κάποιο διάστημα.”.</p>		
ΚΝΛΓ3	<p>48 1. “Ναι. Η μαμά μου μόνο, ο μπαμπάς μου δεν έχει τίποτα.” (Σχετικά με το εάν οι γονείς της χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ). 2. “Όχι. Γιατί συνήθως θα με πάρει τηλέφωνο και δε χρειάζεται και στο Messenger.” (Σχετικά με το εάν ακολουθούν ο ένας τον άλλον). 3. “Ναι. Τα σχόλια βασικά με ενοχλούν.” (Γι’ αυτό δεν ακολουθούν ο ένας τον άλλον). 4. “Στο Instagram τουλάχιστον δεν μ’ ακολουθεί, αλλά της δείχνω φωτογραφίες που θα ανέβαζα. Από κει μόνο παίρνω τη γνώμη της άμα θέλω.” 5. “Αλλά και όχι να είναι, και μ’ αρέσει εμένα, θα το ανεβάσω.”</p>	<p>49 1. “Στο φροντιστήριο το κάνουμε αυτό.” 2. “Όχι” (σχετικά με το εάν έχουν δημιουργήσει κάποιο γκρουπ για να επικοινωνούν μεταξύ τους οι μαθητές ή και οι καθηγητές του σχολείου).</p>	<p>50 1. “Όχι, τίποτα.” (Σχετικά με το εάν επηρεάζει η συμπεριφορά της και του συντρόφους της στα ΜΚΔ τη μεταξύ τους σχέση).</p>
ΚΣΜΒ2	<p>51 1. “Ναι.” (Σχετικά με το εάν οι γονείς της χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ). 2. “Ναι, ναι.” (Ακολουθούν ο ένας τον άλλον στα ΜΚΔ). 3. “Όχι. Ο μπαμπάς μου έχει μόνο Facebook και στο Facebook εγώ δεν ασχολούμαι, δεν έχω ούτε φωτογραφία προφίλ απλά το όνομα έχω. Η μαμά μου έχει Instagram και μία φορά, αυτό, είχε δει μια φωτογραφία που δεν είναι ότι δεν της είχε αρέσει απλά σαν αισθητική...”. 4. “Ναι, αλλά δεν είναι ότι μου είπε ότι ήταν προσβλητικό ή δεν ήταν της ηλικίας σου, δεν της άρεσε σαν εικόνα.” 5. “Ναι, με τη μαμά γενικά είμαστε πολύ ειλικρινείς.”</p>	<p>52 1. “Υπάρχει τέτοιο σε ομάδες, κυρίως με συμμαθητές. Εγώ με καθηγητές έχω μόνο στο φροντιστήριο. Προτιμώ βέβαια ό,τι μπορώ να το κάνω δια ζώσης, θα το κάνω δια ζώσης, αλλά σε τέτοιες περιπτώσεις προφανώς και θα επιλέξω να μου στείλει κάποιος τα μαθήματα γιατί εντάξει, για να μη πήγα σημαίνει ότι έχω κάποιο λόγο.”</p>	<p>53 1. “Δεν μου έχει τύχει. Απλά αυτό που μου έχει συμβεί, να δω ανάρτησή του που δεν ήταν κάτι που ζήτησα ή... απλά δεν μου άρεσε, το θεώρησα χαζό. Αυτό που ανέβασε ήταν βίντεο τώρα περιεχομένου ανούσιου εντελώς.” 2. “Σε τσακωμό μάλλον ότι έβλεπα ότι ήταν ενεργός και δεν μου απαντούσε ενώ συζητούσαμε για ένα σχετικά σοβαρό θέμα, για μένα ήταν σοβαρό, τώρα δεν ξέρω γιατί ήτανε...”. 3. “Με εκνεύρισε πολύ και του το ‘χα πει.”</p>
ΚΤΣΑ4	<p>54 1. “Η μαμά μου πρόσφατα έκανε Instagram.”. 2. “Ναι.” (Ακολουθούν η μία την άλλη στα ΜΚΔ). 3. “Γενικά η μαμά μου δεν είναι ένας άνθρωπος, ο οποίος θα κάτσει να το ελέγξει ασ πούμε, δηλαδή αν μπει στο Instagram, θα μπει και σπάνια, αλλά γενικά όταν ανεβάζω κάτι μπορεί να της το δείξω και να μου πει «Πολύ ωραίο είναι», δεν θα μου πει ποτέ κάτι πιο...”</p>	<p>55 1. “Με τους καθηγητές όχι, σχεδόν, όχι σχεδόν, ποτέ.”. 2. “Όχι, αν έχουμε όμως στο φροντιστήριο αλλά δεν μιλάμε.”. 3. “Υπάρχει ομαδική, ναι, αν θέλουμε να ρωτήσουμε κάτι, υπάρχει και το συγκεκριμένο προφίλ που μιλάς μόνο με προσωπικό ασ πούμε, απ’ το Viber.”. 4. “Ναι, κάποια ομαδική που αν θέλει να ρωτήσει κάποιος κάτι, αυτό.” (Σχετικά με το εάν</p>	<p>1. “Δεν είχα.” (Δεν είχε σύντροφο ποτέ, δεν μπορεί να απαντήσει στις αντίστοιχες ερωτήσεις).</p>

		χρησιμοποιεί με τους συμμαθητές της τα ΜΚΔ).	
ΚΩΔΙΚΟΙ	1. Οι γονείς διαθέτουν λογαριασμό σε ΜΚΔ	1. Επικοινωνία με συμμαθητές μέσω ομαδικής συνομιλίας σε ΜΚΔ για θέματα που αφορούν στο σχολείο	1. Οι συναισθηματικές σχέσεις δεν επηρεάζονται από δημοσιεύσεις και συμπεριφορές στα ΜΚΔ
	2. Γονείς και έφηβοι είναι διαδικτυακοί φίλοι	2. Επικοινωνία με τους καθηγητές του φροντιστηρίου μέσω ΜΚΔ για εκπαιδευτικούς σκοπούς	2. Δεν έχει προκληθεί ρήξη σε κάποια συναισθηματική σχέση εξαιτίας συμπεριφορών στα ΜΚΔ
	3. Οι γονείς δεν κάνουν παρατηρήσεις στους εφήβους σχετικά με δημοσιεύσεις/συμπεριφορές των παιδιών τους στα ΜΚΔ	3. Καμία επικοινωνία με τους καθηγητές μέσω των ΜΚΔ για εκπαιδευτικούς σκοπούς	3. Τα ΜΚΔ δε θα πρέπει να επηρεάζουν τις συναισθηματικές σχέσεις
	4. Όχι πολύ συχνή χρήση των ΜΚΔ από τους γονείς	4. Επικοινωνία μέσω ομαδικής συνομιλίας στο Instagram με τους συμμαθητές	4. Η συμπεριφορά των ανθρώπων στη διά ζώσης επαφή είναι πιο σημαντική από τη συμπεριφορά στα ΜΚΔ
	5. Οι γονείς συνήθως χρησιμοποιούν το Facebook κατά κύριο λόγο	5. Επικοινωνία μέσω ομαδικής συνομιλίας στο Viber με τους καθηγητές του σχολείου για εκπαιδευτικούς σκοπούς	5. Συμπεριφορές στα ΜΚΔ έχουν οδηγήσει σε συζητήσεις με τον/την σύντροφο
	6. Άτομα του στενού οικογενειακού περιβάλλοντος κάνουν παρατηρήσεις σχετικά με δημοσιεύσεις των εφήβων	6. Οι ομαδικές συνομιλίες στα ΜΚΔ αφορούν μόνο σε ενημέρωση	6. Συμπεριφορές στα ΜΚΔ επηρεάζουν τις συναισθηματικές σχέσεις των εφήβων
	7. Οι γονείς συνήθως χρησιμοποιούν το Facebook και το Viber	7. Επικοινωνία με καθηγητές του σχολείου μέσω ομαδικής συνομιλίας σε ΜΚΔ για θέματα που αφορούν στο σχολείο	7. Έχει προκληθεί ρήξη σε κάποια συναισθηματική σχέση εξαιτίας συμπεριφορών στα ΜΚΔ, αλλά όχι σοβαρή
	8. Γονείς και έφηβοι δεν είναι διαδικτυακοί φίλοι	8. Επικοινωνία με συμμαθητές από το φροντιστήριο μέσω ομαδικής συνομιλίας σε ΜΚΔ για εκπαιδευτικούς σκοπούς	8. Συμπεριφορές στα ΜΚΔ επηρεάζουν τις συναισθηματικές σχέσεις των εφήβων, αλλά αυτό εξαρτάται από την προσωπικότητα του καθενός
	9. Επιβολή περιορισμού στην ορατότητα των γονέων σε δημοσιεύσεις/αναρτήσεις	9. Καμία συμμετοχή σε ομαδική συνομιλία για εκπαιδευτικούς σκοπούς στα ΜΚΔ με συμμαθητές	
	10. Οι γονείς δεν κάνουν παρατηρήσεις στους εφήβους σχετικά με δημοσιεύσεις/συμπεριφορές των παιδιών τους στα ΜΚΔ	10. Προτίμηση προσωπικής επικοινωνίας μέσω ΜΚΔ με φίλους για θέματα που αφορούν στο σχολείο	

	11. Οι γονείς δίνουν συμβουλές στους εφήβους σχετικά με τη χρήση των ΜΚΔ	11. Το Instagram είναι δημοφιλές ΜΚΔ (κοινός κωδικός με το 2ο Ερ. Υπ. του 1ου Ε.Ε.)	
	12. Οι έφηβοι δεν επιθυμούν τη διαδικτυακή φιλία με τους γονείς στα ΜΚΔ που χρησιμοποιούν συχνά	12. Προτίμηση στη δια ζώσης ενημέρωση σχετικά με θέματα που αφορούν στο σχολείο	
	13. Οι έφηβοι δε θέλουν να νιώθουν, ότι ελέγχονται από τους γονείς τους στα ΜΚΔ		
	14. Οι γονείς αντιδρούν σε δημοσιεύσεις των εφήβων και σχολιάζουν		
	15. Υπάρχει καλή επικοινωνία και εμπιστοσύνη μεταξύ γονέων και εφήβων		
	16. Οι γονείς χρησιμοποιούν το Instagram και το Tik Tok		
	17. Απουσία ενδιαφέροντος από την πλευρά των γονέων για αλληλεπίδραση στα ΜΚΔ με τα παιδιά τους		
	18. Εξάρτηση εφήβου από το Διαδίκτυο		
	19. Αδιαφορία των εφήβων για την άποψη των γονέων περί χρήσης των ΜΚΔ		
	20. Απουσία ελέγχου από την πλευρά των γονέων		

Σχόλια

Ερευνητικό Ερώτημα 2

1. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 5:24:28 μμ

Κωδικός:

1. Οι γονείς διαθέτουν λογαριασμό σε ΜΚΔ
2. Γονείς και έφηβοι είναι διαδικτυακοί φίλοι
3. Οι γονείς δεν κάνουν παρατηρήσεις στους εφήβους σχετικά με δημοσιεύσεις/συμπεριφορές των παιδιών τους στα ΜΚΔ

2. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 8:23:32 πμ

Κωδικός:

1. Επικοινωνία με συμμαθητές μέσω ομαδικής συνομιλίας σε ΜΚΔ για θέματα που αφορούν στο σχολείο
2. Επικοινωνία με τους καθηγητές του φροντιστηρίου μέσω ΜΚΔ για εκπαιδευτικούς σκοπούς
3. Καμία επικοινωνία με τους καθηγητές μέσω των ΜΚΔ για εκπαιδευτικούς σκοπούς

3. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 9:37:16 πμ

Κωδικός:

1. Οι συναισθηματικές σχέσεις δεν επηρεάζονται από δημοσιεύσεις και συμπεριφορές στα ΜΚΔ
2. Δεν έχει προκληθεί ρήξη σε κάποια συναισθηματική σχέση εξαιτίας συμπεριφορών στα ΜΚΔ

4. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 5:29:10 μμ

Κωδικός:

1. Οι γονείς διαθέτουν λογαριασμό σε ΜΚΔ
2. Όχι πολύ συχνή χρήση των ΜΚΔ από τους γονείς
3. Οι γονείς συνήθως χρησιμοποιούν το Facebook κατά κύριο λόγο
4. Γονείς και έφηβοι είναι διαδικτυακοί φίλοι
5. Οι γονείς δεν κάνουν παρατηρήσεις στους εφήβους σχετικά με δημοσιεύσεις/συμπεριφορές των παιδιών τους στα ΜΚΔ
6. Άτομα του στενού οικογενειακού περιβάλλοντος κάνουν παρατηρήσεις σχετικά με δημοσιεύσεις των εφήβων

5. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 8:27:45 πμ

Κωδικός:

1. Επικοινωνία με συμμαθητές μέσω ομαδικής συνομιλίας σε ΜΚΔ για θέματα που αφορούν στο σχολείο
2. Επικοινωνία μέσω ομαδικής συνομιλίας στο Instagram με τους συμμαθητές
3. Επικοινωνία μέσω ομαδικής συνομιλίας στο Viber με τους καθηγητές του σχολείου για εκπαιδευτικούς σκοπούς

6. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 9:48:12 πμ

Κωδικός:

1. Τα ΜΚΔ δε θα πρέπει να επηρεάζουν τις συναισθηματικές σχέσεις
2. Η συμπεριφορά των ανθρώπων στη διά ζώσης επαφή είναι πιο σημαντική από τη συμπεριφορά στα ΜΚΔ

7. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 5:33:25 μμ

Κωδικός:

1. Οι γονείς διαθέτουν λογαριασμό σε ΜΚΔ
2. Οι γονείς συνήθως χρησιμοποιούν το Facebook και το Viber
3. Γονείς και έφηβοι δεν είναι διαδικτυακοί φίλοι
4. Οι γονείς κάνουν παρατηρήσεις στους εφήβους σχετικά με δημοσιεύσεις/συμπεριφορές των παιδιών τους στα ΜΚΔ

8. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 8:35:49 πμ

Κωδικός:

1. Επικοινωνία με συμμαθητές μέσω ομαδικής συνομιλίας σε ΜΚΔ για θέματα που αφορούν στο σχολείο
2. Οι ομαδικές συνομιλίες στα ΜΚΔ αφορούν μόνο σε ενημέρωση
3. Επικοινωνία με καθηγητές μέσω ομαδικής συνομιλίας σε ΜΚΔ μόνο για ενημερωτικούς σκοπούς

9. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 9:54:14 πμ

Κωδικός:

1. Οι συναισθηματικές σχέσεις δεν επηρεάζονται από δημοσιεύσεις και συμπεριφορές στα ΜΚΔ

Ερευνητικό Ερώτημα 2

2. Δεν έχει προκληθεί ρήξη σε κάποια συναισθηματική σχέση εξαιτίας συμπεριφορών στα ΜΚΔ
3. Συμπεριφορές στα ΜΚΔ έχουν οδηγήσει σε συζητήσεις με τον/την σύντροφο

10. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 5:41:04 μμ

Κωδικοί:

1. Οι γονείς διαθέτουν λογαριασμό σε ΜΚΔ
2. Γονείς και έφηβοι είναι διαδικτυακοί φίλοι
3. Επιβολή περιορισμού στην ορατότητα των γονέων σε δημοσιεύσεις/αναρτήσεις
4. Οι γονείς δεν κάνουν παρατηρήσεις στους εφήβους σχετικά με δημοσιεύσεις/συμπεριφορές των παιδιών τους στα ΜΚΔ

11. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 8:38:08 πμ

Κωδικοί:

1. Επικοινωνία με συμμαθητές μέσω ομαδικής συνομιλίας σε ΜΚΔ για θέματα που αφορούν στο σχολείο
2. Επικοινωνία με καθηγητές τους σχολείου μέσω ομαδικής συνομιλίας σε ΜΚΔ για θέματα που αφορούν στο σχολείο

12. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 9:56:18 πμ

Κωδικοί:

1. Συμπεριφορές στα ΜΚΔ επηρεάζουν τις συναισθηματικές σχέσεις των εφήβων
2. Δεν έχει προκληθεί ρήξη σε κάποια συναισθηματική σχέση εξαιτίας συμπεριφορών στα ΜΚΔ

13. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 5:45:12 μμ

Κωδικοί:

1. Οι γονείς διαθέτουν λογαριασμό σε ΜΚΔ
2. Γονείς και έφηβοι είναι διαδικτυακοί φίλοι
3. Οι γονείς δεν κάνουν παρατηρήσεις στους εφήβους σχετικά με δημοσιεύσεις/συμπεριφορές των παιδιών τους στα ΜΚΔ

14. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 8:39:46 πμ

Κωδικοί:

1. Επικοινωνία με συμμαθητές μέσω ομαδικής συνομιλίας σε ΜΚΔ για θέματα που αφορούν στο σχολείο
2. Επικοινωνία με καθηγητές τους σχολείου μέσω ομαδικής συνομιλίας σε ΜΚΔ για θέματα που αφορούν στο σχολείο

15. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 9:58:50 πμ

Κωδικοί:

1. Συμπεριφορές στα ΜΚΔ επηρεάζουν τις συναισθηματικές σχέσεις των εφήβων

16. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 5:46:55 μμ

Κωδικοί:

1. Οι γονείς διαθέτουν λογαριασμό σε ΜΚΔ
2. Οι γονείς χρησιμοποιούν το Viber και Instagram
3. Γονείς και έφηβοι είναι διαδικτυακοί φίλοι
4. Οι γονείς δεν κάνουν παρατηρήσεις στους εφήβους σχετικά με δημοσιεύσεις/συμπεριφορές των παιδιών τους στα ΜΚΔ

17. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 8:52:32 πμ

Κωδικοί:

1. Επικοινωνία με συμμαθητές μέσω ομαδικής συνομιλίας σε ΜΚΔ για θέματα που αφορούν στο σχολείο
2. Καμία επικοινωνία με τους καθηγητές μέσω των ΜΚΔ για εκπαιδευτικούς σκοπούς

18. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 10:00:16 πμ

Κωδικοί:

1. Συμπεριφορές στα ΜΚΔ επηρεάζουν τις συναισθηματικές σχέσεις των εφήβων
2. Έχει προκληθεί ρήξη σε κάποια συναισθηματική σχέση εξαιτίας συμπεριφορών στα ΜΚΔ, αλλά όχι σοβαρή

19. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 5:48:45 μμ

Κωδικοί:

1. Οι γονείς διαθέτουν λογαριασμό σε ΜΚΔ
2. Γονείς και έφηβοι είναι διαδικτυακοί φίλοι
3. Οι γονείς δεν κάνουν παρατηρήσεις στους εφήβους σχετικά με δημοσιεύσεις/συμπεριφορές των παιδιών τους στα ΜΚΔ

Ερευνητικό Ερώτημα 2

4. Οι γονείς δίνουν συμβουλές στους εφήβους σχετικά με τη χρήση των ΜΚΔ

20. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 8:53:23 πμ

Κωδικοί:

1. Επικοινωνία με συμμαθητές μέσω ομαδικής συνομιλίας σε ΜΚΔ για θέματα που αφορούν στο σχολείο
2. Καμία επικοινωνία με τους καθηγητές μέσω των ΜΚΔ για εκπαιδευτικούς σκοπούς

21. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 10:01:52 πμ

Κωδικοί:

1. Οι συναισθηματικές σχέσεις δεν επηρεάζονται από δημοσιεύσεις και συμπεριφορές στα ΜΚΔ
2. Δεν έχει προκληθεί ρήξη σε κάποια συναισθηματική σχέση εξαιτίας συμπεριφορών στα ΜΚΔ

22. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 5:51:33 μμ

Κωδικοί:

1. Οι γονείς διαθέτουν λογαριασμό σε ΜΚΔ
2. Γονείς και έφηβοι είναι διαδικτυακοί φίλοι
3. Οι γονείς χρησιμοποιούν το Facebook
4. Οι έφηβοι δεν επιθυμούν τη διαδικτυακή φίλια με τους γονείς στα ΜΚΔ που χρησιμοποιούν συχνά
5. Οι έφηβοι δε θέλουν να νιώθουν, ότι ελέγχονται από τους γονείς τους στα ΜΚΔ
6. Οι γονείς δεν κάνουν παρατηρήσεις στους εφήβους σχετικά με δημοσιεύσεις/συμπεριφορές των παιδιών τους στα ΜΚΔ

23. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 8:54:30 πμ

Κωδικοί:

1. Επικοινωνία με συμμαθητές μέσω ομαδικής συνομιλίας σε ΜΚΔ για θέματα που αφορούν στο σχολείο
2. Επικοινωνία με καθηγητές τους σχολείου μέσω ομαδικής συνομιλίας σε ΜΚΔ για θέματα που αφορούν στο σχολείο

24. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 10:04:01 πμ

Κωδικοί:

1. Οι συναισθηματικές σχέσεις δεν επηρεάζονται από δημοσιεύσεις και συμπεριφορές στα ΜΚΔ
2. Έχει προκληθεί ρήξη σε κάποια συναισθηματική σχέση εξαιτίας συμπεριφορών στα ΜΚΔ

25. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 5:57:47 μμ

Κωδικοί:

1. Οι γονείς διαθέτουν λογαριασμό σε ΜΚΔ
2. Γονείς και έφηβοι είναι διαδικτυακοί φίλοι
3. Οι γονείς δεν κάνουν παρατηρήσεις στους εφήβους σχετικά με δημοσιεύσεις/συμπεριφορές των παιδιών τους στα ΜΚΔ

26. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 8:54:50 πμ

Κωδικοί:

1. Επικοινωνία με συμμαθητές μέσω ομαδικής συνομιλίας σε ΜΚΔ για θέματα που αφορούν στο σχολείο
2. Επικοινωνία με καθηγητές τους σχολείου μέσω ομαδικής συνομιλίας σε ΜΚΔ για θέματα που αφορούν στο σχολείο

27. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 10:05:35 πμ

Κωδικοί:

1. Συμπεριφορές στα ΜΚΔ επηρεάζουν τις συναισθηματικές σχέσεις των εφήβων
2. Έχει προκληθεί ρήξη σε κάποια συναισθηματική σχέση εξαιτίας συμπεριφορών στα ΜΚΔ, αλλά όχι σοβαρή

28. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 6:02:01 μμ

Κωδικοί:

1. Οι γονείς διαθέτουν λογαριασμό σε ΜΚΔ
2. Γονείς και έφηβοι είναι διαδικτυακοί φίλοι
3. Οι γονείς δεν κάνουν παρατηρήσεις στους εφήβους σχετικά με δημοσιεύσεις/συμπεριφορές των παιδιών τους στα ΜΚΔ
4. Οι γονείς αντιδρούν σε δημοσιεύσεις των εφήβων και σχολιάζουν

29. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 8:57:28 πμ

Κωδικοί:

1. Επικοινωνία με συμμαθητές μέσω ομαδικής συνομιλίας σε ΜΚΔ για θέματα που αφορούν στο σχολείο

Ερευνητικό Ερώτημα 2

2. Επικοινωνία με τους καθηγητές του φροντιστηρίου μέσω ΜΚΔ για εκπαιδευτικούς σκοπούς

30. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 10:06:02 πμ

Κωδικός:

1. Οι συναισθηματικές σχέσεις δεν επηρεάζονται από δημοσιεύσεις και συμπεριφορές στα ΜΚΔ
2. Δεν έχει προκληθεί ρήξη σε κάποια συναισθηματική σχέση εξαιτίας συμπεριφορών στα ΜΚΔ

31. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 6:05:12 μμ

Κωδικός:

1. Οι γονείς δε διαθέτουν λογαριασμό σε ΜΚΔ
2. Οι γονείς δεν κάνουν παρατηρήσεις στους εφήβους σχετικά με δημοσιεύσεις/συμπεριφορές των παιδιών τους στα ΜΚΔ
3. Υπάρχει καλή επικοινωνία και εμπιστοσύνη μεταξύ γονέων και εφήβων

32. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 8:58:36 πμ

Κωδικός:

1. Επικοινωνία με συμμαθητές μέσω ομαδικής συνομιλίας σε ΜΚΔ για θέματα που αφορούν στο σχολείο
2. Επικοινωνία με συμμαθητές από το φροντιστήριο μέσω ομαδικής συνομιλίας σε ΜΚΔ για εκπαιδευτικούς σκοπούς
3. Επικοινωνία με τους καθηγητές του φροντιστηρίου μέσω ΜΚΔ για εκπαιδευτικούς σκοπούς

33. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 10:07:23 πμ

Κωδικός:

1. Συμπεριφορές στα ΜΚΔ επηρεάζουν τις συναισθηματικές σχέσεις των εφήβων, αλλά αυτό εξαρτάται από την προσωπικότητα του καθενός

34. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 6:12:34 μμ

Κωδικός:

1. Οι γονείς διαθέτουν λογαριασμό σε ΜΚΔ
2. Οι γονείς χρησιμοποιούν το Instagram και το Tik Tok
3. Γονείς και έφηβοι δεν είναι διαδικτυακοί φίλοι
4. Απουσία ενδιαφέροντος από την πλευρά των γονέων για αλληλεπίδραση στα ΜΚΔ με τα παιδιά τους
5. Οι έφηβοι δεν επιθυμούν τη διαδικτυακή φίλια με τους γονείς στα ΜΚΔ που χρησιμοποιούν συχνά
6. Οι έφηβοι δε θέλουν να νιώθουν, ότι ελέγχονται από τους γονείς τους στα ΜΚΔ
7. Οι γονείς δεν κάνουν παρατηρήσεις στους εφήβους σχετικά με δημοσιεύσεις/συμπεριφορές των παιδιών τους στα ΜΚΔ
8. Οι γονείς αντιδρούν σε δημοσιεύσεις των εφήβων και σχολιάζουν

35. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 9:07:31 πμ

Κωδικός:

1. Καμία συμμετοχή σε ομαδική συνομιλία για εκπαιδευτικούς σκοπούς στα ΜΚΔ με συμμαθητές
2. Προτίμηση προσωπικής επικοινωνίας μέσω ΜΚΔ με φίλους για θέματα που αφορούν στο σχολείο

36. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 10:08:36 πμ

Κωδικός:

1. Οι συναισθηματικές σχέσεις δεν επηρεάζονται από δημοσιεύσεις και συμπεριφορές στα ΜΚΔ
2. Δεν έχει προκληθεί ρήξη σε κάποια συναισθηματική σχέση εξαιτίας συμπεριφορών στα ΜΚΔ

37. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 10:00:08 μμ

Κωδικός:

1. Οι γονείς διαθέτουν λογαριασμό σε ΜΚΔ
2. Οι γονείς χρησιμοποιούν το Facebook
3. Γονείς και έφηβοι είναι διαδικτυακοί φίλοι
4. Οι γονείς κάνουν παρατηρήσεις στους εφήβους σχετικά με δημοσιεύσεις/συμπεριφορές των παιδιών τους στα ΜΚΔ

38. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 9:10:19 πμ

Κωδικός:

1. Επικοινωνία με συμμαθητές μέσω ομαδικής συνομιλίας σε ΜΚΔ για θέματα που αφορούν στο σχολείο
2. Επικοινωνία μέσω ομαδικής συνομιλίας στο Instagram με τους συμμαθητές
3. Το Instagram είναι δημοφιλές ΜΚΔ στους μαθητές του 4ου ΓΕΛ Κατερίνης (κοινός κωδικός με το 2ο Ερ. Υπ. του 1ου Ε.Ε.)
4. Καμία επικοινωνία με τους καθηγητές μέσω των ΜΚΔ για εκπαιδευτικούς σκοπούς

Ερευνητικό Ερώτημα 2

39. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 10:09:17 πμ

Κωδικοί:

1. Συμπεριφορές στα ΜΚΔ επηρεάζουν τις συναισθηματικές σχέσεις των εφήβων
2. Έχει προκληθεί ρήξη σε κάποια συναισθηματική σχέση εξαιτίας συμπεριφορών στα ΜΚΔ

40. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 10:02:03 μμ

Κωδικοί:

1. Οι γονείς διαθέτουν λογαριασμό σε ΜΚΔ
2. Γονείς και έφηβοι είναι διαδικτυακοί φίλοι
3. Οι γονείς κάνουν παρατηρήσεις στους εφήβους σχετικά με δημοσιεύσεις/συμπεριφορές των παιδιών τους στα ΜΚΔ

41. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 9:14:49 πμ

Κωδικοί:

1. Επικοινωνία με συμμαθητές μέσω ομαδικής συνομιλίας σε ΜΚΔ για θέματα που αφορούν στο σχολείο
2. Επικοινωνία με τους καθηγητές του φροντιστηρίου μέσω ΜΚΔ για εκπαιδευτικούς σκοπούς

42. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 10:10:30 πμ

Κωδικοί:

1. Οι συναισθηματικές σχέσεις δεν επηρεάζονται από δημοσιεύσεις και συμπεριφορές στα ΜΚΔ
2. Δεν έχει προκληθεί ρήξη σε κάποια συναισθηματική σχέση εξαιτίας συμπεριφορών στα ΜΚΔ

43. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 10:02:52 μμ

Κωδικοί:

1. Οι γονείς διαθέτουν λογαριασμό σε ΜΚΔ
2. Γονείς και έφηβοι είναι διαδικτυακοί φίλοι
3. Οι γονείς δεν κάνουν παρατηρήσεις στους εφήβους σχετικά με δημοσιεύσεις/συμπεριφορές των παιδιών τους στα ΜΚΔ

44. Georgia Panagiotidou

20 Μαΐου 2023 - 9:52:33 μμ

Κωδικοί:

1. Επικοινωνία με συμμαθητές μέσω ομαδικής συνομιλίας σε ΜΚΔ για θέματα που αφορούν στο σχολείο
2. Καμία επικοινωνία με τους καθηγητές μέσω των ΜΚΔ για εκπαιδευτικούς σκοπούς

45. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 10:10:48 πμ

Κωδικοί:

1. Οι συναισθηματικές σχέσεις δεν επηρεάζονται από δημοσιεύσεις και συμπεριφορές στα ΜΚΔ
2. Δεν έχει προκληθεί ρήξη σε κάποια συναισθηματική σχέση εξαιτίας συμπεριφορών στα ΜΚΔ

46. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 10:04:38 μμ

Κωδικοί:

1. Οι γονείς διαθέτουν λογαριασμό σε ΜΚΔ
2. Οι γονείς χρησιμοποιούν το Facebook και το Instagram
3. Γονείς και έφηβοι είναι διαδικτυακοί φίλοι
4. Οι γονείς δεν κάνουν παρατηρήσεις στους εφήβους σχετικά με δημοσιεύσεις/συμπεριφορές των παιδιών τους στα ΜΚΔ
5. Οι γονείς δίνουν συμβουλές στους εφήβους σχετικά με τη χρήση των ΜΚΔ
6. Εξάρτηση εφήβου από το Διαδίκτυο

47. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 9:17:11 πμ

Κωδικοί:

1. Επικοινωνία με συμμαθητές μέσω ομαδικής συνομιλίας σε ΜΚΔ για θέματα που αφορούν στο σχολείο
2. Επικοινωνία μέσω ομαδικής συνομιλίας στο Instagram με τους συμμαθητές
3. Επικοινωνία με καθηγητές τους σχολείου μέσω ομαδικής συνομιλίας σε ΜΚΔ για θέματα που αφορούν στο σχολείο

48. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 10:08:13 μμ

Κωδικοί:

1. Οι γονείς διαθέτουν λογαριασμό σε ΜΚΔ
2. Γονείς και έφηβοι δεν είναι διαδικτυακοί φίλοι
3. Οι έφηβοι δεν επιθυμούν τη διαδικτυακή φιλία με τους γονείς στα ΜΚΔ που χρησιμοποιούν συχνά

Ερευνητικό Ερώτημα 2

4. Οι έφηβοι δε θέλουν να νιώθουν, ότι ελέγχονται από τους γονείς τους στα ΜΚΔ
5. Οι γονείς αντιδρούν σε δημοσιεύσεις των εφήβων και σχολιάζουν
6. Αδιαφορία των εφήβων για την άποψη των γονέων περί χρήσης των ΜΚΔ

49. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 9:20:39 πμ

Κωδικός:

1. Επικοινωνία με συμμαθητές και καθηγητές του φροντιστηρίου μέσω ΜΚΔ για εκπαιδευτικούς σκοπούς
2. Καμία επικοινωνία μέσω ΜΚΔ με συμμαθητές και καθηγητές του σχολείου

50. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 10:11:10 πμ

Κωδικός:

1. Οι συναισθηματικές σχέσεις δεν επηρεάζονται από δημοσιεύσεις και συμπεριφορές στα ΜΚΔ

51. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 10:21:05 μμ

Κωδικός:

1. Οι γονείς διαθέτουν λογαριασμό σε ΜΚΔ
2. Γονείς και έφηβοι είναι διαδικτυακοί φίλοι
3. Οι γονείς δεν κάνουν παρατηρήσεις στους εφήβους σχετικά με δημοσιεύσεις/συμπεριφορές των παιδιών τους στα ΜΚΔ
4. Οι γονείς χρησιμοποιούν το Facebook και το Instagram
5. Οι γονείς αντιδρούν σε δημοσιεύσεις των εφήβων και σχολιάζουν
6. Υπάρχει καλή επικοινωνία και εμπιστοσύνη μεταξύ γονέων και εφήβων

52. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 9:23:30 πμ

Κωδικός:

1. Επικοινωνία με συμμαθητές μέσω ομαδικής συνομιλίας σε ΜΚΔ για θέματα που αφορούν στο σχολείο
2. Επικοινωνία με τους καθηγητές του φροντιστηρίου μέσω ΜΚΔ για εκπαιδευτικούς σκοπούς
3. Προτίμηση στη δια ζώσης ενημέρωση σχετικά με θέματα που αφορούν στο σχολείο

53. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 10:12:53 πμ

Κωδικός:

1. Συμπεριφορές στα ΜΚΔ επηρεάζουν τις συναισθηματικές σχέσεις των εφήβων
2. Έχει προκληθεί ρήξη σε κάποια συναισθηματική σχέση εξαιτίας συμπεριφορών στα ΜΚΔ, αλλά όχι κάτι σοβαρό

54. Georgia Panagiotidou

24 Ιανουαρίου 2023 - 10:24:28 μμ

Κωδικός:

1. Οι γονείς διαθέτουν λογαριασμό σε ΜΚΔ
2. Οι γονείς χρησιμοποιούν το Instagram
3. Γονείς και έφηβοι είναι διαδικτυακοί φίλοι
4. Οι γονείς δεν κάνουν παρατηρήσεις στους εφήβους σχετικά με δημοσιεύσεις/συμπεριφορές των παιδιών τους στα ΜΚΔ
5. Απουσία ελέγχου από την πλευρά των γονέων
6. Οι γονείς αντιδρούν σε δημοσιεύσεις των εφήβων και σχολιάζουν

55. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 9:27:04 πμ

Κωδικός:

1. Καμία επικοινωνία με καθηγητές του σχολείου μέσω ομαδικής συνομιλίας σε ΜΚΔ για θέματα που αφορούν στο σχολείο
2. Επικοινωνία με τους καθηγητές του φροντιστηρίου μέσω ΜΚΔ για εκπαιδευτικούς σκοπούς
3. Επικοινωνία με συμμαθητές μέσω ομαδικής συνομιλίας σε ΜΚΔ για θέματα που αφορούν στο σχολείο

Υπόμνημα Β'

Στο προηγούμενο υπόμνημα σημειώθηκε πως οι μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να επικοινωνούν με το οικογενειακό τους περιβάλλον, γεγονός που μαρτυρά, ότι γονείς και παιδιά αναπτύσσουν διάφορες μορφές διάδρασης στο πλαίσιο των κοινωνικών δικτύων. Η

συντριπτική πλειοψηφία των παιδιών δηλώνει πως οι γονείς τους διατηρούν λογαριασμούς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, κυρίως στο Facebook, το οποίο όπως φαίνεται προτιμάται από μεγαλύτερες ηλικίες, ενώ επίσης η συντριπτική πλειοψηφία δηλώνει πως ακολουθούν ο ένας τον άλλον. Οι γονείς στις περισσότερες περιπτώσεις δεν κάνουν παρατηρήσεις στα παιδιά τους για τις αναρτήσεις τους ή για ενδεχόμενες συμπεριφορές που πιθανόν να αναπτύσσουν στα κοινωνικά δίκτυα, όμως φαίνεται από τις απαντήσεις των παιδιών, πως σχολιάζουν κυρίως τις δημοσιεύσεις τους που αφορούν σε φωτογραφίες, συνήθως με θετικό τρόπο. Η παρατήρηση αυτή αφορά κυρίως τα κορίτσια και όχι τα αγόρια, τα οποία δε φαίνεται να ασχολούνται ιδιαίτερα με φωτογραφίες. Αυτό που έχει ιδιαίτερη σημασία στο σημείο αυτό είναι να τονίσουμε πως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα οποία αναγνωρίζουν πως οι δυναμικοί τους χρήστες είναι οι νέοι και ιδιαιτέρως οι έφηβοι, έχουν δημιουργήσει τα κατάλληλα εργαλεία, ώστε να δημιουργηθούν κάποιες υβριδικές σχέσεις μεταξύ γονέων και παιδιών, όπως για παράδειγμα το γεγονός ότι μπορεί κάποιος στο Instagram να ανεβάσει μία «ιστορία» από την οποία μπορεί να αποκλείσει όποιον ακόλουθο θέλει από το να δει την εν λόγω ανάρτηση, η οποία δημοσιεύεται για μόλις 24 ώρες με την παρέλευση των οποίων σβήνεται αυτόματα. Αρκετοί μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης παραδέχονται πως χρησιμοποιούν συχνά αυτές τις δυνατότητες που τους παρέχουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ενώ με τον τρόπο αυτό καί είναι διαδικτυακοί φίλοι με τους γονείς τους – οι οποίοι ψευδώς θεωρούν, ότι έχουν τη δυνατότητα ελέγχου των συμπεριφορών των παιδιών τους – καί ταυτόχρονα διατηρούν την ιδιωτικότητά τους αποκρύπτοντας σκόπιμα τις δημοσιεύσεις τους από τους γονείς τους. Οι έφηβοι γενικότερα παρατηρείται πως έρχονται σε αμηχανία λόγω της διαδικτυακής φιλίας με τους γονείς τους και αρκετές φορές στις συνεντεύξεις των μαθητών επισημαίνεται, πως δε θέλουν να νιώθουν πως ελέγχονται από το οικογενειακό τους περιβάλλον, ενώ αρκετά παιδιά τονίζουν πως οι γονείς τους δεν ασχολούνται αρκετά με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οπότε δε δίνουν και ιδιαίτερη σημασία στο περιεχόμενο που ανεβάζουν.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν αναδειχθεί σε ένα ιδιαίτερα χρήσιμο εργαλείο, όχι μόνο για την καθημερινή επικοινωνία και ενημέρωση των μαθητών, αλλά και για την εκπαιδευτική διαδικασία και την καλύτερη και γρηγορότερη ροή πληροφοριών μεταξύ των μαθητών μίας τάξης ή ακόμα και μεταξύ των καθηγητών

και των μαθητών. Σχεδόν όλοι οι συμμετέχοντες στη μελέτη περίπτωσης επεσήμαναν πως έχουν δημιουργηθεί ομάδες συνομιλίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μεταξύ των συμμαθητών, ενώ ελάχιστοι από τους συμμετέχοντες ανέφεραν πως στις ομάδες αυτές συμμετέχουν καθηγητές του σχολείου. Οι καθηγητές που δημιούργησαν ομαδικές συνομιλίες με τους μαθητές τους, τις δημιούργησαν για τις ανάγκες κάποιας δραστηριότητας, ERASMUS ή καθαρά και μόνο για ενημέρωση σχετικά με τα μαθήματα, χωρίς να υπάρχει αμφίδρομη επικοινωνία με τους μαθητές. Αντιθέτως σχεδόν όλοι οι συμμετέχοντες ανέφεραν πως στα φροντιστήρια χρησιμοποιούν διαρκώς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όχι μόνο για την επικοινωνία τους με τους συμμαθητές τους μέσω ομαδικών συνομιλιών, αλλά τα χρησιμοποιούν και για την επικοινωνία τους με τους καθηγητές των φροντιστηρίων, είτε σε ομαδικές συνομιλίες είτε και σε προσωπικές συνομιλίες. Στο σημείο αυτό παρατηρείται μία μεγάλη διαφορά στη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μεταξύ μαθητών και σχολείου και μαθητών και φροντιστηρίου. Ωστόσο και πάλι τονίζεται από τα παιδιά η ξεκάθαρη προτίμηση στη δια ζώσης επικοινωνία με τους καθηγητές τους και τους συμμαθητές τους, όπως επίσης και η προσωπική επικοινωνία με τους φίλους τους σε ό,τι αφορά στα μαθήματα χωρίς τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Σχετικά με τις προσωπικές – συναισθηματικές σχέσεις των μαθητών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης δε φαίνεται να επηρεάζονται από τις αναρτήσεις τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Δημιουργούνται κάποιες προστριβές σε κάποιες περιπτώσεις, αλλά συνήθως δεν οδηγούνται σε ρήξη, όπως διαπιστώνεται από τη συντριπτική πλειοψηφία. Αυτό που επισημαίνουν ωστόσο οι συμμετέχοντες είναι πως δεν έχει τόση σημασία η συμπεριφορά τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αλλά ο χαρακτήρας και η προσωπικότητά τους στην πραγματική ζωή, ωστόσο υπάρχει και μία μικρή μειοψηφία, η οποία παραδέχεται, ότι συμπεριφορές που έχουν αναπτυχθεί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζουν τις συναισθηματικές τους σχέσεις κι έχει επέλθει οριστική ρήξη σε αυτές.

Συμπερασματικά μπορούμε να πούμε, πως δε διαπιστώνεται κάποια ιδιαίτερη επίδραση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ούτε στις οικογενειακές σχέσεις, αλλά ούτε και στις προσωπικές – συναισθηματικές σχέσεις των συμμετεχόντων μαθητών. Επιπλέον σημειώνεται η εκτεταμένη χρήση τους για την επικοινωνία μεταξύ συμμαθητών, αλλά και μεταξύ συμμαθητών και καθηγητών,

ιδιαιτέρως των φροντιστηρίων και σε πολύ μικρότερη έκταση η χρήση τους από μαθητές και καθηγητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης.

Ε.Ε.3. Ποιοι παράγοντες φαίνεται να διαμορφώνουν τη διαδικτυακή ταυτότητα των μαθητών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης;

Πίνακας 3. Αποσπάσματα συνεντεύξεων και κωδικοποίηση 3ου ερευνητικού ερωτήματος

Συμμ/ντες	Πόσο σημαντική είναι για τους εφήβους η εικόνα που παρουσιάζουν στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης;	Υπάρχει αντιστοιχία της κοινωνικής ταυτότητας των εφήβων με τη διαδικτυακή;	Επηρεάζουν τα σχόλια των Άλλων την αυτοπεποίθηση των εφήβων χρηστών των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης;
ΑΒΛΒ3	<p>1 1. “Όχι, δεν έχω θέμα να γράψω ότι ξέρω γω είμαι από εδώ ενώ είμαι από αλλού, ή είμαι 16 ενώ θέλω να γράψω 20 ξέρω γω για να, όχι δεν έχω...” (στην ερώτηση αν παραποιεί στοιχεία της ταυτότητάς του στα ΜΚΔ). 2. “Ξέρω γω, να είμαστε μαζί σε μία φωτογραφία και να την ανεβάσει; Ε ναι, θα ήθελα να μου πει ξέρω γω «Να το ανεβάσω αυτό;» γιατί εντάξει είμαι και εγώ μες στη φωτογραφία” (στην ερώτηση αν θέλει να εγκρίνει δημοσιεύσεις ή αναρτήσεις φίλων του που τον αφορούν). 3. “Φίλτρα; Όχι συνήθως, δεν, έτσι όπως είναι” (στην ερώτηση εάν χρησιμοποιεί φίλτρα, όταν ανεβάζει φωτογραφίες).</p>	<p>2 1. “Άνετος, χαλαρός, δεν έχω πολύ μεγάλο θέμα με τους άλλους, πώς να το πω τώρα αυτό; Πλακατζής, χιουμορίστας; Πώς να το πω; Και πιστεύω και λίγο και πιο ασυναίσθητος, δεν είμαι και πολύ, δεν έχω ενσυναίσθηση, να καταλάβω τη θέση του άλλου, δηλαδή άμα κάνω εγώ ένα αστεϊάκι, δεν έχω την ενσυναίσθηση να καταλάβω πώς θα ήμουνα εγώ στη θέση του άλλου, πώς αισθάνεται ο άλλος ή αν, αυτό το έχω λίγο θέμα, το χάνω δηλαδή, δεν μπορώ να βρω την ισορροπία. 2. “Όχι. Δε θα καταλάβει καθόλου, γιατί ούτε φωτογραφίες έχω, ούτε τίποτα, δύσκολα θα καταλάβει” (στις ερωτήσεις για το πώς περιγράφει τον εαυτό του, ο ίδιος, αλλά και τι βλέπουν οι Άλλοι γι’αυτόν στο προφίλ του στα ΜΚΔ)</p>	<p>3 1. “Ανταπόκριση ως προς το να με πατήσει ο άλλος like; Αυτό εννοείτε; Όχι, συνήθως κανένας δεν ασχολείται, ό,τι και να γίνει οπότε εντάξει δεν” (στην ερώτηση, εάν θα κατέβαζε μία δημοσίευσή του που είχε φτωχή ανταπόκριση). 2. “Ναι, κάποιες φορές ναι. Μπορεί να ανεβάσω ένα story και να μη δω τον άλλο να πατάνε like θα πω «Ε, εντάξει, αφού ήταν ωραίο, γιατί δεν;» Αλλά εντάξει, δεν θα πεθάνουμε κιόλας” (στην ερώτηση εάν επηρεάζει την αυτοπεποίθησή του η ανταπόκριση που έχουν οι δημοσιεύσεις του).</p>

<p style="text-align: center;">ΑΓΓΒ2</p>	<p>4 1. “Ε, όχι, δηλαδή δε νομίζω ότι είναι ντροπή να πεις από που είσαι κι αυτά, ούτε για την ηλικία, παλιά είχα ένα θέμα με την ηλικία μου, δεν ξέρω έλεγα ότι είμαι ένα χρόνο μεγαλύτερος, πολύ παλιά όμως, όταν ήμουν ξέρω ‘γω δημοτικό, δεν ξέρω γιατί.....αλλά όχι, ούτε θα αποκρύψω την ηλικία μου, απλώς εντάξει, άμα είναι δεν τη λέω, τώρα βέβαια σε αυτή την ηλικία και να μη θες να την πεις, φαίνεται...Αλλά όταν μεγαλώσω δεν είναι ότι δεν θα τη λέω απλώς νομίζω τι αισθάνεσαι, πώς νιώθεις, τι, αυτό, δεν έχει σημασία η ηλικία.”</p> <p>2. “Άμα φαινόμενα καλά, δεν θα πείραζε, αλλά...” (σχετικά με το αν θα ήθελε να εγκρίνει μία ανάρτηση κάποιου διαδικτυακού του φίλου η οποία τον αφορά). 3. “Κοιτάξτε, επειδή τώρα θα ακουστεί κακό αλλά επειδή συνήθως πιο παλιά όταν ανέβαζα story με φίλους μου, τώρα δεν θέλω και πολύ γιατί δεν θα είμαστε όλη την ώρα με ένα τηλεφώνο όταν είμαστε έξω, επειδή συνήθως όταν ανέβαζαν άλλοι φαινόμενα χάλια μεταξύ μας κι εγώ φαινόμενα πιο χάλια...”. 4. “Εννοείται, το face app” (σχετικά με το αν χρησιμοποιεί φίλτρα στις φωτογραφίες που δημοσιεύει). 5. Ναι, μου το είπε μια συμμαθήτριά μου, αλλά δεν παραποιώ ιδιαίτερα στην ουσία... 5. “Όχι, λίγο επειδή έχω ακμή, κοιτάω να κάνω ρετούς μόνο, δεν θα παραποιήσω το πρόσωπό μου, ρετούς, λίγο το κοκαλάκι εδώ που πετάει, λίγο αυτό, μικροπράγματα. Αλλά δεν θα μπω στη διαδικασία να πληρώνω απλώς εκείνη τη φορά έτυχε να πληρώσω κατά λάθος.” 6. “Χρησιμοποιώ και τα φίλτρα του κινητού, λίγο τη φωτεινότητα κι αυτά, δεν θα τα αλλάξω και τελείως.”</p>	<p>5 1. “Αχ δεν μπορώ να απαντάω για τον εαυτό μου, θέλω να απαντάνε οι άλλοι για εμένα αλλά μισό να.. 2. Ε, νομίζω ότι φαίνεται ένας ευγενικός χαρακτήρας και ένας ήπιων τόνων σχετικά...” 3. “Προσπαθώ να μην συγχύζομαι, τι να κάνω, αλλά πιστεύω ότι δείχνω μια καλή μεριά ανθρώπου, δεν δείχνω ως παλιόπαιδο μετά συγχωρήσεως που με τα τσιγάρα, με τις μαγκιές, βρισιές μ’ όλα αυτά, προσπαθώ να δείχνω και την καλή πλευρά της ζωής, που όλοι έχουμε προβλήματα, μικρά μεγάλα, δεν έχει σημασία, προσπαθώ να διαλέγω τη θετική πλευρά και να κάνω πράγματα που μου αρέσουν εμένα για να προβάλλω.” 2. “Το κατά δύναμιν, το προσπαθώ...” (σχετικά με το αν αντιστοιχεί η κοινωνική ταυτότητα στη διαδικτυακή).</p>	<p>6 1. “Κι εγώ, αλλά όταν ανεβάζουν οι άλλοι, σε όλους νομίζω αυτό συμβαίνει, φαινόμενασε χάλια, επειδή το ανέβασε ο άλλος και πάντα κάτι βρίσκουμε στον εαυτό μας και τον κατακρίνουμε και λέμε «όχι, δεν έχεις καλή μύτη, δεν έχεις καλά ζυγωματικά, δεν αυτό...» πράγματα που μας τρώνε και δεν θα ‘πρεπε κιόλας.”. 2. “Αυτό παλιά που το σκεφτόμουνα δηλαδή, με πείραζε, έλεγα «γιατί να πάρει τόσα like, τώρα θα λένε όλοι κοίτα αυτός πόσα like πήρε, και τώρα λέω αφού υπάρχει δυνατότητα να μη φαίνεται ας πούμε στο Instagram ποιοι σου κάνουν like και πόσα, δεν με αφορά και καθόλου, και να μην υπήρχε εννοώ τώρα πια, Γιώργο άμα αρέσει σ’ εσένα, δεν πάει να πήρε κι ένα like...”. 3. “Όχι σε βαθμό να πάθω και τίποτα αλλά...”. 4. “Σίγουρα, ναι αλλά μετά επειδή έκανα TikTok, που δεν, εντάξει, πηγαίνανε δε λέω, αλλά δεν μου αρέσει και πολύ η δημοσιότητα γιατί όταν έμπαινε πολύ for you και ήμουν έξω, όλοι μου μιλούσανε κι εγώ δεν μπορώ, όταν μιλάει ο άλλος κάνω ότι δεν ακούω και φεύγω, με πιάνει τέτοιο, γιατί είναι λίγο, νομίζεις ότι θέλει ο άλλος να σε κοροϊδέψει αλλά μπορεί να σε θαυμάζει κιόλας, δεν ξέρω αν με θαυμάζουν ή όχι αλλά...” (σχετικά με το αν τον επηρεάζει η ανταπόκριση στις δημοσιεύσεις του).</p>
---	--	---	--

<p>AZΓΓ2</p>	<p>7 1. “Ναι.” (Παραποιεί στοιχεία της ταυτότητάς του ή της εικόνας του στα ΜΚΔ). 5. “Μπορεί. Ναι, ναι.” (Προσθέτει κάποια πράγματα έξτρα από αυτό που πραγματικά είναι). “Α, όχι, να αποκρύψω εσκεμμένα, όχι. Να προσθέσω, ας πούμε, σ’ ότι είμαι να προσθέσω, ναι. Αλλά να παραποιήσω, όχι.”. 2. “Αν με θίγει, αν με θίγει, θα ήθελα να... βασικά αν με θίγει δεν θα μου το ‘λεγε καν αλλά άμα γίνει κάτι τέτοιο, θα ήθελα να το ξέρω, όχι πως με πειράζει βέβαια...” (σχετικά με το εάν θα ήθελε να εγκρίνει πρώτα μία ανάρτηση που τον αφορά). 3. “Ναι, εντάξει, ναι.” (Θα ήθελε να εγκρίνει την ανάρτηση). 4. “Όχι. Όχι, τα stories μόνο. Τα stories, ναι. Φωτογραφίες, δημοσιεύσεις όχι. Ναι, ξέρω γω κάνα ρετρό φιλμ, τίποτα τέτοια, αυτά ναι. Όχι, στις δημοσιεύσεις ποτέ, στα stories, ναι.”</p>	<p>8 1. “Ήρεμος. Χιούμορ, σοβαρός, ειλικρινής όποτε χρειάζεται και τι άλλο, ξέρω ‘γω; Φιλικός.”. 2. “Θέλω να πιστεύω πως ναι.” (Σχετικά με το εάν υπάρχει αντιστοιχία μεταξύ της προσωπικότητάς του και αυτού που φαίνεται στα ΜΚΔ).</p>	<p>9 1. “Όχι. Ίσα, ίσα για εμένα το ανεβάζω και όσοι πιστοί προσέλθετε, δε με νοιάζει.” (Δεν επηρεάζεται η αυτοπεποίθησή του από την ανταπόκριση των Άλλων στις δημοσιεύσεις του).</p>
<p>ΑΚΔΓ3</p>	<p>10 1. “Όχι.” (Δεν παραποιεί στοιχεία της εικόνας του ή της ταυτότητάς του στα ΜΚΔ). 2. “Πιο πολύ επειδή τα στέλνουν κι από μόνοι τους, εντάξει δεν έχω πρόβλημα” (σχετικά με το εάν θέλει να εγκρίνει την ανάρτηση κάποιου φίλου του που τον αφορά π.χ. φωτογραφία).</p>	<p>11 1. “Αυτό είναι το πιο δύσκολο από όλα μέχρι στιγμής.” (Να περιγράψει τον εαυτό του). 2. “Λοιπόν, έξυπνο, όμορφο και λίγο ώρες ώρες...” 3. “Πώς το λένε το άλλο, με μία λέξη; Που σε πιάνει λίγο η τρέλα σου και κάνεις χαζομάρες; Αυθόρμητο, ναι.”. 4. “Μόνο οι φίλοι μου μπορούν να καταλάβουν ότι ανταποκρίνεται γιατί μόνο στενούς τα βάζω”.</p>	<p>12 1. “Όχι, γιατί δεν με ενδιαφέρει τα likes.” 2. “Άμα δεν το δει αυτός που θέλω να το δει, δε με νοιάζει.”</p>
<p>ΑΝΔΓ2</p>	<p>13 1. “Δεν έχω παραποιήσει κάτι ποτέ.” “Θα ήθελα να το εγκρίνω, ναι.” (Σε περίπτωση που κάποιος διαδικτυακός του φίλος ανεβάσει κάτι που τον αφορά). 2. “Όχι. Δεν τα χρειάζομαι.” (Τα φίλτρα για τις φωτογραφίες που ανεβάζει).</p>	<p>14 1. “Ενέργεια. Ποδόσφαιρο. Εγωισμός, τοξικότητα. Χιούμορ, αυτά.”. 2. “Ναι.” (Τα χαρακτηριστικά αυτά μπορεί κανείς να τα συναντήσει και στα ΜΚΔ που χρησιμοποιεί).</p>	<p>15 1. “Ε, σπάνια, άμα πάει πάρα πολύ άκλαυτη ναι.” (Θα κατεβάσει μία ανάρτηση που είχε φτωχή ανταπόκριση). 2. “Ε ναι, με εκτοξεύει ναι.” (Μία μεγάλη ανταπόκριση σε κάποια ανάρτησή του).</p>

<p>ΑΠΔΑ2</p>	<p>16 1. "Όχι, δεν τα αποκαλύπτω φυσικά και όλα γιατί πιστεύω ότι όσο πιο περίπλοκο τόσο πιο ενδιαφέρον." 2. "Μόνο την καταγωγή. Ας πούμε εμένα προσωπικά, μ' αρέσει να έχω ένα ωραίο προφίλ και πιστεύω ότι κολλούσε εκεί πέρα για να βάλω...Είμαι Έλληνας, γεννήθηκα εδώ πέρα απλά η μάνα μου είναι Σουηδέζα. Και μου έδωσε την ιθαγένεια και πιστεύω ότι είναι ωραίο να ξέρεις ο άλλος από που είναι." 3. "Εξαρτάται τι θα ανεβάσει, ας πούμε αν ανεβάσει μια δικιά μου φωτογραφία με σκοπό να με κάνει ρεζίλι τότε ναι, θα υπάρξει πρόβλημα." (Σχετικά με το εάν θέλει να εγκρίνει μία ανάρτηση που τον αφορά). 4. "Φίλτρα απ' το Instagram δε χρησιμοποιώ γιατί δεν βγαίνουν καλά, άμα τύχει απλά θα πειράξω κάποια πράγματα από μια εφαρμογή όπως ξέρω γω το Photoshop, το [...] αλλά όχι ξέρω γω να αλλάξω τελείως τη φωτογραφία, μπορεί να παίξω απλά λίγο με τα χρώματα, με τις σκιές, με αυτά."</p>	<p>17 1. "Εγωκεντρικός, πειθαρχημένος. Πεισματάρης, πάρα πολύ, και τώρα δε θυμάμαι ποια είναι η λέξη, όταν θέλω κάτι πάω και το παίρνω." 2. "Όχι" (δε διαφαίνονται αυτά τα χαρακτηριστικά του στα ΜΚΔ που χρησιμοποιεί).</p>	<p>18 1. "Αν μετά από κάποιο καιρό δεν μου αρέσει ούτε κι εμένα, θα την κατεβάσω αλλιώς δεν, θα την έχω." (Σχετικά με την αντίδρασή του σε μία ανάρτηση με φτωχή ανταπόκριση). 2. "Όχι ιδιαίτερα γιατί πιστεύω ότι αν κάποιος πατήσει like σε μια φωτογραφία, ή ξέρω γω σου πει από κοντά ότι σε συμπαθεί, πιστεύω είναι το ίδιο πράγμα, οπότε δεν αξίζει τόσο πολύ."</p>
<p>ΑΣΚΒ3</p>	<p>19 1. "Όχι. Προτιμώ να είμαι γνήσιος για να μπορεί να με εμπιστευτεί κι ο άλλος πιο εύκολα." (Σχετικά με το εάν αποκρύπτει στοιχεία της εικόνας του ή της ταυτότητάς του στα ΜΚΔ). 2. "Ναι, για να ξέρω ότι εγώ, ότι έχω ανεβεί κάπου, δηλαδή ότι μ' έχει ανεβάσει κάποιος και να ξέρω δηλαδή αν έρθει κάποιος και μου πει σε είδα εκεί κι εγώ δεν ξέρω τίποτα, θα 'ναι περίεργο." (Σχετικά με το εάν θέλει να εγκρίνει μία ανάρτηση που τον αφορά). 3. "Όχι." (Δε χρησιμοποιεί φίλτρα). 3. "Όχι, προσπαθώ να είμαι όσο πιο πολύ αυτό που είμαι. Δηλαδή να δείξω τι είμαι."</p>	<p>20 1. "Θα 'λεγα προσεκτικός γιατί προσέχω γενικά τι μου γίνεται και στα social media αλλά και γενικά, ευσυνείδητος, γιατί όταν κάτι δηλαδή βλέπω κάτι περίεργο, κατευθείαν αντιλαμβάνομαι τι είναι αυτό το περίεργο, χιούμορ θα 'λεγα, προσπαθώ να κάνω τους άλλους να αισθανθούνε ωραία όταν είναι μαζί μου, να τους κάνω να γελάσουνε και να μην περνάνε άσχημα. Κάτι άλλο τώρα δεν μου 'ρχεται στο μυαλό." 2. "Όχι." (Δεν υπάρχει αντιστοιχία της προσωπικότητάς του με αυτό που παρουσιάζει στα ΜΚΔ). 3. "Γιατί όταν μπει στο προφίλ μου, θα δει μόνο μια φωτογραφία μου και δεν θα καταλάβει σ' αυτή τη φωτογραφία μου ούτε τα συναισθήματά μου, ούτε τον τρόπο με τον οποίο μπορώ να επικοινωνήσω εγώ μαζί του, ούτε τίποτ' άλλο. Θα δει μόνο μια φωτογραφία, ένα ψηφιακό πράγμα."</p>	<p>21 1. "Όχι. Γιατί ανεβάζω ό,τι μ' αρέσει σχετικά μ' εμένα." (Δεν τον επηρεάζει μία φτωχή ανταπόκριση σε κάποια ανάρτησή του). 2. "Όχι." (Δεν επηρεάζεται η αυτοπεποίθησή του). 3. "Όχι, πιο πολύ δεν παρακολουθώ τα likes, παρακολουθώ πρώτα τι θ' ανεβάσω και μετά από κει και πέρα ό,τι ανταπόκριση θέλει ας έρθει."</p>

<p>ΑΣΜΒ4</p>	<p>22 1. "Το 'χω κάνει αυτό, αλλά δεν το κάνω." (Έχει παραποιήσει στοιχεία της ταυτότητάς του στα ΜΚΔ). 2. "Το έχω κάνει απλά, δεν γίνεται, το έχουμε κάνει για άλλο λόγο. Δεν είναι κάτι, κάναμε πλάκα ουσιαστικά με κάτι παιδιά και αυτό". 3. "Να μου τη στείλει πρώτα, να ξέρω." (Σχετικά με το αν θα ήθελε να εγκρίνει πρώτα μία ανάρτηση που τον αφορά). 4. "Όχι. Σίγουρα το 'χω κάνει, απλά..." (σχετικά με το εάν χρησιμοποιεί φίλτρα στις φωτογραφίες που δημοσιεύει).</p>	<p>23 1. "Χιούμορ σίγουρα, ευαισθησία, αυτοπεποίθηση και άλλο ένα ναι; Πώς λέγεται αυτός που νοιάζεται; Συμπονετικός." 2. "Όχι, δεν προβάλλω κάτι διαφορετικό απλά, μπορεί και να μην είμαι αυτά που είμαι. Αλλά όχι και από θέληση, βγαίνει."</p>	<p>24 1. "Δεν έχω ιδέα. Δεν ξέρω, μάλλον ναι." (Σχετικά με το εάν θα κατεβάσει μία ανάρτησή του που δεν έχει ανταπόκριση). 2. "Κοίτα, εντάξει σίγουρα. Σε ένα βαθμό όμως." (Επηρεάζει την αυτοπεποίθησή του η ανταπόκριση στις αναρτήσεις του).</p>
<p>ΑΒΑΓ1</p>	<p>25 1. "Η ηλικία μου. Εσκεμμένα, ναι, ας πούμε τώρα που δουλεύω σε κλαμπ κι αυτά που βάζω, δεν ξέρουν οι περισσότεροι ότι είμαι 17. Εδώ και το αφεντικό στην αρχή εκεί πέρα που είναι φιλαράκι τώρα αυτό, εντάξει είναι brothers και όταν του είπα ότι είμαι 17 δεν με πίστευε, 16 βασικά, πιο πριν τον γνώρισα." 2. "Όχι, θα το εγκρίνω πρώτα και μετά. Αφού συμφωνήσουμε και οι δυο." (Σχετικά με το εάν θέλει να εγκρίνει κάποια ανάρτηση που τον αφορά πριν τη δημοσιεύσει κάποιος διαδικτυακός του φίλος). 3. "Ναι. Ε με τα φίλτρα πιστεύω είναι, όχι πολύ βαριά φίλτρα απλώς λίγο έτσι πιο..." (σχετικά με το εάν χρησιμοποιεί φίλτρα στις φωτογραφίες που ανεβάζει). 4. "Ναι, αλλά κάτι έτσι λίγο πιο ωραία να φαίνεται θα το βάλω. Μπορεί και όχι μερικές φορές."</p>	<p>26 1. "Δυναμικός, παθιασμένος με τη ζωή γενικότερα, τι άλλο να πω; Ηγετικός χαρακτήρας και τι άλλο να πω; Και πολύ αισιόδοξος γενικότερα και υποστηρικτικός." 2. "Όχι και στις 5 αλλά ναι." (Σχετικά με το εάν ανταποκρίνεται η εικόνα που παρουσιάζει στα ΜΚΔ στην προσωπικότητά του).</p>	<p>27 1. "Μπα." (Σχετικά με το αν θα κατεβάσει μία ανάρτηση που δεν είχε την αναμενόμενη ανταπόκριση). 2. "Όχι, δεν επηρεάζομαι απ' αυτά." (Δεν επηρεάζεται η αυτοπεποίθησή του από μία φτωχή ανταπόκριση σε κάποια ανάρτησή του).</p>
<p>ΚΑΔΓ2</p>	<p>28 1. "Όχι" (δεν παραποιεί στοιχεία της εικόνας ή της ταυτότητάς στα ΜΚΔ). 2. "Ναι." (Θα ήθελε να εγκρίνει μία ανάρτηση που την αφορά πριν τη δημοσιεύσει κάποιος διαδικτυακός της φίλος). 3. "Ναι, κατάλαβα. Σπάνια." (Σχετικά με το εάν χρησιμοποιεί φίλτρα στις φωτογραφίες της). 4. "Γιατί δεν θα μου αρέσει ο φωτισμός, γιατί..."</p>	<p>29 1. "Εγώιστρια, κλαψίρα, τι άλλο; Νευρική..." 2. "Όχι. Πάντα στα social media εκφράζουμε μόνο τα θετικά μας." (Σχετικά με το αν υπάρχει αντιστοιχία του πραγματικού της εαυτού και αυτού που παρουσιάζει στα ΜΚΔ). 3. "Γιατί πλασάρεις μια εικόνα του εαυτού σου σε ανθρώπους που ουσιαστικά μπορεί να μη σε ξέρουν τόσο καλά όσο σε ξέρει ο κολλητός σου ας πούμε και δεν παρουσιάζεις τα αρνητικά σου. Κι</p>	<p>30 1. "Θα την αφήσω." (Μία ανάρτηση με φτωχή ανταπόκριση). 2. "Το σκέφτομαι γιατί έχω ήδη τέτοιες δημοσιεύσεις." 3. "Ναι, αυτό ακριβώς είχα ανεβάσει αυτό τις προάλλες και λέω «πω πω μου άρεσε πάρα πολύ» αλλά εντάξει δεν μπαίνω να τις αλλάξω, θα είχα πάει πιο παλιά, αλλά την κρατάω εντάξει, αφού μου άρεσε." 4. "Όχι ιδιαίτερα."</p>

		είναι πιο εύκολο απ' το διαδίκτυο για τα θετικά.”.	(Εάν επηρεάζει την αυτοπεποίθησή της μία φτωχή ανταπόκριση σε κάποια ανάρτησή της). 5. “Ε σίγουρα θα χαρώ.”. (Εάν μία ανάρτησή της έχει μεγάλη ανταπόκριση).
KAMA1	<p>31 1. “Οχι, βασικά δεν αναφέρομαι σε τέτοια πράγματα. Για φωτογραφίες ας πούμε να ανεβάζω αλλά έχω ιδιωτικό account.” (σχετικά με το αν παραποιεί στοιχεία της ταυτότητας ή της εικόνας της στα ΜΚΔ)”. 2. “Θέλω τις περισσότερες φορές να το εγκρίνω, το σέβομαι κάποιος να μου ζητήσει αν είναι να ανεβάσει μια φωτογραφία γιατί ούτως ή άλλως ακόμη και ιδιωτικό να έχουμε, τους ίδιους φίλους, είναι φωτογραφία με εμένα, αν δεν μου αρέσει δεν θα ‘θελα πολύ να τη μοιραστώ.” 3. “Οχι.” (Δε χρησιμοποιεί φίλτρα στις φωτογραφίες της). 4. “Τα αποφεύγω. Πιστεύω ότι δεν μπορεί, βασικά αλλάζει κάτι πολύ, κάτι που δεν είμαι και δε θέλω άνθρωποι να βλέπουν εμένα στο Instagram έτσι και μετά... Μπορεί να βλέπουν μια 20χρονη και μετά να είναι ένα 15χρονο.”.</p>	<p>32 1. “Πιστεύω ότι είμαι ανοιχτή γενικά σε άλλες απόψεις, δεν έχω πολύ αυτοπεποίθηση και μου έχουν πει αρκετές φορές επειδή δεν κάνω πολλές αυτογνωσίες γενικά σε τέτοια θέματα γιατί πιστεύω είναι αναλόγως πώς με βλέπει το άλλο άτομο μου λένε αρκετοί ότι είμαι ευγενική, οπότε...”. 2. “Πιστεύω ότι δε φαίνεται πάρα πολύ, πιστεύω βασικά ότι φαίνεται σαν ένα απλό άτομο, μπορεί όχι κοινωνικό, μπορεί και λίγο ψυχρή, γιατί συνήθως οι φωτογραφίες που ανεβάζω είναι πάντα λίγο με πιο λίγο κλειστά χρώματα, με πιο σκούρα χρώματα.” (Σχετικά με το αν υπάρχει αντιστοιχία αυτού που είναι με αυτό που φαίνεται στα ΜΚΔ που χρησιμοποιεί).</p>	<p>33 1. “Οχι, δεν με νοιάζει πολύ η ανταπόκριση.”. 2. “Θα νιώθω καλύτερα αλλά...” (σχετικά με το εάν επηρεάζει την αυτοπεποίθησή της μία μεγάλη ανταπόκριση σε κάποια δημοσίευσή της). 3. “Οχι, γιατί πιστεύω ότι οι περισσότεροι δεν κάθονται και επεξεργάζονται μια φωτογραφία απλά πατάνε like και συνεχίζουν οπότε...”</p>
KZDA1	<p>34 1. “Οχι, δεν με ενδιαφέρουν.” (Σχετικά με το αν παραποιεί στοιχεία της ταυτότητάς της ή την εικόνα της στα ΜΚΔ). 2. “Απλά θα το δω το βίντεο μετά, αφού το έχει ανεβάσει και θα του πω πώς είσαι έτσι αν δεν μου αρέσει, σβήσ’ το.”. 3. “Ανάλογα το άτομο. Ας πούμε αν είναι η κολλητή μου, θα της πω δείξ’ το μου. Θα μου το πει και από μόνη της.” (Σχετικά με το αν θα ήθελε να εγκρίνει μία ανάρτηση που την αφορά πριν κάποιος την ανεβάσει). 4. “Οχι. Είμαι αρκετά όμορφη. Χαχα!” (Σχετικά με το αν χρησιμοποιεί φίλτρα στις φωτογραφίες της).</p>	<p>35 1. “Εγώ ιστρία, λοιπόν, είμαι λίγο αργή αλλά θα τα σκεφτώ. Πιστεύω ότι είμαι, πώς, φιλόπονη;” (εννοεί φιλεύσπλαχνη). Είμαι δυναμική, το πιστεύω, απρόσμενη πολύ και δεν ξέρω πώς να το πω αυτή τη λέξη, είμαι διεκδικητική”. 2. “Οχι, τίποτα δεν φαίνεται από ένα προφίλ.”. 3. “Νομίζω πιο πολύ θα φαινόταν ότι έχω αυτοπεποίθηση. Ότι έχω αρκετή αυτοπεποίθηση, αλλά δεν είναι έτσι. Δεν μπορείς να καταλάβεις πράγματα από ένα προφίλ που ας πούμε εγώ έχω δύο βίντεο, τρία...”.</p>	<p>36 1. “Ας ξεκινήσω... έχω ιδιωτικό λογαριασμό, οπότε έχει να κάνει μόνο μ’ εμένα. Αν κάτι δεν μου αρέσει εμένα θα το σβήσω. Και 100 like να έχω και 150 και 90 και...”. 2. “Αρα δεν με επηρεάζει, είναι καθαρά δικό μου...” (σχετικά με την ενδιαφέρει η ανταπόκριση των φίλων της στις αναρτήσεις της). 3. “Τα πολλά likes όχι, απλά μ’ αρέσει να βλέπω σχόλια από φίλους μου που είναι έτσι θετικά.”. 4. “Είτε είναι στα social media αυτό είτε είναι από κοντά. Όταν έρθει μια κοπέλα ας πούμε και μου πει «Τι όμορφη που είσαι» θα χαρώ, είτε είναι απ’ τα social είτε...”</p>

<p>KZKB3</p>	<p>37 1. “Όχι, μπορεί πιο μικρή να άλλαξα την ηλικία μου αλλά για πλάκα, όχι σοβαρά.” (Σχετικά με το αν παραποιεί στοιχεία της ταυτότητάς της ή της εικόνας της στα ΜΚΔ). 2. “Ε για να δω την αντίδραση του άλλου, αυτό. Ναι, αλλά για πλάκα, εντάξει.” (Στην ερώτηση γιατί παραποιούσε την ηλικία της). 3. “Ναι, σίγουρα θέλω γιατί δεν ξέρω τι θ’ ανεβάσει ο άλλος.” (Σχετικά με το εάν θέλει να εγκρίνει μία ανάρτηση που την αφορά πριν την ανεβάσει κάποιος διαδικτυακός της φίλος). 4. “Πολύ σπάνια μπορεί να τα χρησιμοποιήσω αλλά για ν’ αλλάξω χρώματα κι αυτά. Όχι, κάτι το, στο πάνω μου.” (Σχετικά με το εάν χρησιμοποιεί φίλτρα στις φωτογραφίες της).</p>	<p>38 1. “Τι να πω; Ενθουσιώδης, χαρούμενη, τι άλλο να πω τώρα; Τι να πω; Γλυκιά; Αυτό; Δεν ξέρω τι άλλο να πω. Αστεία, αυτό.”. 2. “Πιστεύω πως ναι.” (Η προσωπικότητά της φαίνεται και στα ΜΚΔ που έχει).</p>	<p>39 1. “Η αλήθεια είναι πως το έχω σκεφτεί γιατί έχει τύχει να μην πάρω ποτέ πολλά like αλλά δεν την κατέβασα.” (Σε περίπτωση που κάποια ανάρτησή της είχε φτωχή ανταπόκριση). 2. “Ε όχι, δεν με επηρεάζει στην αυτοπεποίθησή μου, καθόλου δε νομίζω, όχι.”.</p>
<p>KKKB3</p>	<p>40 1. “Όχι ιδιαίτερα. Όχι.” (Δεν παραποιεί στοιχεία της ταυτότητάς της ή της εικόνας της στα ΜΚΔ). 2. “Ε ναι για να δω έτσι άμα είμαι καλά, αν μ’ αρέσει αυτό που, μην ανεβάσει και τίποτα ό,τι να ‘ναι.” (Σχετικά με το εάν θέλει να εγκρίνει αναρτήσεις που ανεβάζουν οι διαδικτυακοί της φίλοι και την αφορούν). 3. “Όχι.” (Δε χρησιμοποιεί φίλτρα στις φωτογραφίες που ανεβάζει στα ΜΚΔ). 4. “Ε, δεν, αυτό που είναι να φαίνεται, να φαίνεται, ξέρω γω, όχι δεν είναι το νόημα τα φίλτρα.”.</p>	<p>41 1. “Ίσως ότι είμαι πεισματάρη και θέλω αυτά που, να γίνονται... Έχω αυτοπεποίθηση, τι άλλο;”. 2. “Κάποιες φορές ναι. Τώρα δεν μπορείς να τα, γενικά τα συναισθήματα και όλ’ αυτά δεν μπορείς να τα εκφράσεις και πολύ εύκολα απ’ τα social media, το χαρακτήρα σου, όλ’ αυτά.” (Σχετικά με το εάν αυτά τα χαρακτηριστικά της διακρίνονται και στο προφίλ της στα ΜΚΔ).</p>	<p>42 1. “Ε όχι, σπάνια θα την κατεβάσω.” (Σχετικά με το εάν θα κατεβάσει μία ανάρτηση που δεν είχε την ανταπόκριση που θα ήθελε). 2. “Ε σίγουρα, ναι, ναι.” (Σχετικά με το εάν επηρεάζεται η αυτοπεποίθησή της από την ανταπόκριση που έχουν οι αναρτήσεις της).</p>
<p>KKEB3</p>	<p>43 1. “Όχι.” (Δεν παραποιεί στοιχεία της ταυτότητας ή της εικόνας της στα ΜΚΔ). 2. “Ναι.” (Θέλει να εγκρίνει κάποια ανάρτηση που την αφορά πριν την ανεβάσει κάποιος διαδικτυακός φίλος της). 3. “Όχι.” (Δε χρησιμοποιεί φίλτρα στις φωτογραφίες που ανεβάζει στα ΜΚΔ). 4. “Σαν ψεύτικα είναι, γι’ αυτό.”.</p>	<p>44 1. “Δεν ξέρω, θα πω ντροπαλή, λίγο, θα πω και κοινωνική, τώρα εντάξει, δεν είμαι...”. 2. “Ναι.” (Σχετικά με το εάν φαίνεται ο πραγματικός της χαρακτήρας στο προφίλ της στα ΜΚΔ).</p>	<p>45 1. “Όχι.” (Δε θα κατεβάσει μία ανάρτηση με φτωχή ανταπόκριση). 2. “Ε, ναι, επηρεάζεται λίγο.” (Η αυτοπεποίθησή της από την ανταπόκριση που έχουν οι αναρτήσεις της).</p>

<p>ΚΜΗΑ3</p>	<p>46 1. “Το μόνο που έχω παραποιώσει είναι όταν εγγράφω στο Instagram και στο Facebook που θέλει μεγαλύτερη ηλικία.”. 2. “Ε μ’ αρέσει πάντα να εγκρίνω και μ’ αρέσει όταν ο άλλος μου προτείνει άμα θέλω εγώ να το ανεβάσει γιατί βρίσκομαι κι εγώ μέσα σ’ αυτή τη φωτογραφία και πρέπει να του ‘χω δώσει το δικαίωμα, όταν βέβαια δεν έχω δώσει την άδειά μου και το δω, αναλόγως...” (σχετικά με το εάν επιθυμεί να εγκρίνει μία ανάρτηση που την αφορά πριν την ανεβάσει κάποιος διαδικτυακός της φίλος). 3. “Αν είμαι όμορφη, αν μου άρεσε ο τρόπος, ο λόγος για τον οποίο το ανέβασε. Πολλές φορές χαίρομαι, άλλες φορές εντάξει, κρατάω ουδέτερη στάση.”. 4. “Ναι, κάποιες φορές, τελευταία όμως το ‘χω μειώσει.”. 5. “Γιατί πιστεύω ότι βγαίνουν πολύ ωραίες οι φωτογραφίες χωρίς φίλτρα και τα φίλτρα πολλές φορές παραποιούνε σε μεγάλο βαθμό και τα χρώματα του περιβάλλοντος και το πρόσωπό μου.”.</p>	<p>47 1. “Είμαι ευγενική, θα ‘λεγα, πρόσχαρη, συμπονετικά και βοηθάω πολύ τον κόσμο, δεν ξέρω πώς μπορείς να το γράψεις τώρα αυτό και πιστεύω ότι είμαι και πολύ έμπιστη.”. 2. “Ναι, πάντα είμαι ευγενική όταν σχολιάζω σε κάποιο post των φίλων μου και όταν ποστάρω κάτι εγώ προσπαθώ να είναι κάτι ωραίο, θετικό και δεν ποστάρω τόσο συχνά οπότε ίσως να είμαι λίγο, είμαι λίγο χαμηλοβλεπούσα, δεν θέλω να το αναδεικνύω τόσο πολύ.”</p>	<p>48 1. “Ποτέ, την αφήνω.” (Σχετικά με το εάν θα αφήσει μία ανάρτηση που είχε φτωγή ανταπόκριση ή εάν θα αποφασίσει να την κατεβάσει τελικά). 2. “Όχι, δεν ασχολούμαι τόσο, κρατάω μόνο τη στιγμή και ανεβάζω τη φωτογραφία πιο πολύ γιατί είχα περάσει ωραία εκείνη την ώρα και ήθελα απλά να το μοιραστώ με τον κόσμο. Κι όποιος θέλει κάνει like, όποιος θέλει δεν κάνει.”</p>
<p>ΚΝΛΓ3</p>	<p>49 1. “Ναι, είτε δε θέλω να το μάθει ή δεν ένιωθα εκείνη τη στιγμή να συζητήσω.” (Σχετικά με το εάν αποκρύπτει ή παραποιεί στοιχεία της ταυτότητάς της στα ΜΚΔ- εδώ αναφέρεται στην ηλικία της). 2. “Ναι. Για να δω αν είμαι ωραία.” (Σχετικά με το εάν επιθυμεί να εγκρίνει μία ανάρτηση που την αφορά πριν την ανεβάσει κάποιος διαδικτυακός της φίλος). 3. “Όχι, μόνο το ασπρόμαυρο ή...” (σχετικά με το εάν χρησιμοποιεί φίλτρα στις φωτογραφίες που ανεβάζει στα ΜΚΔ).</p>	<p>50 1. “Λοιπόν, είμαι ευδιάθετη, κοιμάμαι πάρα πολύ, πάρα πολύ, είμαι αναβλητική όμως και προσπαθώ να κάνω και τους γύρω μου να είναι με βάση το χαρακτήρα μου χαρούμενους, να τους βοηθάω και να τους στηρίζω. Κι η μαμά της παρέας είμαι.”. 2. “Όχι. Δε θέλω να μάθει ο άλλος τον χαρακτήρα μου απ’ το προφίλ μου άμα δει μία εικόνα και μετά να θεωρεί αυτό.”.</p>	<p>51 1. “Αν μ’ αρέσει εμένα, όχι.” (Σχετικά με το εάν θα κατεβάσει μία ανάρτησή της εάν δεν έχει την ανταπόκριση που περίμενε). 2. “Ναι.” (Σχετικά με το εάν επηρεάζεται η αυτοπεποίθησή της από την ανταπόκριση σε μία ανάρτησή της). 3. “Ναι, γιατί αν δεν έχει την ανταπόκριση θα σκεφτώ «Τι είχε; Τι δεν τους άρεσε;»”</p>

<p>ΚΣΜΒ2</p>	<p>52 1. “Οχι.” (Δεν παραποιεί στοιχεία της ταυτότητάς της ή της εικόνας της στα ΜΚΔ). 2. “Οχι, απ’ ό,τι ξέρω στο Facebook μπορείς να έχεις να φαίνεται πού σπούδασες, πού... Εγώ δεν τα έχω αυτά. Και στο Instagram, ας πούμε στο βιογραφικό που σου δίνει κενό, δεν έχω στοιχεία.”. 3. “Ναι.” (Σχετικά με το εάν θα ήθελε να εγκρίνει μία ανάρτηση που την αφορά πριν την ανεβάσει κάποιος διαδικτυακός της φίλος). 4. “Οχι. Το μόνο που μπορεί, ξέρω γω να μη μ’ αρέσει η φωτογραφία και να την κόψω ή να την αλλάξω χρώμα, αλλά δεν είναι, ότι θα αλλάξω τα μάτια μου.” (Σχετικά με το εάν χρησιμοποιεί φίλτρα στις φωτογραφίες της).</p>	<p>53 1. “Μπορώ; Πρέπει να είμαστε και μετριοφρονες, όχι τίποτ’ άλλο. Θα έλεγα... ωραία ερώτηση αυτή, συγγνώμη να το σκεφτώ λίγο, δεν το περίμενα. Χαζή εντελώς δεν με θεωρώ, κόβει αλλά ότι εντάξει θα είμαι, βρίσκομαι σε ετοιμότητα ό,τι κι αν γίνει. Έξυπνη να το πω, μετριοφρων είμαι.”. 2. “Προσπαθώ να είμαι έτσι να βοηθάω όσο μπορώ, έχω δει έτσι κι απ’ τους δικούς μου κι αυτά, θα ‘λεγα ότι βοηθάω στο σπίτι, ελπίζω, ευελπιστώ ότι είμαι μια καλή φίλη και αυτό που μου το λένε όλοι, εγώ συμφωνώ απλά δεν μου αρέσει ο τρόπος που μου το λένε. Ότι είμαι πολύ ρομαντική, είμαι, απλά δεν μου αρέσει ο τρόπος που μου το λένε, γιατί...”. 3. “Είμαι λίγο νευρική, αυτό είναι το θέμα. Δεν μου φαίνεται, αλλά έχω πολλά νεύρα.”. 4. “Θεωρώ ότι κάποια απ’ αυτά ναι.” (σχετικά με το εάν η προσωπικότητά της διαφαίνεται στο προφίλ που παρουσιάζει στα ΜΚΔ).</p>	<p>54 1. “Εγώ κιόλας δεν κάνω αναρτήσεις, απλά έχω βάλει ρύθμιση ότι όταν κάνω ανάρτηση με το καλό δεν θέλω να φαίνονται τα likes.”. 2. “Γενικά δεν είναι ότι με επηρεάζει ο αριθμός, αν μ’ αρέσει σαν φωτογραφία θα την κρατήσω. Δηλαδή μπορεί να είναι μια φωτογραφία που να με θεωρώ πολύ ωραία ή μία που να σημαίνει κάτι ιδιαίτερο και θα την κρατήσω αλλά...”. 3. “Έτσι όπως το θέτετε, με το παράδειγμα αυτό, σίγουρα επηρεάζει απλά δε θα ‘θελα να επηρεάζει.” (Σχετικά με το εάν επηρεάζεται η αυτοπεποίθησή της από την ανταπόκριση σε μία ανάρτησή της). 4. “Κακώς. Βέβαια, εντάξει τώρα να μου λέτε και κανέναν θα το έπαιρνα λίγο κι εγώ βαριά.”.</p>
<p>ΚΤΣΑ4</p>	<p>55 1. “Οχι.”. (Δεν παραποιεί στοιχεία της ταυτότητάς της ή της εικόνας της στα ΜΚΔ). 2. “Σε περίπτωση που δεν μου το πούνε, ας πούμε μπορεί να το δω ή θα μου το στείλουνε, θα γελάσω συνήθως αν είναι κάτι αστειό. Όχι.” (Σχετικά με το εάν θα ήθελε να εγκρίνει μία ανάρτηση που την αφορά πριν την ανεβάσει κάποιος διαδικτυακός της φίλος). 3. “Τι είδους φίλτρα; Αν χρησιμοποιήσω, θα ‘ναι για φωτεινότητα, ίσως λίγο να επεξεργαστώ το...” (σχετικά με το εάν χρησιμοποιεί φίλτρα στις φωτογραφίες που ανεβάζει). 4. “Μ’ αρέσει γιατί η κάμερά μου δεν είναι τόσο καλή οπότε προσπαθώ λίγο να δώσω, να το φτιάξω.”</p>	<p>56 1. “Φιλική, κάπως πιο, νευριάζω λίγο εύκολα, καμιά φορά πιεστική, αν ξέρω δηλαδή ότι κάτι δεν είναι καλό για τον άλλο θα προσπαθήσω να τον πείσω ότι αυτό δεν είναι καλό, θα προσπαθήσω να τον κάνω να το δει δηλαδή.”. 2. “Θεωρώ ότι δε φαίνονται τόσο έντονα, όχι. Δεν μπορεί να καταλάβει, δεν θεωρώ ότι μπορεί να καταλάβει κάποιος από μία φωτογραφία ή απλά το τι ανεβάζω, τι πραγματικά είμαι.”. 3. “Και δε φαίνεται και αν με γνωρίσει στην αρχή. Δηλαδή στην αρχή είμαι, πολύ κλειστός άνθρωπος.”.</p>	<p>57 1. “Αν είναι story δεν θα το κατεβάσω γιατί εντάξει θα φύγει σε λίγο, δεν με ενδιαφέρει. Αν είναι δημοσίευση μπορεί και να την κατεβάσω γιατί, εντάξει βασικά δεν με ενδιαφέρει τόσο τα likes κι αυτά αλλά...”. 2. “Ναι, γιατί μπορεί να μη μου άρεσε, την κοιτάω 2-3 φορές και αλλάζω γνώμη.”. 3. “Αν είναι πολλά θα μείνω με το στόμα ανοιχτό, γιατί έχω πολύ λίγους ακόλουθους για να γίνεται.” (Σχετικά με το εάν επηρεάζεται η αυτοπεποίθησή της από την ανταπόκριση σε μία ανάρτησή της). 4. “Θα χαρώ, αλλά εντάξει δεν θα το φλεξάρω κιόλας ας πούμε, σε φάση οκ.”.</p>
<p>ΚΩΔΙΚΟΙ</p>	<p>1. Επιθυμία για έγκριση πριν τη δημοσίευση (από διαδικτυακό φίλο) μίας φωτογραφίας/ανάρτησης που αφορά τον έφηβο</p>	<p>1. Η προσωπικότητα του εφήβου όπως την περιγράφει ο ίδιος</p>	<p>1. Η δημοσίευση θα μείνει στο προφίλ του εφήβου, ακόμα κι αν είχε φτωχή ανταπόκριση στους διαδικτυακούς του φίλους</p>

	2. Μη επιθυμία για έγκριση μιας φωτογραφίας/ανάρτησης που αφορά τον έφηβο με την προϋπόθεση, ότι φαίνεται “καλά”	2. Η προσωπικότητα του εφήβου δε διαφαίνεται στο προφίλ του στα ΜΚΔ	2. Η αυτοπεποίθηση του εφήβου επηρεάζεται από την ανταπόκριση που έχουν οι δημοσιεύσεις του στους διαδικτυακούς του φίλους
	3. Χρήση εφαρμογών τύπου photoshop για διόρθωση ατελειών σε φωτογραφίες	3. Ο έφηβος προσπαθεί να δείχνει τον πραγματικό του εαυτό στα ΜΚΔ	3. Οι ίδιοι οι έφηβοι κατακρίνουν τους εαυτούς τους από τις δημοσιεύσεις τους στα ΜΚΔ
	4. Χρήση φίλτρων για διορθώσεις σε φωτογραφίες με σκοπό τη βελτίωση της εικόνας	4. Μόνο οι φίλοι του εφήβου μπορούν να αναγνωρίσουν στοιχεία της προσωπικότητάς του στα ΜΚΔ	4. Κάποια ΜΚΔ δίνουν τη δυνατότητα στους χρήστες να μην εμφανίζεται ο αριθμός των αντιδράσεων σε μία δημοσίευση στους διαδικτυακούς τους φίλους, αλλά να τον βλέπει μόνο ο χρήστης
	5. Καμία επιθυμία για παραποίηση της εικόνας/ταυτότητας στα ΜΚΔ	4. Όλοι μπορούν να αναγνωρίσουν στοιχεία της προσωπικότητάς του εφήβου στα ΜΚΔ	5. Η αυτοπεποίθηση των εφήβων δεν επηρεάζεται από την ανταπόκριση των Άλλων στις δημοσιεύσεις τους
	6. Οι διαδικτυακοί φίλοι πριν δημοσιεύσουν οτιδήποτε αφορά τον έφηβο ζητούν από πριν την έγκρισή του	5. Οι φωτογραφίες στα ΜΚΔ δεν μπορούν να δείξουν συναισθήματα	6. Οι έφηβοι επιθυμούν να βλέπουν τις δημοσιεύσεις τους στα ΜΚΔ τα άτομα που τους ενδιαφέρουν
	7. Καμία επιθυμία για έγκριση πριν τη δημοσίευση (από διαδικτυακό φίλο) μιας φωτογραφίας/ανάρτησης που αφορά τον έφηβο	6. Οι φωτογραφίες στα ΜΚΔ δε βοηθούν στην ουσιαστική επικοινωνία	7. Οι έφηβοι θα κατεβάσουν μία δημοσίευση με πολύ φτωχή ανταπόκριση
	8. Επιθυμία για ένα “ωραίο” προφίλ	7. Η προσωπικότητα του εφήβου ακούσια φαίνεται διαφορετική στα ΜΚΔ	8. Μία μεγάλη ανταπόκριση σε κάποια δημοσίευση εκτοξεύει την αυτοπεποίθηση του εφήβου
	9. Καμία χρήση φίλτρων στις φωτογραφίες που δημοσιεύει ο έφηβος	8. Η προσωπικότητα του εφήβου διαφαίνεται μερικώς στα ΜΚΔ	9. Οι έφηβοι θα κατεβάσουν μία ανάρτηση σε περίπτωση που οι ίδιοι αλλάξουν γνώμη γι'αυτήν
	10. Επιθυμία παρουσίασης της πραγματικής εικόνας του εφήβου στα ΜΚΔ	9. Πεποίθηση πως στα ΜΚΔ δείχνουμε μόνο τα θετικά στοιχεία του εαυτού μας	10. Οι έφηβοι αντιδρούν παθητικά στις δημοσιεύσεις των διαδικτυακών τους φίλων
	11. Παραποίηση της ηλικίας για να φαίνεται μεγαλύτερος στα ΜΚΔ	10. Στα ΜΚΔ παρουσιάζουμε έναν βελτιωμένο εαυτό, αφού απευθυνόμαστε σε διαδικτυακούς φίλους που ενδεχομένως δε μας γνωρίζουν πολύ καλά	11. Οι έφηβοι αντιλαμβάνονται, πως δε θα έπρεπε να επηρεάζεται η αυτοπεποίθησή τους από την ανταπόκριση των Άλλων στις δημοσιεύσεις τους στα ΜΚΔ
	12. Οι έφηβοι δεν επιθυμούν να δημοσιεύονται φωτογραφίες, στις οποίες δεν τους αρέσει ο εαυτός τους	11. Το περιεχόμενο που δημοσιεύεται στα ΜΚΔ δεν είναι αντιπροσωπευτικό του εφήβου	12. Οι “ιστορίες” στα ΜΚΔ φαίνονται στους διαδικτυακούς φίλους για 24 ώρες, οπότε δεν απασχολεί τον έφηβο η ανταπόκριση των Άλλων.

	13. Απαιτήση για διαγραφή φωτογραφίας σε περίπτωση που δεν της αρέσει ο εαυτός της	12. Δεν υπάρχουν αρκετές πληροφορίες στο προφίλ του εφήβου, ώστε κάποιος να μπορεί να καταλάβει τον πραγματικό του εαυτό	
	14. Η ειλικρινής εικόνα στα ΜΚΔ ενισχύει το αίσθημα εμπιστοσύνης	13. Ο ίδιος ο έφηβος δεν επιθυμεί να δείχνει τον πραγματικό του εαυτό στα ΜΚΔ	
	15. Παραποίηση της ηλικίας στα ΜΚΔ για πλάκα		

Σχόλια

Ερευνητικό Ερώτημα 3

1. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 10:50:45 πμ

Κωδικοί:

1. Καμία επιθυμία για παραποίηση της εικόνας/ταυτότητας στα ΜΚΔ
2. Επιθυμία για έγκριση πριν τη δημοσίευση (από διαδικτυακό φίλο) μίας φωτογραφίας/ανάρτησης που αφορά τον έφηβο
3. Καμία χρήση φίλτρων στις φωτογραφίες που δημοσιεύει ο έφηβος

2. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 10:01:11 μμ

Κωδικοί:

1. Η προσωπικότητα του εφήβου όπως την περιγράφει ο ίδιος
2. Η προσωπικότητα του εφήβου δε διαφαίνεται στο προφίλ του στα ΜΚΔ

3. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 11:49:43 πμ

Κωδικοί:

1. Η δημοσίευση θα μείνει στο προφίλ του εφήβου, ακόμα κι αν είχε φτωχή ανταπόκριση στους διαδικτυακούς του φίλους
2. Η αυτοπεποίθηση του εφήβου επηρεάζεται από την ανταπόκριση που έχουν οι δημοσιεύσεις του στους διαδικτυακούς του φίλους

4. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 10:52:28 πμ

Κωδικοί:

1. Καμία επιθυμία για παραποίηση της εικόνας/ταυτότητας στα ΜΚΔ
2. Μη επιθυμία για έγκριση μιας φωτογραφίας/ανάρτησης που αφορά τον έφηβο με την προϋπόθεση, ότι φαίνεται "καλά"
3. Χρήση εφαρμογών τύπου photoshop για διόρθωση ατελειών σε φωτογραφίες
4. Χρήση φίλτρων για διορθώσεις σε φωτογραφίες με σκοπό τη βελτίωση της εικόνας

5. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 10:03:54 μμ

Κωδικοί:

1. Η προσωπικότητα του εφήβου όπως την περιγράφει ο ίδιος
2. Ο έφηβος προσπαθεί να δείχνει τον πραγματικό του εαυτό στα ΜΚΔ

6. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 11:53:54 πμ

Κωδικοί:

1. Οι ίδιοι οι έφηβοι κατακρίνουν τους εαυτούς τους από τις δημοσιεύσεις τους στα ΜΚΔ
2. Η αυτοπεποίθηση του εφήβου επηρεάζεται από την ανταπόκριση που έχουν οι δημοσιεύσεις του στους διαδικτυακούς του φίλους
3. Κάποια ΜΚΔ δίνουν τη δυνατότητα στους χρήστες να μην εμφανίζεται ο αριθμός των αντιδράσεων σε μία δημοσίευση στους διαδικτυακούς τους φίλους, αλλά να τον βλέπει μόνο ο χρήστης

7. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 10:58:42 πμ

Κωδικοί:

1. Καμία επιθυμία για παραποίηση της εικόνας/ταυτότητας στα ΜΚΔ
2. Επιθυμία για έγκριση πριν τη δημοσίευση (από διαδικτυακό φίλο) μίας φωτογραφίας/ανάρτησης που αφορά τον έφηβο
3. Χρήση φίλτρων για διορθώσεις σε φωτογραφίες με σκοπό τη βελτίωση της εικόνας

8. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 10:09:10 μμ

Κωδικοί:

1. Η προσωπικότητα του εφήβου όπως την περιγράφει ο ίδιος
2. Ο έφηβος προσπαθεί να δείχνει τον πραγματικό του εαυτό στα ΜΚΔ

9. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 11:56:39 πμ

Κωδικοί:

1. Η αυτοπεποίθηση των εφήβων δεν επηρεάζεται από την ανταπόκριση των Άλλων στις δημοσιεύσεις τους

10. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 10:59:48 πμ

Κωδικοί:

Ερευνητικό Ερώτημα 3

1. Καμία επιθυμία για παραποίηση της εικόνας/ταυτότητας στα ΜΚΔ
2. Οι διαδικτυακοί φίλοι πριν δημοσιεύσουν οτιδήποτε αφορά των έφηβο ζητούν από πριν την έγκρισή του
3. Καμία επιθυμία για έγκριση πριν τη δημοσίευση (από διαδικτυακό φίλο) μίας φωτογραφίας/ανάρτησης που αφορά τον έφηβο

11. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 10:12:22 πμ

Κωδικοί:

1. Η προσωπικότητα του εφήβου όπως την περιγράφει ο ίδιος
2. Μόνο οι φίλοι του εφήβου μπορούν να αναγνωρίσουν στοιχεία της προσωπικότητάς του στα ΜΚΔ

12. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 11:57:28 πμ

Κωδικοί:

1. Η αυτοπεποίθηση των εφήβων δεν επηρεάζεται από την ανταπόκριση των Άλλων στις δημοσιεύσεις τους
2. Οι έφηβοι επιθυμούν να βλέπουν τις δημοσιεύσεις τους στα ΜΚΔ τα άτομα που τους ενδιαφέρουν

13. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 11:02:38 πμ

Κωδικοί:

1. Καμία επιθυμία για παραποίηση της εικόνας/ταυτότητας στα ΜΚΔ
2. Επιθυμία για έγκριση πριν τη δημοσίευση (από διαδικτυακό φίλο) μίας φωτογραφίας/ανάρτησης που αφορά τον έφηβο
3. Καμία χρήση φίλτρων στις φωτογραφίες που δημοσιεύει ο έφηβος

14. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 10:16:52 πμ

Κωδικοί:

1. Η προσωπικότητα του εφήβου όπως την περιγράφει ο ίδιος
2. Όλοι μπορούν να αναγνωρίσουν στοιχεία της προσωπικότητας του εφήβου στα ΜΚΔ

15. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 11:59:00 πμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι θα κατεβάσουν μία δημοσίευση με πολύ φτωχή ανταπόκριση
2. Μία μεγάλη ανταπόκριση σε κάποια δημοσίευση εκτοξεύει την αυτοπεποίθηση του εφήβου

16. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 11:05:26 πμ

Κωδικοί:

1. Καμία επιθυμία για παραποίηση της εικόνας/ταυτότητας στα ΜΚΔ
2. Επιθυμία για ένα “ωραίο” προφίλ
3. Επιθυμία για έγκριση πριν τη δημοσίευση (από διαδικτυακό φίλο) μίας φωτογραφίας/ανάρτησης που αφορά τον έφηβο
4. Καμία χρήση φίλτρων των ΜΚΔ στις φωτογραφίες που δημοσιεύει ο έφηβος
5. Χρήση εφαρμογών τύπου photoshop για διόρθωση ατελειών σε φωτογραφίες

17. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 10:17:39 πμ

Κωδικοί:

1. Η προσωπικότητα του εφήβου όπως την περιγράφει ο ίδιος
2. Η προσωπικότητα του εφήβου δε διαφαίνεται στο προφίλ του στα ΜΚΔ

18. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 12:00:33 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι θα κατεβάσουν μία ανάρτηση σε περίπτωση που οι ίδιοι αλλάξουν γνώμη γι' αυτήν
2. Η αυτοπεποίθηση των εφήβων δεν επηρεάζεται από την ανταπόκριση των Άλλων στις δημοσιεύσεις τους

19. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 11:09:24 πμ

Κωδικοί:

1. Καμία επιθυμία για παραποίηση της εικόνας/ταυτότητας στα ΜΚΔ
2. Η ειλικρινής εικόνα στα ΜΚΔ ενισχύει το αίσθημα εμπιστοσύνης
3. Επιθυμία για έγκριση πριν τη δημοσίευση (από διαδικτυακό φίλο) μίας φωτογραφίας/ανάρτησης που αφορά τον έφηβο
4. Καμία χρήση φίλτρων των ΜΚΔ στις φωτογραφίες που δημοσιεύει ο έφηβος
5. Επιθυμία παρουσίασης της πραγματικής εικόνας του εφήβου στα ΜΚΔ

Ερευνητικό Ερώτημα 3

20. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 10:22:42 πμ

Κωδικοί:

1. Η προσωπικότητα του εφήβου όπως την περιγράφει ο ίδιος
2. Η προσωπικότητα του εφήβου δε διαφαίνεται στο προφίλ του στα ΜΚΔ
3. Οι φωτογραφίες στα ΜΚΔ δεν μπορούν να δείξουν συναισθήματα
4. Οι φωτογραφίες στα ΜΚΔ δε βοηθούν στην ουσιαστική επικοινωνία

21. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 12:06:43 μμ

Κωδικοί:

1. Η δημοσίευση θα μείνει στο προφίλ του εφήβου, ακόμα κι αν είχε φτωχή ανταπόκριση στους διαδικτυακούς του φίλους
2. Η αυτοπεποίθηση των εφήβων δεν επηρεάζεται από την ανταπόκριση των Άλλων στις δημοσιεύσεις τους

22. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 11:10:51 πμ

Κωδικοί:

1. Παραποίηση της ηλικίας για να φαίνεται μεγαλύτερος στα ΜΚΔ.
2. Παραποίηση της ηλικίας στα ΜΚΔ για πλάκα
3. Επιθυμία για έγκριση πριν τη δημοσίευση από διαδικτυακό φίλο) μίας φωτογραφίας/ανάρτησης που αφορά τον έφηβο
4. Χρήση φίλτρων για διορθώσεις σε φωτογραφίες με σκοπό τη βελτίωση της εικόνας

23. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 10:32:54 πμ

Κωδικοί:

1. Η προσωπικότητα του εφήβου όπως την περιγράφει ο ίδιος
2. Η προσωπικότητα του εφήβου δε διαφαίνεται στο προφίλ του στα ΜΚΔ
3. Η προσωπικότητα του εφήβου ακούσια φαίνεται διαφορετική στα ΜΚΔ

24. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 12:08:45 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι θα κατεβάσουν μία δημοσίευση με πολύ φτωχή ανταπόκριση
2. Η αυτοπεποίθηση του εφήβου επηρεάζεται από την ανταπόκριση που έχουν οι δημοσιεύσεις του στους διαδικτυακούς του φίλους

25. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 11:12:49 πμ

Κωδικοί:

1. Παραποίηση της ηλικίας για να φαίνεται μεγαλύτερος στα ΜΚΔ
2. Επιθυμία για έγκριση πριν τη δημοσίευση (από διαδικτυακό φίλο) μίας φωτογραφίας/ανάρτησης που αφορά τον έφηβο
3. Χρήση φίλτρων για διορθώσεις σε φωτογραφίες με σκοπό τη βελτίωση της εικόνας

26. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 10:34:50 πμ

Κωδικοί:

1. Η προσωπικότητα του εφήβου όπως την περιγράφει ο ίδιος
2. Η προσωπικότητα του εφήβου διαφαίνεται μερικώς στα ΜΚΔ

27. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 12:11:43 μμ

Κωδικοί:

1. Η δημοσίευση θα μείνει στο προφίλ του εφήβου, ακόμα κι αν είχε φτωχή ανταπόκριση στους διαδικτυακούς του φίλους
2. Η αυτοπεποίθηση των εφήβων δεν επηρεάζεται από την ανταπόκριση των Άλλων στις δημοσιεύσεις τους

28. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 11:15:40 πμ

Κωδικοί:

1. Καμία επιθυμία για παραποίηση της εικόνας του στα ΜΚΔ
2. Επιθυμία για έγκριση πριν τη δημοσίευση (από διαδικτυακό φίλο) μίας φωτογραφίας/ανάρτησης που αφορά τον έφηβο
3. Χρήση φίλτρων για διορθώσεις σε φωτογραφίες με σκοπό τη βελτίωση της εικόνας

29. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 11:00:46 πμ

Κωδικοί:

1. Η προσωπικότητα του εφήβου όπως την περιγράφει ο ίδιος
2. Η προσωπικότητα του εφήβου δε διαφαίνεται στο προφίλ του στα ΜΚΔ

Ερευνητικό Ερώτημα 3

3. Πειποίθηση πως στα ΜΚΔ δείχνουμε μόνο τα θετικά στοιχεία του εαυτού μας
4. Στα ΜΚΔ παρουσιάζουμε έναν βελτιωμένο εαυτό, αφού απευθυνόμαστε σε διαδικτυακούς φίλους που ενδεχομένως δε μας γνωρίζουν πολύ καλά

30. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 12:12:59 μμ

Κωδικοί:

1. Η δημοσίευση θα μείνει στο προφίλ του εφήβου, ακόμα κι αν είχε φτωχή ανταπόκριση στους διαδικτυακούς του φίλους
2. Η αυτοπεποίθηση των εφήβων δεν επηρεάζεται από την ανταπόκριση των Άλλων στις δημοσιεύσεις τους
3. Μία μεγάλη ανταπόκριση σε κάποια δημοσίευση εκτοξεύει την αυτοπεποίθηση του εφήβου

31. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 11:25:55 πμ

Κωδικοί:

1. Καμία επιθυμία για παραποίηση της εικόνας του στα ΜΚΔ
2. Επιθυμία για έγκριση πριν τη δημοσίευση (από διαδικτυακό φίλο) μίας φωτογραφίας/ανάρτησης που αφορά τον έφηβο
3. Οι έφηβοι δεν επιθυμούν να δημοσιεύονται φωτογραφίες, στις οποίες δεν τους αρέσει ο εαυτός τους
4. Καμία χρήση φίλτρων των ΜΚΔ στις φωτογραφίες που δημοσιεύει ο έφηβος
5. Επιθυμία παρουσίασης της πραγματικής εικόνας του εφήβου στα ΜΚΔ

32. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 11:07:15 πμ

Κωδικοί:

1. Η προσωπικότητα του εφήβου όπως την περιγράφει ο ίδιος
2. Η προσωπικότητα του εφήβου δε διαφαίνεται στο προφίλ του στα ΜΚΔ
3. Το περιεχόμενο που δημοσιεύεται στα ΜΚΔ δεν είναι αντιπροσωπευτικό του εφήβου

33. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 12:14:41 μμ

Κωδικοί:

1. Η δημοσίευση θα μείνει στο προφίλ του εφήβου, ακόμα κι αν είχε φτωχή ανταπόκριση στους διαδικτυακούς του φίλους
2. Η αυτοπεποίθηση του εφήβου επηρεάζεται από την ανταπόκριση που έχουν οι δημοσιεύσεις του στους διαδικτυακούς του φίλους
3. Οι έφηβοι αντιδρούν παθητικά στις δημοσιεύσεις των διαδικτυακών τους φίλων

34. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 11:35:05 πμ

Κωδικοί:

1. Καμία επιθυμία για παραποίηση της εικόνας του στα ΜΚΔ
2. Επιθυμία για έγκριση πριν τη δημοσίευση (από διαδικτυακό φίλο) μίας φωτογραφίας/ανάρτησης που αφορά τον έφηβο
3. Απαίτηση για διαγραφή φωτογραφίας σε περίπτωση που δεν της αρέσει ο εαυτός της
4. Οι διαδικτυακοί φίλοι πριν δημοσιεύσουν οτιδήποτε αφορά των έφηβο ζητούν από πριν την έγκρισή του
5. Καμία χρήση φίλτρων των ΜΚΔ στις φωτογραφίες που δημοσιεύει ο έφηβος
6. Επιθυμία παρουσίασης της πραγματικής εικόνας του εφήβου στα ΜΚΔ

35. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 11:09:14 πμ

Κωδικοί:

1. Η προσωπικότητα του εφήβου όπως την περιγράφει ο ίδιος
2. Η προσωπικότητα του εφήβου δε διαφαίνεται στο προφίλ του στα ΜΚΔ
3. Το περιεχόμενο που δημοσιεύεται στα ΜΚΔ δεν είναι αντιπροσωπευτικό του εφήβου
4. Δεν υπάρχουν αρκετές πληροφορίες στο προφίλ του εφήβου, ώστε κάποιος να μπορεί να καταλάβει τον πραγματικό του εαυτό

36. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 12:16:08 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι θα κατεβάσουν μία ανάρτηση σε περίπτωση που οι ίδιοι αλλάξουν γνώμη γι' αυτήν
2. Η δημοσίευση θα μείνει στο προφίλ του εφήβου, ακόμα κι αν είχε φτωχή ανταπόκριση στους διαδικτυακούς του φίλους
3. Μία μεγάλη ανταπόκριση σε κάποια δημοσίευση εκτοξεύει την αυτοπεποίθηση του εφήβου

37. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 11:32:45 πμ

Κωδικοί:

1. Παραποίηση της ηλικίας για να φαίνεται μεγαλύτερος στα ΜΚΔ

Ερευνητικό Ερώτημα 3

2. Επιθυμία για έγκριση πριν τη δημοσίευση (από διαδικτυακό φίλο) μίας φωτογραφίας/ανάρτησης που αφορά τον έφηβο
3. Χρήση φίλτρων για διορθώσεις σε φωτογραφίες με σκοπό τη βελτίωση της εικόνας

38. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 11:12:35 πμ

Κωδικοί:

1. Η προσωπικότητα του εφήβου όπως την περιγράφει ο ίδιος
2. Όλοι μπορούν να αναγνωρίσουν στοιχεία της προσωπικότητάς του στα ΜΚΔ

39. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 12:19:38 μμ

Κωδικοί:

1. Η δημοσίευση θα μείνει στο προφίλ του εφήβου, ακόμα κι αν είχε φτωχή ανταπόκριση στους διαδικτυακούς του φίλους
2. Η αυτοπεποίθηση των εφήβων δεν επηρεάζεται από την ανταπόκριση των Άλλων στις δημοσιεύσεις τους

40. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 11:39:10 πμ

Κωδικοί:

1. Καμία επιθυμία για παραποίηση της εικόνας του στα ΜΚΔ
2. Επιθυμία για έγκριση πριν τη δημοσίευση (από διαδικτυακό φίλο) μίας φωτογραφίας/ανάρτησης που αφορά τον έφηβο
3. Καμία χρήση φίλτρων των ΜΚΔ στις φωτογραφίες που δημοσιεύει ο έφηβος
4. Επιθυμία παρουσίασης της πραγματικής εικόνας του εφήβου στα ΜΚΔ

41. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 11:14:56 πμ

Κωδικοί:

1. Η προσωπικότητα του εφήβου όπως την περιγράφει ο ίδιος
2. Η προσωπικότητα του εφήβου δε διαφαίνεται πάντα στο προφίλ του στα ΜΚΔ
3. Τα social media δε βοηθούν στην έκφραση συναισθημάτων και στην προβολή του πραγματικού εαυτού

42. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 12:20:31 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι θα κατεβάσουν μία δημοσίευση με πολύ φτωχή ανταπόκριση
2. Η αυτοπεποίθηση του εφήβου επηρεάζεται από την ανταπόκριση που έχουν οι δημοσιεύσεις του στους διαδικτυακούς του φίλους

43. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 11:40:37 πμ

Κωδικοί:

1. Καμία επιθυμία για παραποίηση της εικόνας του στα ΜΚΔ
2. Επιθυμία για έγκριση πριν τη δημοσίευση (από διαδικτυακό φίλο) μίας φωτογραφίας/ανάρτησης που αφορά τον έφηβο
3. Καμία χρήση φίλτρων των ΜΚΔ στις φωτογραφίες που δημοσιεύει ο έφηβος
4. Επιθυμία παρουσίασης της πραγματικής εικόνας του εφήβου στα ΜΚΔ

44. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 11:17:33 πμ

Κωδικοί:

1. Η προσωπικότητα του εφήβου όπως την περιγράφει ο ίδιος
2. Όλοι μπορούν να αναγνωρίσουν στοιχεία της προσωπικότητάς του στα ΜΚΔ

45. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 12:21:11 μμ

Κωδικοί:

1. Η δημοσίευση θα μείνει στο προφίλ του εφήβου, ακόμα κι αν είχε φτωχή ανταπόκριση στους διαδικτυακούς του φίλους
2. Η αυτοπεποίθηση του εφήβου επηρεάζεται από την ανταπόκριση που έχουν οι δημοσιεύσεις του στους διαδικτυακούς του φίλους

46. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 11:42:30 πμ

Κωδικοί:

1. Παραποίηση της ηλικίας για να φαίνεται μεγαλύτερος στα ΜΚΔ
2. Επιθυμία για έγκριση πριν τη δημοσίευση (από διαδικτυακό φίλο) μίας φωτογραφίας/ανάρτησης που αφορά τον έφηβο
3. Οι έφηβοι δεν επιθυμούν να δημοσιεύονται φωτογραφίες, στις οποίες δεν τους αρέσει ο εαυτός τους
4. Χρήση φίλτρων για διορθώσεις σε φωτογραφίες με σκοπό τη βελτίωση της εικόνας
5. Επιθυμία παρουσίασης της πραγματικής εικόνας του εφήβου στα ΜΚΔ

Ερευνητικό Ερώτημα 3

47. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 11:18:12 πμ

Κωδικοί:

1. Η προσωπικότητα του εφήβου όπως την περιγράφει ο ίδιος
2. Όλοι μπορούν να αναγνωρίσουν στοιχεία της προσωπικότητάς του στα ΜΚΔ

48. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 2:20:35 μμ

Κωδικοί:

1. Η δημοσίευση θα μείνει στο προφίλ του εφήβου, ακόμα κι αν είχε φτωχή ανταπόκριση στους διαδικτυακούς του φίλους
2. Η αυτοπεποίθηση των εφήβων δεν επηρεάζεται από την ανταπόκριση των Άλλων στις δημοσιεύσεις τους
3. Οι έφηβοι θέλουν μέσω των ΜΚΔ να μοιράζονται στιγμές της ζωής τους

49. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 11:45:08 πμ

Κωδικοί:

1. Παραποίηση της ηλικίας για να φαίνεται μεγαλύτερος στα ΜΚΔ
2. Επιθυμία για έγκριση πριν τη δημοσίευση (από διαδικτυακό φίλο) μίας φωτογραφίας/ανάρτησης που αφορά τον έφηβο
3. Οι έφηβοι δεν επιθυμούν να δημοσιεύονται φωτογραφίες, στις οποίες δεν τους αρέσει ο εαυτός τους
4. Χρήση φίλτρων για διορθώσεις σε φωτογραφίες με σκοπό τη βελτίωση της εικόνας

50. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 11:19:26 πμ

Κωδικοί:

1. Η προσωπικότητα του εφήβου όπως την περιγράφει ο ίδιος
2. Η προσωπικότητα του εφήβου δε διαφαίνεται στο προφίλ του στα ΜΚΔ
3. Ο ίδιος ο έφηβος δεν επιθυμεί να δείχνει τον πραγματικό του εαυτό στα ΜΚΔ

51. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 2:23:14 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι θα κατεβάσουν μία ανάρτηση σε περίπτωση που οι ίδιοι αλλάξουν γνώμη γι' αυτήν
2. Η αυτοπεποίθηση του εφήβου επηρεάζεται από την ανταπόκριση που έχουν οι δημοσιεύσεις του στους διαδικτυακούς του φίλους

52. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 11:46:08 πμ

Κωδικοί:

1. Καμία επιθυμία για παραποίηση της εικόνας του εφήβου στα ΜΚΔ
2. Επιθυμία για έγκριση πριν τη δημοσίευση (από διαδικτυακό φίλο) μίας φωτογραφίας/ανάρτησης που αφορά τον έφηβο
3. Χρήση φίλτρων για διορθώσεις σε φωτογραφίες με σκοπό τη βελτίωση της εικόνας

53. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 11:21:09 πμ

Κωδικοί:

1. Η προσωπικότητα του εφήβου όπως την περιγράφει ο ίδιος
2. Η προσωπικότητα του εφήβου διαφαίνεται μερικώς στα ΜΚΔ

54. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 2:27:04 μμ

Κωδικοί:

1. Κάποια ΜΚΔ δίνουν τη δυνατότητα στους χρήστες να μην εμφανίζεται ο αριθμός των αντιδράσεων σε μία δημοσίευση στους διαδικτυακούς τους φίλους, αλλά να τον βλέπει μόνο ο χρήστης
2. Οι έφηβοι θα κατεβάσουν μία ανάρτηση σε περίπτωση που οι ίδιοι αλλάξουν γνώμη γι' αυτήν
3. Η αυτοπεποίθηση του εφήβου επηρεάζεται από την ανταπόκριση που έχουν οι δημοσιεύσεις του στους διαδικτυακούς του φίλους
4. Οι έφηβοι αντιλαμβάνονται πως δε θα έπρεπε να επηρεάζεται η αυτοπεποίθησή τους από την ανταπόκριση των Άλλων στις δημοσιεύσεις τους στα ΜΚΔ

55. Georgia Panagiotidou

25 Ιανουαρίου 2023 - 11:47:44 πμ

Κωδικοί:

1. Καμία επιθυμία για παραποίηση της εικόνας του εφήβου στα ΜΚΔ
2. Καμία επιθυμία για έγκριση πριν τη δημοσίευση (από διαδικτυακό φίλο) μίας φωτογραφίας/ανάρτησης που αφορά τον έφηβο
3. Χρήση φίλτρων για διορθώσεις σε φωτογραφίες με σκοπό τη βελτίωση της εικόνας

Ερευνητικό Ερώτημα 3

56. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 11:22:35 πμ

Κωδικοί:

1. Η προσωπικότητα του εφήβου όπως την περιγράφει ο ίδιος
2. Η προσωπικότητα του εφήβου δε διαφαίνεται στο προφίλ του στα ΜΚΔ
3. Τα social media δε βοηθούν στην έκφραση συναισθημάτων και στην προβολή του πραγματικού εαυτού

57. Georgia Panagiotidou

26 Ιανουαρίου 2023 - 2:32:59 μμ

Κωδικοί:

1. Οι "ιστορίες" στα ΜΚΔ φαίνονται στους διαδικτυακούς φίλους για 24 ώρες, οπότε δεν απασχολεί τον έφηβο η ανταπόκριση των Άλλων.
2. Οι έφηβοι θα κατεβάσουν μία δημοσίευση με πολύ φτωχή ανταπόκριση
3. Οι έφηβοι θα κατεβάσουν μία ανάρτηση σε περίπτωση που οι ίδιοι αλλάξουν γνώμη γι' αυτήν
4. Η αυτοπεποίθηση του εφήβου επηρεάζεται από την ανταπόκριση που έχουν οι δημοσιεύσεις του στους διαδικτυακούς του φίλους

Υπόμνημα Γ'

Οι συμμετέχοντες στη μελέτη περίπτωσης του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης φαίνεται πως θεωρούν αρκετά σημαντική την εικόνα τους, την οποία επιθυμούν οι ίδιοι να τη διαχειρίζονται, γι' αυτό το λόγο πριν αναρτήσει κάποιος κάποια δημοσίευση που τους αφορά, κυρίως φωτογραφίες, θέλουν πρωτίστως να εγκρίνουν την εν λόγω ανάρτηση. Συνήθως τα κορίτσια αναφέρουν, πως θέλουν να βεβαιωθούν πως τους αρέσει ο εαυτός τους, ενώ τα αγόρια στην πλειοψηφία τους φαίνονται αδιάφορα σχετικά με το πώς φαίνονται σε μία φωτογραφία, ωστόσο και πάλι επιθυμούν να εγκρίνουν μία ανάρτηση πριν τη δημοσιεύσει κάποιος διαδικτυακός τους φίλος. Σε γενικές γραμμές σε περίπτωση που αναρτηθεί κάποιο περιεχόμενο χωρίς την έγκριση των παιδιών είναι πολύ πιθανό να απαιτηθεί η διαγραφή του ή να υπάρξει δυσαρέσκεια από την πλευρά τους. Η συντριπτική πλειοψηφία δεν παραποιεί στοιχεία της εικόνας ή της ταυτότητάς τους, διότι δε θέλουν να δείχνουν κάτι διαφορετικό από την πραγματικότητα. Υπάρχουν ωστόσο ελάχιστες περιπτώσεις που δεν παραποιούν την ηλικία τους, ωστόσο συνειδητά την αποκρύπτουν. Οι συμμετέχοντες χρησιμοποιούν φίλτρα στις φωτογραφίες τους, παρά το γεγονός, ότι αρχικά δεν το παραδέχονται. Αναφέρουν συνήθως πως χρησιμοποιούν φίλτρα, όχι για να βελτιώσουν την εικόνα τους, αλλά για να βελτιώσουν τις συνθήκες, όπως για παράδειγμα το φωτισμό, ή να αποδώσουν μία καλλιτεχνική οπτική στη φωτογραφία που επιθυμούν να αναρτήσουν. Υπάρχει και μία μικρή μειοψηφία, η οποία παρεμβαίνει στην εικόνα με σκοπό τη βελτίωσή της και αφορά αγόρι και όχι κορίτσι.

Αυτό που αξίζει να σημειωθεί είναι πως τα παιδιά, αν και θεωρούν πολύ σημαντική την εικόνα τους, έχουν συναίσθηση του εαυτού τους, τον οποίο και δεν επιθυμούν να παραποιούν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, διότι πιστεύουν πως με αυτόν τον τρόπο εξαπατούν τους διαδικτυακούς τους φίλους, ενώ αναφέρουν πως μία ειλικρινής εικόνα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενισχύει το αίσθημα εμπιστοσύνης μεταξύ τους. Εδώ και πάλι αξίζει να υπενθυμίσουμε την προτίμηση των μαθητών στη δια ζώσης επαφή, γεγονός που ενισχύει την επιθυμία να δείχνουν αυτό που πραγματικά είναι και όχι ένα παραπλανητικό «φαίνεσθαι» και με αυτόν τον τρόπο διαπιστώνουμε πως τα παιδιά έχουν υψηλή αυτοπεποίθηση.

Οι μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης προσπάθησαν να περιγράψουν τον εαυτό τους με ειλικρίνεια, αναφέροντας όχι μόνο τα θετικά τους χαρακτηριστικά, αλλά πολλές φορές και τα αρνητικά τους, γεγονός που μαρτυρά, πως δεν προσπαθούν να εξωραϊσουν την προσωπικότητά τους, αλλά έχουν συναίσθηση του Εαυτού. Οι μαθητές που θεωρούν πως διαφάνεται η προσωπικότητά τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ελάχιστοι. Οι περισσότεροι θεωρούν πως δε φαίνεται καθόλου ο πραγματικός τους εαυτός κι αυτό συμβαίνει, γιατί δεν αναρτούν συχνά δημοσιεύσεις που τους αφορούν ή φωτογραφίες τους, αντιθέτως συνήθως ανεβάζουν ιστορίες, οι οποίες, όπως προαναφέραμε έχουν διάρκεια ζωής μόλις 24 ώρες. Επίσης αρκετοί από τους συμμετέχοντες υποστηρίζουν πως δείχνουν τον πραγματικό τους εαυτό στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μόνο σε αυτούς που οι ίδιοι επιθυμούν. Κοινή παραδοχή αποτελεί πως αναρτήσεις και φωτογραφίες στα μέσα δεν είναι δυνατόν να δείξουν τον πραγματικό χαρακτήρα κάποιου, αλλά συνήθως μία οπτική του ή ακόμη και καμία, ενώ υπήρξαν και περιπτώσεις, όπου οι μαθητές θεωρούν πως στα μέσα δείχνουν μία εξωραϊσμένη εκδοχή του εαυτού μας τονίζοντας τα θετικά στοιχεία και αποκρύπτοντας τα αρνητικά. Συνεπώς δε διαφαίνεται να υπάρχει αντιστοιχία του πραγματικού Εαυτού με το διαδικτυακό.

Όσον αφορά στα σχόλια των Άλλων σε δημοσιεύσεις των συμμετεχόντων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, σχεδόν όλα τα παιδιά παραδέχονται πως μία μεγάλη ανταπόκριση σίγουρα θα επηρεάσει θετικά την αυτοπεποίθησή τους. Σχετικά με τη χαμηλή ανταπόκριση αρκετοί από τους συμμετέχοντες μαθητές αναφέρουν, πως δεν επηρεάζονται ιδιαίτερα, ενώ αρκετοί αναφέρουν πως δεν τους ενδιαφέρει καθόλου και οι αναρτήσεις που κάνουν είναι αρκετό να αρέσει στους ίδιους. Μια πολύ μικρή

μειοψηφία παραδέχεται πως υπάρχει περίπτωση και να κατεβάσει από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μία δημοσίευση με φτωχή ανταπόκριση, ωστόσο η συντριπτική πλειοψηφία δε φαίνεται να επιθυμεί να την αποσύρει. Επιπλέον αναφέρεται πως οι χρήστες των μέσων συνήθως αντιδρούν σε δημοσιεύσεις παθητικά, χωρίς να ενδιαφέρονται πραγματικά για μία δημοσίευση, οπότε γι' αυτόν το λόγο τα παιδιά δεν ασχολούνται και πάρα πολύ με την ανταπόκριση στις αναρτήσεις τους και ούτε χαίρονται, αλλά ούτε και στενοχωριούνται.

Στην περίπτωση αυτή παρατηρούμε πως οι μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης, αν και δείχνουν, ότι δεν επηρεάζονται από τα σχόλια των Άλλων και τις αντιδράσεις στις αναρτήσεις τους, ωστόσο παραδέχονται πως μία μεγάλη ανταπόκριση επηρεάζει την αυτοπεποίθησή τους με θετικό πρόσημο, ενώ μία φτωχή ανταπόκριση αρκετές φορές τους δημιουργεί κάποιες σκέψεις. Συνεπώς, η γνώμη των Άλλων είναι σημαντική για τους συμμετέχοντες, ακόμα και αν δεν το παραδέχονται, είναι κάτι που συνάγεται από την όλη συζήτηση και τις λεπτομέρειες στις αναφορές τους. Επίσης θεωρούν πως η εικόνα τους είναι σημαντική και ο τρόπος που προβάλλεται θα πρέπει να είναι μία υπόθεση που αφορά στους ίδιους, χωρίς να παρεμβαίνουν Άλλοι χρησιμοποιώντας την εικόνα τους κατά τη δική τους βούληση. Τέλος, αυτό που διαπιστώνεται είναι η μεγάλη απόκλιση της πραγματικής ταυτότητας από τη διαδικτυακή, καθώς τα ίδια τα παιδιά δεν επιθυμούν να δείχνουν τον πραγματικό τους εαυτό στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή ακόμα κι αν το επιθυμούν, η φύση των μέσων εμποδίζει τη φανέρωση της αληθινής τους προσωπικότητας ή επιλέγουν τα ίδια τα παιδιά τους ανθρώπους στους οποίους θα δείξουν ποια είναι στην καθημερινή τους ζωή. Αυτό που αξίζει να σημειώσουμε, είναι η επιβολή του τρόπου σκέψης των μαθητών του 4^{ου} ΓΕΛ στη γενικότερη φιλοσοφία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, η οποία χαρακτηρίζεται από την κατάλυση της ιδιωτικότητας και τη λογική της κλειδαρότρυπας, την οποία τα παιδιά δεν ενστερνίζονται.

Ε.Ε.4. Ποιες είναι οι επιρροές που δέχονται οι μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης από τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης;

Πίνακας 4. Αποσπάσματα συνεντεύξεων και κωδικοποίηση 4ου ερευνητικού ερωτήματος

Συμμ/ντες	Επηρεάζει η χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης την καταναλωτική συμπεριφορά των εφήβων και με ποιον τρόπο;	Δημιουργούν οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης καταναλωτικά πρότυπα για τους εφήβους;	Επηρεάζεται η καταναλωτική συμπεριφορά που των εφήβων από τις διασημότητες που ακολουθούν στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης;	Πώς εντάσσεται η συμπεριφορά των εφήβων στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης στη δομή της ευρύτερης κοινωνίας και κατά πόσο διαμορφώνουν αυτήν την νέα εποχή στην οποία έχουμε περιέλθει;
ΑΒΛΒ3	<p>1 1. “Απ’ το διαδίκτυο, απ’ το διαδίκτυο, γενικά αφού διαδίκτυο (σχετικά με το από πού ενημερώνεται για τις εξελίξεις της μόδας και της τεχνολογίας). 2. “Άμα θέλω να πάρω ένα κινητό όμως, θα δω τι είπε κάποιος γι’ αυτό το κινητό, αν είπε ότι είναι καλό” (στην ερώτηση εάν συμβουλευεται τις τάσεις της μόδας πριν προχωρήσει στις αγορές του).</p>	<p>2 1.Τους Υποχολις τους ξέρετε; Ακολουθώ αυτούς, ακολουθώ τον Τανιμανίδη, που είναι πολύ ωραίος αυτός, ποιον άλλο ακολουθώ; Τον Κοψιάλη, τον ξέρετε τον Κοψιάλη; (σχετικά με το αν ακολουθεί διασημότητες στα ΜΚΔ). 2. “Ναι, καμιά φορά άμα δω μια φωτογραφία ενός διάσημου να φοράει μια ζακέτα, κάτι και μ’ αρέσει, θα μπω κι εγώ να...” (στην ερώτηση, εάν αντιγράφει το στυλ διασημοτήτων που ακολουθεί στα ΜΚΔ).</p>	<p>3 1. “Ναι, κατάλαβα. Εντάξει, από ρούχα συνήθως θα αγοράσω ό,τι θέλω εγώ, ό,τι μ’ αρέσει εμένα, δεν θα κοιτάξω ξέρω γω τι ανέβασε ο άλλος ή τι είπε το μοντέλο ότι είναι στη μόδα” (στην ερώτηση εάν συμβουλευεται τις τάσεις της μόδας πριν προχωρήσει στις αγορές του).</p>	<p>4 1. “Όχι, δύσκολα, δύσκολα” (στην ερώτηση, εάν ξοδεύει καμιά φορά περισσότερα χρήματα από αυτά που του επιτρέπουν οι γονείς του σε κάποιο πολυδιαφημισμένο προϊόν στα ΜΚΔ). 2. “Πιο πολύ παίρνω απ’ το Ίντερνετ, δεν παίρνω απ’ τα φυσικά αλλά εντάξει πάω και στα φυσικά καμιά φορά. Γιατί το Ίντερνετ είναι πιο εύκολο, κατευθείαν απ’ το σπίτι μου, πάω, κάνω αυτό, τέλος, δεν χρειάζεται να βγω έξω” (σχετικά με τους τρόπους με τους οποίους επιλέγει να κάνει τις αγορές του). 2. “Καλή σχέση έχω. Μου αρέσει και να μπαίνω και να βλέπω δημοσιεύσεις και να πατάω και like, μου αρέσει γενικά όλη η κατάσταση, αλλά προσπαθώ να μην το παρακάνω. Δεν το καταφέρνω πάντα, δηλαδή κάποιες φορές...” (σχετικά με τη σχέση του με τα ΜΚΔ). 3. “Δύσκολο. Εντάξει, θα προσαρμοζόμασταν αλλά δύσκολα, τον πρώτο χρόνο θα ήμασταν...Εδώ</p>

				ανοίγουμε, ξυπνάμε το πρωί και σκεφτόμαστε εκεί που τρώμε το πρωινό να ανοίξω λίγο το Instagram να δω” (σχετικά με το πώς θα φαντάζεται τη ζωή του σε περίπτωση που έπαυαν να υπάρχουν τα ΜΚΔ).
ΑΓΓΒ2	<p>5 1. “Ναι, αλλά με ένα μέτρο, ή θα μπω στο Zara, Nike, θα δω, θα ψαχτώ, θα κοιτάξω και συνήθως μόνος μου θέλω να τα ψάχνω πως θα τα συνδυάσω, δεν κοιτάω κάπου.” 2. “Συνήθως απ’ το Instagram αλλά μου αρέσει να ενημερώνομαι και να προχωράω μπροστά, δεν ξέρω πως να το εξηγήσω, ακόμη και στα τεχνολογικά, θέλω, εντάξει δεν θα πάω να πάρω και το πιο καινούριο iPhone που κυκλοφορεί κάθε χρόνο γιατί το θεωρώ πεταμένα λεφτά, να είμαι κι ελικρινής αλλά θεωρώ ότι έχει πολλές δυνατότητες αλλά άμα διαθέτεις ένα ποσό, κάθε ας πούμε 1, κάθε 2-3 χρόνια είναι οκ πιστεύω”.</p>	<p>6 1. “Ναι.” (Ακολουθεί διασημότητες στα ΜΚΔ). 3. “Δε θυμάμαι να σου πω ποιους ακολουθώ. Ακολουθώ, ποιους ακολουθώ; Είδες, δεν μπορώ να θυμηθώ. Διάφορους, όπως είχα, ... Κάποιον απ’ τη «Γη της Ελιάς» παρακολουθώ...”. 4. “Ναι, και παρουσιαστές και τραγουδιστές...”. 2. “Θα σας εξηγήσω, όχι, σίγουρα θα με επηρεάσει σε ένα μικρό βαθμό αλλά θα κοιτάξω να πω «Γιώργο, σκέψου, το χρειάζεσαι; Γιώργο, μπορεί να το βγάλει μετά πιο φθηνό, να το βρεις αλλού». Γιατί δεν μπορώ να γεμίζω τον χώρο μου άχρηστα πράγματα και προτιμώ να τα επενδύω τα λεφτά μου σε ταξίδια και τέτοια συνήθως.”.</p>	<p>7 1. “Ναι, αν όμως τα δώσω σε κάποιον άλλο ή ο κάποιος πάει να αγοράσει το συγκεκριμένο μπορεί να μην του πηγαίνει καθόλου να είναι σαν το ψάρι έξω απ’ τα νερά, δηλαδή έχω δει στο δρόμο και κοπέλες και αγόρια της ηλικίας μου που φοράνε κάποια ρούχα, και εντάξει δεν θα τους πω, τι φορές, αλλά θα σκεφτώ μετά και θα πω είναι σαν το ψάρι έξω απ’ τα νερά.”. 2. “Στα social media δεν αγοράζω ποτέ, λίγο φοβάμαι.”</p>	<p>8 1. “Το online, γιατί προτιμώ και τα μαγαζιά αλλά στα μαγαζιά δεν σου δίνουν τη δυνατότητα, δηλαδή τώρα για παράδειγμα αν πας εδώ στο Bershka θα ‘χει 5 ρούχα, ενώ αν μπεις στο διαδικτυακό, θα ‘χει 500.” 2. “Ναι, θα σας πω. Πάντα ρωτάω τους γονείς μου για το οικονομικό αλλά δεν είμαι από αυτούς που θα πάω, αν με αφήσεις μπορώ να ξοδέψω τα πάντα, αλλά προσπαθώ να περιορίζομαι γιατί τώρα και λόγω της κρίσης κι αυτά, που μπορεί να έχω την Α οικονομική δυνατότητα, αλλά γιατί να τα ξοδέψω όλα σε μία μέρα και...”. 3. “Ναι, άμα βρω, σαφέστατα θα πάρω, δηλαδή άμα βρω πράγματα που μου αρέσουν και είναι σε καλές τιμές θα τα πάρω, δεν τίθεται θέμα, έχω όλες τις κάρτες μου στο ρολόι και κάνω δουλειά μου.” 4. Άριστη δεν το λέω, δεν θα το πω. Μέτρια, προς καλή θα πω. Δηλαδή, κάθε μέρα μαθαίνω κι από κάτι” (σχετικά με τη σχέση του με τα ΜΚΔ). 5. “Θα μπορώ να ζήσω, απλώς...”. 6. “Με εκνευρίζει, ότι, όχι ότι</p>

				είμαι εξαρτημένος, ας πούμε καλή ώρα στο σχολείο, δεν πιάνει ο ΟΤΕ με τίποτα, πήρα και χθες τηλέφωνο να μου το κάνουνε και τέλος πάντων, όχι ότι είμαι εξαρτημένος αλλά μπορεί να χρειαστώ κάτι, το κινητό στο σχολείο δεν το χρησιμοποιώ ποτέ, το έχω στην τσάντα, για ώρα ανάγκης, κλειστό, αλλά μπορεί να συμβεί κάτι, αλλά και μόνο η Cosmote δεν πιάνει, δηλαδή όλοι οι άλλοι πιάνουν εδώ πέρα.”
ΑΖΓΓ2	<p>9 1. “Διαδίκτυο θα πω.” (Ενημερώνεται για τις εξελίξεις της μόδας και της τεχνολογίας). 2. “Ναι, ναι” (συμβουλευεται τα ΜΚΔ πριν προχωρήσει στις αγορές του).</p>	<p>10 1. “Ναι, ναι” (ακολουθεί διασημότητες στα ΜΚΔ). 2. “Αθλητές κατά κύριο λόγο και μετά, αθλητές, ό,τι βασικά έχει αθλητικό περιεχόμενο σίγουρα, ό,τι έχει κάποια μουσικό περιεχόμενο και αρκετούς ξέρω γω ξεχωριστούς, δηλαδή μπορεί ν’ ακολουθώ έναν ας πούμε έναν άνθρωπο, έναν γνωστό φυσικό, αλλά όχι πολλούς, έναν κι έναν, αλλά κυρίως ας πούμε θα πούμε μουσικό περιεχόμενο και αθλητικό περιεχόμενο.” 3. “Απλά, άμα δω κάτι που μ’ αρέσει, ξέρω γω, όχι που να ταυτίζεται με μια συγκεκριμένη ομάδα ανθρώπων...Ακριβώς, ναι. (Θα υιοθετήσει το στυλ)”.</p>	<p>11 1. “Το στυλ το εξωτερικό, όχι...” (σχετικά με το εάν επηρεάζεται το στυλ του από τις διασημότητες που ακολουθεί στα ΜΚΔ). 2. “Όχι.” (Δεν επηρεάζεται από τα προϊόντα που διαφημίζουν οι διασημότητες που ακολουθεί).</p>	<p>12 1. “Όχι.” (Δεν ξοδεύει περισσότερα χρήματα σε κάτι που του άρεσε στα ΜΚΔ). 2. “Να σου πω... Πιστεύω πως τα social media, θέλοντας και μη, θα σου πάρουν ένα χρόνο, τώρα, σ’ αυτή τη φάση της ζωής μου, που είμαι Γ’ λυκείου, που είμαι καθαρά αφοσιωμένος στα μαθήματά μου και έχω ένα στόχο και θέλω να τον πετύχω, έστω και, πχ πολλά παιδιά τους ρωτάω «καλά εσένα δεν σου τρώει χρόνο;», μου λένε όχι κι εγώ σκέφτομαι, έστω κι αυτό το πεντάλεπτο πχ που θα κάτσω να φάω και θα δω ξέρω γω Youtube έτσι για να χαλαρώσω, θέλοντας και μη θα πάει παραπάνω, θέλω καθαρά να είμαι αφοσιωμένος εκεί, οπότε σίγουρα τρώνε χρόνο, γι’ αυτό εγώ θα τα διαγράψω...”. 3. “Μου έτρωγαν χρόνο. Όχι πως ήμουν, 4 ώρες ενεργός, ήμουν κατά μέσο όρο, απ’ ότι θυμάμαι 1,30 ώρα, 1,45 κάθε μέρα, οπότε τα διέγραψα για να μη μου τρώνε χρόνο.” 4. “Είναι,</p>

				αυτό το ξεκίνησα πέρυσι, προ πανελληνίων, μόνο και μόνο σαν απεξάρτηση, είχα βασικά στο μυαλό μου ότι μου τρώει χρόνο. Και από πέρυσι ήδη, τα άνοιξα 2 μήνες το καλοκαίρι, είμαι πιο χαλαρός, δηλαδή δεν με νοιάζει να σηκωθώ Σάββατο πρωί και να δω πού πήγε Παρασκευή βράδυ ο... ξέρω γω, αν πήγε στο Gold, δεν με νοιάζει, είμαι πιο άνετος." 5. "Προτιμώ να το δοκιμάσω στο φυσικό και μετά να το παραγγείλω."
ΑΚΔΓ3	13 1. "Το Διαδίκτυο". (Ενημερώνεται για τις εξελίξεις της μόδας και της τεχνολογίας). 2. "Εμένα με παρακαλάει ίσα ίσα η μάνα μου να πάω να πάρω." (Σχετικά με αγορές). 3. "Βαριέμαι, γι' αυτό." (Δεν ασχολείται με αγορές από το διαδίκτυο). 4. "Όχι, άμα μ' αρέσει θα το πάρω." (Σχετικά με το αν συμβουλεύεται τα ΜΚΔ πριν προχωρήσει στις αγορές του).	14 1. "Ο Messi, ο Ronaldo..." (διασημότητες που ακολουθεί στα ΜΚΔ). 2. "Όχι δεν.." (Δεν αντιγράφει το στυλ των διασημοτήτων που ακολουθεί).	15 1. "Ούτε. Δεν είμαι τέτοιος τύπος γενικά."	16 1. "Κοίτα, ανάλογα, ας πούμε αν θέλω να πάρω κάτι που είναι μόνο απ' την Αθήνα, παράδειγμα, θα το πάρω διαδικτυακά." 2. "Εγώ ποτέ. Ίσα ίσα το αντίθετο. Χωρίς πλάκα." (Δεν υπερβαίνει τον προϋπολογισμό του για διαδικτυακές αγορές). 3. "Ε οι πρώτες μέρες θα είναι δύσκολες προφανώς αλλά μετά, είναι όλα στη συνήθεια."
ΑΝΔΓ2	17 1. "Απ' το διαδίκτυο." (Ενημερώνεται για τις εξελίξεις της μόδας και της τεχνολογίας). 2. "Συμβουλευόμαι, αλλά δεν με επηρεάζουν πάρα πάρα πολύ. Έχω τη δική μου άποψη."	18 1. "Ναι." (Ακολουθεί διασημότητες στα ΜΚΔ). 2. "Τον Ronaldo. Τον Κοψιάλη, τον ΠΑΟΚ και παίκτες του ΠΑΟΚ." 3. "Λίγες φορές. Σπάνια."	19 1. "Όχι. Στο γήπεδο μόνο." (Αντιγράφει το στυλ τους ως αθλητών, όχι τις στυλιστικές τους προτάσεις).	20 1. "Τα φυσικά καταστήματα." 2. "Όχι, όλα η αδερφή τα ξοδεύει, γι' αυτό." 3. "Ε, τα χρησιμοποιώ στην καθημερινότητά μου πάρα πολύ, φουλ, αλλά δεν με επηρεάζουν πάρα πολύ ψυχολογικά, μόνο όταν επηρεάζομαι, επηρεάζομαι θετικά, γιατί αρνητικά δεν..." 4. "Θα έχει και τις αρνητικές, θα έχει και τις θετικές πτυχές του αυτό." (Η ζωή του χωρίς τα ΜΚΔ). 5. "Από τη μία θα ήταν σίγουρα δύσκολη και περιεργη, από την άλλη θα με βοηθούσε σε άλλα πράγματα." 6. "Όπως να γνωρίσω καλύτερα τον εαυτό μου, να μην

				εξαρτώμαι ουσιαστικά τόσο πολύ απ' τα διαδικτυακά μέσα.”
ΑΠΔΑ2	<p>21 1. "Κυρίως απ' το διαδίκτυο γιατί βιβλία, εφημερίδες και τέτοια δε διαβάζω." 2. "Εξαρτάται. Κατά κάποιο τρόπο ναι." (Συμβουλευτείτε τις τάσεις της μόδας από τα ΜΚΔ πριν προχωρήσει στις αγορές του).</p>	<p>22 2. "Ναι, αλλά όχι όποιες να 'ναι, αυτές που πιστεύω ότι μ' αυτά που λένε θα με βοηθήσουν και θα με φέρουν κάπου καλύτερα." (Σχετικά με το εάν ακολουθεί διασημότητες στα ΜΚΔ). 3. "Δεν νομίζω να τους ξέρεις. Ο ένας είναι, έχει δικιά του εταιρεία με ρούχα, με προϊόντα μαλλιών και τέτοια." 4. "Alex Costa, δεν ξέρω αν τον ξέρεις." 5. "Κι αυτός ξέρω γω δίνει συμβουλές για το ντύσιμο, ξέρω γω τι να κάνεις για να φαίνεσαι, για να έχεις μια καλύτερη εικόνα στον έξω κόσμο." 6. "Όχι, οι μάρκες για τα κινητά και για τα ρούχα δεν με ενδιαφέρουν ιδιαίτερα γιατί είτε πάρεις ας πούμε ένα κινητό iPhone ή ένα Xiaomi την ίδια δουλειά θα κάνεις οπότε δεν υπάρχει λόγος."</p>	<p>23 1. "Όχι, όλες." (Σχετικά με το εάν αντιγράφει τις συμβουλές των διασημοτήτων που ακολουθεί). 2. "Αυτά που πιστεύω εγώ ότι θα με βοηθήσουν, μόνο αυτά."</p>	<p>24 1. "Όχι." (Δεν ξεπερνάει τον προϋπολογισμό του σε διαδικτυακές αγορές). 2. "Εξαρτάται, άμα γνωρίζω, ας πούμε για ρούχα, τι νούμερα θα πάρω και πώς μου κάθονται το e-shop δεν θα με χαλούσε, αλλά αν είναι κάποιος ο οποίος δεν ξέρει πολύ καλά τι φοράει θα προτιμούσα το φυσικό κατάστημα". 3. "Ναι, παλιά ήμουν όλη μέρα πάνω από ένα κινητό ή μια τηλεόραση κι αυτά και μετά δεν ένιωθα εντάξει, ας πούμε ένιωθα σαν κατάθλιψη, ότι δεν έκανα κάτι άλλο και τώρα προσπαθώ να το χρησιμοποιώ όσο πιο λίγο γίνεται." 4. "Εντάξει, δεν θα με κλείνανε και σε ψυχιατρείο ας πούμε όπως τους περισσότερους, αλλά θα με επηρέαζε αρνητικά αυτό το πράγμα, γιατί χρησιμοποιώ το Ίντερνετ για να μάθω και κάποια άλλα πράγματα όπως για επιχειρήσεις και τέτοια online που με ενδιαφέρουν και θα ήθελα να το κάνω αυτό το πράγμα σε τρία χρόνια και γενικά δεν θα ήξερα τι μου γίνεται στον έξω κόσμο." 5. "Ναι." (Σχετικά με το εάν θα επηρεαζόταν η ενημέρωση και η επικοινωνία του, εάν δεν υπήρχαν τα ΜΚΔ).</p>

<p>ΑΣΚΒ3</p>	<p>25 1. “Απ’ το Google πιο πολύ και μετά ελάχιστα απ’ το Instagram, τα social δηλαδή.” 2. “Όχι. Θα κάτσω να δω άμα δηλαδή θέλω να πάρω ένα κινητό, θα κάτσω να δω στην ιστοσελίδα που το πουλάει, να δω τι κριτικές έχει από κάτω.”</p>	<p>26 1. “Όχι.” (Δεν ακολουθεί διασημότητες). 2. “Όχι, όταν προχωρώ σ’ αγορές κοιτάω τι μ’ αρέσει εμένα και τι μπορώ κιάλας ν’ αγοράσω και δεν κοιτάω τι θα φορέσει ένας διάσημος ή ένας φίλος μου.”</p>	<p>27 1. “Όχι.” (Δεν επηρεάζεται από κανέναν).</p>	<p>28 1. “Προτιμώ το e-shopping, αλλά τα επώνυμα καταστήματα για να ξέρω τι ποιότητα αγοράζω.” 2. “Όχι, ποτέ.” (Δε βγαίνει εκτός προϋπολογισμού στις διαδικτυακές του αγορές). 3. “Προσπαθώ να τα χρησιμοποιώ για όταν μου χρειάζονται κι όχι να τα χρησιμοποιώ με υπερβολική χρήση.” 4. “Ναι, γιατί δεν μου αρέσει να ξοδεύω πολύ χρόνο στο να είμαι μπροστά από ένα κινητό.” 5. “Πιστεύω καλύτερα. Θα ξόδευα πιο πολλές ώρες με τους φίλους μου έξω, πιο πολλές ώρες στο διάβασμα και σε άλλα πράγματα που τώρα μπορεί να μου τα στερεί.” (Σχετικά με το πώς φαντάζεται τη ζωή του χωρίς ΜΚΔ). 6. “Ναι.” (Τα ΜΚΔ του στερούν κάποια πράγματα). 7. “Ναι” (η ζωή του θα ήταν πιο ποιοτική).</p>
<p>ΑΣΜΒ4</p>	<p>29 1. “Από κανένα” (δεν χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για να ενημερωθεί για τη μόδα και τα προϊόντα τεχνολογίας). 2. “Όχι” (δε συμβουλεύεται τις τάσεις της μόδας στα ΜΚΔ πριν τις αγορές του).</p>	<p>30 1. “Τέτοια πράγματα, όχι, καθόλου.” (Δεν ακολουθεί διασημότητες στα ΜΚΔ).</p>	<p>31 1. “Όχι” (δεν επηρεάζεται από τις διασημότητες που μπορεί να τύχει να δει στα ΜΚΔ)</p>	<p>32 1. “Ε ναι.” (Προτιμά το e-shopping). 2. “Δεν υπάρχουν όρια, αλλά ναι έχω πάρει ακριβά πράγματα.” 3. “Στενή. Πολύ στενή.” (Η σχέση του με τα ΜΚΔ). 4. “Είμαι πολλές ώρες την ημέρα και αφιερώνω πολύ χρόνο εκεί πέρα, άσκοπα.” 5. “Όχι πολύ διαφορετική. Γενικά κάνω πολλά πράγματα οπότε έχω κάτι να ασχοληθώ. Διαφορετική, όχι χειρότερη ούτε καλύτερη.” (Για το πώς θα ήταν η ζωή του χωρίς τα ΜΚΔ).</p>

ΑΒΑΓ1	<p>33 1. “Η αλήθεια είναι απ’ το Youtube, δηλαδή απ’ τα social media παρακολουθώ έτσι για τεχνολογίες και τέτοια μ’ αρέσει και ενημερώνομαι και εντάξει απ’ το διαδίκτυο, απ’ το Google κι απ’ αυτά.”</p>	<p>34 1. “Ναι” (ακολουθεί διασημότητες στα ΜΚΔ). 2. “Τι να πω τώρα; Δεν ακολουθώ πάρα πολλούς. Τους παίκτες του Παναθηναϊκού συνήθως να βλέπω. Αυτό. Τον Αργυρό.”. 3. “Αν μου αρέσει κάτι θα το υιοθετήσω, δεν έχω θέμα, αρκεί να μου αρέσει, όχι επειδή...”</p>	<p>35 1. “Ε εντάξει, ξέρω γω αν δω στο Instagram αν μου πετάξει κανένα μοντέλο «πρότυπο» ας πούμε, που λένε influencer, αν δω ότι είναι ωραίο, αν μου αρέσει, μπορεί να το πάρω ναι. Αλλά όχι επειδή τα φοράει αυτός σώνει και ντε.”. 2. “Το ίδιο, όταν, αν μου αρέσει θα το πάρω.”</p>	<p>36 1. “Το e-shopping.”. 2. “Ναι.” (Ξοδεύει περισσότερα χρήματα από τον προϋπολογισμό του για αγορές προϊόντων που βλέπει στο διαδίκτυο). 3. “Έχω καθημερινή τριβή με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αλλά πάντα με μέτρο ας πούμε.”. 4. “Θα ήταν λίγο πιο... θα ήταν λίγο περίεργη γιατί δεν είμαστε συνηθισμένοι αλλά πιστεύω θα ‘ταν μια χαρά, δεν θα ‘χαμε, θα ‘ταν λίγο πιο δύσκολη σε κάποια θέματα αλλά...”. 5. “Ε σε επικοινωνίας και στην εύρεση πληροφοριών, επειδή κι εγώ βασικά είμαι και σαν μουσικός κι αυτά, το χρειάζομαι πάρα πολύ το διαδίκτυο για να βρίσκω τραγούδια χίλια δυο κι αυτά και...”</p>
ΚΑΔΓ2	<p>37 1. “Διαδίκτυο.” 2. “Ναι.” (Συμβουλευέται τις τάσεις της μόδας από τα ΜΚΔ πριν προχωρήσει στις αγορές της).</p>	<p>38 1. “Ναι” (ακολουθεί διασημότητες στα ΜΚΔ). 2. “Την Τούνη. Έχει κάνει κι ολόκληρη επιχείρηση, δηλαδή δεν είναι μόνο ότι ασχολείται μόνο με τα social κι αυτά. Αφού μπορεί και βγάζει λεφτά καλά κάνει.”. 3. “Να πω «Τι ωραίο που είναι αυτό, γιατί να μην κάνω κι εγώ κάτι παρόμοιο;», ναι.”.</p>	<p>39 1. “Όχι συχνά.” 2. “Ναι.” (Αγοράζει προϊόντα που διαφημίζουν στα ΜΚΔ οι διασημότητες που ακολουθεί).</p>	<p>40 1. “Τα φυσικά.” (Προτιμάει για τις αγορές της). 2. “Ναι, ναι.” (Ξοδεύει περισσότερα χρήματα από τον προϋπολογισμό της σε αγορές). 3. “Τα χρησιμοποιώ πιο πολύ για επικοινωνία και για ενημέρωση, αλλά δεν τα δίνω τόσο βάση για... πώς να το εξηγήσω... δεν εξαρτάται όλη μου η ζωή μόνο απ’ αυτά.”. 4. “Εντάξει, παλιότερα που δεν υπήρχε δεν θα πέθαιναν κιόλας οι άνθρωποι.”. “Και καλύτερα, εντάξει στην αρχή είναι περίεργο αλλά εντάξει, όλα μια συνήθεια είναι.” (Πώς θα ήταν η ζωή της σε περίπτωση που δεν υπήρχαν τα ΜΚΔ).</p>

<p>KAMA1</p>	<p>41 1. “Περισσότερο σ’ αυτό θα έλεγα απ’ το TikTok. Σε θέματα τεχνολογίας και μόδας, ναι.” (Σχετικά με το από πού ενημερώνεται συνήθως για τη μόδα και τα προϊόντα τεχνολογίας).</p>	<p>42 1. “Βασικά είναι εταιρείες αυτά που ακολουθάω, είναι το PlayStation και διάφορες εταιρείες βιντεοπαιχνιδιών επειδή μου αρέσουν τα βιντεοπαιχνίδια.”. 2. “Ίσως στο TikTok να ακολουθάω λίγο άτομα που έχουν περισσότερους followers αλλά δεν μπορώ να πω ότι...”. 3. “Επηρεάζομαι, επειδή μου αρέσει, βασικά, τα μικρογκατζετάκια ή τα ρούχα ή θέματα καλλοποίησης, αυτά κι εκείνα, μ’ αρέσουν πάρα πολύ”</p>	<p>43 1. “Θα ‘λεγα συμβουλευόμαι σε κάποιες περιπτώσεις, ας πούμε άμα λέει για σωματότυπα να δω ας πούμε τι θα με ταίριαζε παραπάνω αλλά γενικά από ρούχα να με επηρεάσει κάποιος να πάω να πάρω κάτι, απλά επιλέγω κάτι που να αρέσει σε εμένα.”. 2. “Όχι, μπορεί ας πούμε καμιά φορά όταν νιώθω χάλια, έχω περίοδο αυτά κι εκείνα, δεν είμαι σε καθόλου, να είμαι σε «Ω, μακάρι να ήμουν σαν κι αυτήν, είναι πολύ όμορφη!» αλλά δεν πιστεύω ότι θα με επηρεάσει ο τρόπος που ζει, ο τρόπος που ντύνεται.” 3. “αλλά το να δω τον άλλο να το διαφημίζει ας πούμε και ότι επειδή είναι ένα άτομο με κοινό δε σημαίνει ότι θα το πάρω γι’ αυτό τον λόγο.”</p>	<p>44 1. “Τα φυσικά γιατί η μαμά μου βασικά μου το έχει βάλει αυτό το κόλλημα πρέπει να τα δοκιμάζω πρώτα γιατί μετά ξοδεύεις και λεφτά άμα δε σου κάνουν.” (Σχετικά με το ποιο είδος αγορών προτιμά). 2. “Όχι, γιατί είμαι κι εγώ σαν άτομο που δεν μ’ αρέσει να ξοδεύω πάρα πολύ εκτός άμα έχω δει κάτι μπροστά μου και μ’ αρέσει πάρα πολύ και λέω «Αυτό θα το πάρω, πάση θυσία»”. 3. “Απ’ τη μία πιστεύω ότι είναι ένας.. περνάω καλά τον χρόνο μου, γιατί το διαχειρίζομαι κατά τη δικιά μου άποψη σωστά.”. 4. “Το ‘χουμε συζητήσει κι αυτό, μια χαρά το χειρίζομαι, μπορεί κάποιες φορές χωρίς να το καταλαβαίνω να κάθομαι περισσότερες ώρες αλλά...” (σχετικά με το πώς βλέπουν οι γονείς της τη σχέση της με τα ΜΚΔ). 5. “Ναι, μπορώ να με σταματήσω, να πω, τώρα σταμάτα, πάνε διάβασε.”. 6. “Για να μη λέω ψέματα, θα στεναχωριόμουν λίγο γιατί θα γυρνούσε πίσω αυτή η βαρεμάρα που έχω κάποιες φορές, αλλά θα μπορούσε αυτή να την κάνω να γίνει δημιουργικότητα, γιατί το είχα αυτό και πιο παλιά, τώρα δεν το έχω τόσο πολύ, πρέπει να παραδεχτώ, αλλά θα στεναχωριόμουν λίγο παραπάνω για κάτι βιβλία που διάβαζα μέσω του Ίντερνετ.”. 7. “Ναι, και πολύ μάλιστα και, δεν είναι βασικά πλατφόρμα τόσο πολύ, social media σε φάση να, κοινωνικοποίησης με άλλα άτομα, οπότε δεν πιστεύω ότι με επηρεάζει τόσο πολύ στην ψυχική μου υγεία και περνάω καλά</p>
--------------	---	---	--	--

				<p>διαβάζοντας αυτά τα βιβλία που δεν μπορώ λόγω οικονομικούς λόγους να πάρω κάποια και να τα διαβάσω όλα αυτά γιατί τα διαβάζω και γρήγορα, οπότε...Μόνο γι' αυτό θα στεναχωριόμουν τόσο πολύ.” (Σε περίπτωση που δεν υπήρχαν πλέον ΜΚΔ).</p>
KZΔΑ1	<p>45 1. "Από τίποτα. Εντάξει, ξέρω 'γω." (Σχετικά με το από πού ενημερώνεται για τις τάσεις της μόδας και της τεχνολογίας). 2. "Τι είναι της μόδας, κοιτάω κυρίως τι μου πάει αλλά κυρίως σε ρούχα, αν δω κάτι που μου αρέσει πρώτα θα το ψάξω, θα το δω πάνω μου κτλ. και μπορεί να πάρω κάτι, ναι."</p>	<p>46 1. "Μόνο αυτούς που είναι ωραίοι." (Σχετικά με το αν ακολουθεί διασημότητες στα ΜΚΔ). 2. "Λοιπόν, να σκεφτώ ποιους ακολουθώ όντως. Αλλά διασημότητες τώρα, εσείς πού να τους ξέρετε; : Ο Noah Beck, μα είναι κούκλος, δηλαδή πώς να μη τον ακολουθώ; Νομίζω αυτόν, τώρα μπορεί απλά να τους βλέπω χωρίς να τους ακολουθώ. Μπορεί να τους βλέπω στο TikTok χωρίς να τους ακολουθώ." 3. "Μπορεί απλά να δω κάτι και να μ' αρέσει.."</p>	<p>47 1. "Όχι, γιατί συνήθως δεν μου αρέσει όπως ντύνονται οι κοπέλες." 2. "Αυτές που βλέπω εγώ, συνήθως, διάσημες ας πούμε, ντύνονται κάπως όπως δεν θα ντυνόμουνα εγώ, δηλαδή έτσι όπως είναι το στιλ μου." 3. "αλλά δεν έχει τύχει ας πούμε ν' αγοράσω κάτι επειδή το βλέπω απ' αυτούς."</p>	<p>48 1. "Τα φυσικά." (Σχετικά με το ποια καταστήματα προτιμάει για τις αγορές της). 2. "Όχι." (Δεν έχει τύχει να ξοδέψει περισσότερα χρήματα από τον προϋπολογισμό της σε διαδικτυακές αγορές). 3. "Το TikTok γιατί περνάς την ώρα σου, όχι να βλέπεις γνωστούς σου κτλ. απλά έτσι όπως είναι, είναι πολύ εθιστικό, οπότε βλέπεις τα βίντεο..." 4. "Εντάξει, την προηγούμενη βδομάδα ας πούμε μου είχε σπάσει η οθόνη του κινητού μου και δεν είχα περίπου για μια βδομάδα κινητό, οπότε δεν μπήκα στα social καθόλου. Δε νομίζω ότι είναι άσχημη. Δηλαδή ωραία θα ήταν λογικά θα ήταν ακόμη καλύτερη από ότι είναι τώρα γιατί θεωρητικά είμαστε όλοι λίγο εθισμένοι και μπορεί ας πούμε να έχω να κάνω κάτι και από αυτή την ώρα που έχω για να το τελειοποιήσω να φάω</p>

				10 λεπτά για να κάτσω στα social media και αν δεν τα είχα θα ήμουν καλύτερα πιστεύω.”. 5. “Πάρα πολύ ωραία. Έκανα πράγματα που άμα είχα το κινητό και καθόμουν να απασχοληθώ αυτή τη μισή ώρα, αυτή τη μία ώρα, δεν θα τα έκανα.”.
ΚΖΚΒ3	49 1. “Ναι.” (Παίρνει ιδέες για τη μόδα από τα ΜΚΔ).” 2. “Από το Instagram ή μπορεί κι απ’ το TikTok άμα δω κάτι.”. 2. “Πριν το κινητό είχα τα περιοδικά κι αυτά αλλά πλέον δεν τα χρειάζομαι.”. 3. “Ναι, μερικές φορές, είναι η αλήθεια πως το κάνω. Δηλαδή μ’ αρέσει να βλέπω.” (Συμβουλευείται τις τάσεις της μόδας από τα ΜΚΔ).	50 1. “Ναι, μόνο έναν. Τον Weekend”. 2. “Μπορεί, αν μ’ αρέσει κάτι πάρα πολύ σίγουρα θα προσπαθήσω να το αντιγράψω, να πάρω ιδέες.”.	51 1. “Ε, όχι. Γιατί είναι δουλειά τους να το κάνουν αυτό βασικά, και δεν το κάνουν ουσιαστικά για μας, δεν μας δίνουν κάτι καλό, μας δίνουν κάτι...” (σχετικά με το εάν επηρεάζεται στις αγορές της από τα προϊόντα που διαφημίζουν διασημότητες στα ΜΚΔ).	52 1. “Τα φυσικά, θέλω να τα βλέπω από κοντά αυτά που αγοράζω.”. 2. “Όχι, γιατί πάντα ρωτάω τους γονείς μου για να πάρω κάτι, δεν μ’ αφήνουν αλλιώς να αγοράσω τίποτα, οπότε ναι.”. 3. “Αρκετά καλή.” (Η σχέση της με τα ΜΚΔ). 4. “Συνέχεια. Έχω γεννηθεί στην εποχή που άρχισαν να βγαίνουν στην τεχνολογία, οπότε μπαίνω συνέχεια.”. 5. “Πολύ πιο ωραία.” (Θα ήταν η ζωή της χωρίς τα ΜΚΔ). 6. “Έχω πάει και πολλές φορές κατασκήνωση χωρίς κινητό και ένιωθα πολύ πιο ωραία δηλαδή.”. 7. “Γνώρισα κι άλλα άτομα και δεν είχαμε την ανάγκη ας πούμε να έχουμε το κινητό μας δίπλα μας.”
ΚΚΚΒ3	53 1. “Ε Instagram.” (Σχετικά με το από πού ενημερώνεται για τις τάσεις της μόδας και της τεχνολογίας). 2. “Ναι.” (Συμβουλευεται τις τάσεις της μόδας από τα ΜΚΔ πριν προχωρήσει στις αγορές της).	54 1. “Όχι, πολύ λίγες.” (Σχετικά με το εάν ακολουθεί διασημότητες στα ΜΚΔ). 2. “Όχι.” (Δεν αντιγράφει τον τρόπο με τον οποίο ντύνονται οι διασημότητες που ακολουθεί και δεν επηρεάζεται).	55 1. “Ε, μερικές φορές.” (Αγοράζει προϊόντα που διαφημίζουν οι διασημότητες που ακολουθεί).	56 1. “E- shopping.”. 2. “Ναι.” (Ξοδεύει περισσότερα χρήματα από τον προϋπολογισμό της για διαδικτυακές αγορές). 3. “Είναι στην καθημερινότητά μας πλέον, είναι για τις βασικές δουλειές που θα χρειαστεί να κάνεις, για τα μαθήματα, για όλα αυτά είναι απαραίτητα.” (Σχετικά με τη σχέση της με τα ΜΚΔ). 4. “Ε είναι λίγο περιεργη, δηλαδή μακροχρόνια ίσως να ‘ναι λίγο περιεργη αλλά

				γενικά για μια εβδομάδα ας πούμε, άνετα θα μπορούσε να...Ε μετά θα ένιωθες λίγο το κενό. Ε θα ασχολούμουν περισσότερο με τις δραστηριότητές μου, κυρίως αυτό, γιατί σου τρώνε πολύ χρόνο.” (Σχετικά με το πώς φαντάζεται τη ζωή της χωρίς τα ΜΚΔ).
ΚΚΕΒ3	57 1. “Απ’ το Instagram.”. 2. “Όχι πάντοτε.” (Σχετικά με το εάν συμβουλευεται τις τάσεις της μόδας από τα ΜΚΔ πριν προχωρήσει στις αγορές της). 3. “Ελάχιστες.” (Φορές έχει συμβεί κάτι τέτοιο).	58 1. “Ναι.” (Ακολουθεί διασημότητες στα ΜΚΔ). 2. “Kendall Jenner, Gigi Handid. Τη Bella.” 2. “Αν καμιά φορά τύχει, ναι.” (Επηρεάζεται από τον τρόπο που ντύνονται και το στυλ των διασημοτήτων που ακολουθεί).	59 1. “Όχι.” (Δεν αγοράζει προϊόντα που διαφημίζουν οι διασημότητες που ακολουθεί στα ΜΚΔ).	60 1. “Το e- shopping.”. 2. “Όχι.” (Δεν ξοδεύει περισσότερα χρήματα από τον προϋπολογισμό της σε πολυδιαφημισμένα προϊόντα στα ΜΚΔ). 3. “Εντάξει, ότι είμαι αρκετά κολλημένη γενικά. Περνάω όλη τη μέρα, κάποια στατιστικά που βλέπω. Αυτό.” (Όσον αφορά στη σχέση της με τα ΜΚΔ). 4. “Όχι, όχι, μιλάμε με την παρέα.” 5. “Όχι, γιατί νομίζω θα ‘ταν πολύ περίεργο, δεν ξέρω.” (Σχετικά με το πώς φαντάζεται τη ζωή της χωρίς ΜΚΔ). 6. “Ε θα είχε κάποια θετικά, έτσι λίγο περισσότερος χρόνος με τους δικούς μου ανθρώπους, τώρα αρνητικά, δεν θα μπορούσα να επικοινωνήσω με τους φίλους μου και εντάξει λίγο κουτσομπολιό από δω, από κει, εντάξει.”.

<p style="text-align: center;">ΚΜΗΑ3</p>	<p>61 1. “Από το TikTok.” (Σχετικά με το από πού ενημερώνεται για τις εξελίξεις στη μόδα και τα προϊόντα τεχνολογίας). 2. “Επειδή ενδιαφέρομαι πάρα πολύ έτσι για τη μόδα πάντα κοιτάω, πάντα ψάχνω και στις ιστοσελίδες και στη Vogue, δηλαδή και σε ιστοσελίδες πιο έτσι, μεγάλης φήμης. Οπότε πάντα έτσι συμβουλευόμαι τα trends της εποχής.”</p>	<p>62 1. “Λίγες και καλές, αυτές που πιστεύω ότι με αντιπροσωπεύουν. Η αγαπημένη μου είναι influencer, η Emma Chamberlain. Που είναι έτσι γενικά, έχει αυτά τα sleepy eyes και έτσι κάποιους ηθοποιούς που τους εκτιμώ πάρα πολύ, τον Timothée Chalamet...Ναι; Είναι πολύ καλός και ηθοποιός, είναι εξαιρετικός ηθοποιός και πιστεύω ότι ζούμε σ’ αυτή την εποχή που λέμε ο μικρός Timothée Chalamet, πώς ήταν ο Leonardo di Caprio, οπότε...”. 2. “Οπότε ακολουθώ αυτούς που μου αρέσουν και με κάνουν να νιώθω καλά. Και τους Έλληνες επίσης, κάποιους Έλληνες youtubers και τελευταία έχω ξεακολουθήσει κιόλας επειδή έχουν πάψει να μ’ αρέσουν, να με αντιπροσωπεύουν και να νιώθω καλά μαζί τους.”. 3. “Προσπαθώ, ναι, ναι.”</p>	<p>63 1. “Πάντα παίρνω έτσι ερεθίσματα αλλά δε σημαίνει ότι θα το κάνω εντελώς αντιγραφή, θα κρατήσω κάποια που μου αρέσουν για την προσωπικότητά μου και για την ηλικία μου και τα άλλα θα τ’ αφήσω.” 2. “Μ’ αρέσει να ακολουθώ, γιατί πιστεύω ότι είναι καλό να το αγοράσω και δεν ξέρω, μ’ αρέσει, επηρεάζομαι πολύ εύκολα.” (Σχετικά με το αν αγοράζει προϊόντα που διαφημίζονται οι διασημότητες που ακολουθεί).</p>	<p>64 1. “Στα φυσικά καταστήματα λίγο υπάρχει μια κούραση, δεν ξέρω κουράζομαι ψυχικά όταν βγαίνω για ψώνια, δεν μπορώ, ιδρώνω, ειδικά όταν πάμε για ρούχα, ιδρώνω, δεν αντέχω, δεν μπορώ. Ενώ όταν είναι online κάθεσαι με την ησυχία σου, το ψάχνεις και μια μέρα και δυο μέρες και μετά αποφασίζεις.”. 2. “Νομίζω πως ναι, μια φορά μόνο και το ‘χα κρατήσει κρυφό. Ναι, δεν το σχολίασα.” (Σχετικά με το εάν ξοδεύει περισσότερα χρήματα από τον προϋπολογισμό της σε προϊόντα που διαφημίζονται στα ΜΚΔ). 3. “Οπότε για την επικοινωνία με τους φίλους, με τους συμμαθητές μου χρησιμοποιούσα το Snapchat και το Viber μετά πιο παλιά και τώρα που έχω κάνει Instagram έχω καταλάβει ότι είναι τόσο, το έχουν κάνει τόσο overrated, που δεν είναι κάτι, εγώ το χρησιμοποιώ κυρίως για να μιλήσω με τους γνωστούς μου και άντε να δω λίγο κανένα post, κανένα story αλλιώς δεν θα κάτσω με τις ώρες στο Instagram, θα κάτσω με τις ώρες στο TikTok, αλλά πρέπει να το προσέξουμε αυτό, να μη συμβαίνει πάντα.”. 5. “Δε θα ‘χα κανένα πρόβλημα. Λατρεύω τη δεκαετία του ’70 και του ’80, γυρίστε με πίσω, παρακαλώ. Λατρεύω, λατρεύω, και τις πιο παλιές εποχές τις λατρεύω, πάρα πολύ.” (Σχετικά με το πώς φαντάζεται τη ζωή της χωρίς ΜΚΔ).</p>
---	---	--	--	---

<p>ΚΝΛΓ3</p>	<p>65 1. “Instagram.” (Σχετικά με το από πού ενημερώνεται για τις τάσεις της μόδας και της τεχνολογίας). 2. “Ναι, άμα δω μια διαφήμιση.” (Συμβουλευεται τα ΜΚΔ όσον αφορά στις τάσεις της μόδας).</p>	<p>66 1. “Ναι, χιουμοριστικούς κυρίως. Κωμικούς. Όχι, τον Κοψιάλη. Και το «Πλάκα έχει»”. 3. “Όχι. Αν το πάρει ο διπλανός μου ας πούμε και μου πει ωραία σχόλια, εκεί θα το ψάξω.” (Σχετικά με το αν αγοράζει προϊόντα που διαφημίζονται στα ΜΚΔ).</p>	<p>67 1. “Όχι, με βάση τη μόδα δεν.” (Δεν ακολουθεί διασημότητες στα ΜΚΔ).</p>	<p>68 1. “Τα φυσικά καταστήματα.”. 2. “Ναι...μία φορά.” (Σχετικά με το εάν έχει ξεδέψει ποτέ περισσότερα χρήματα από τον προϋπολογισμό της για κάποια διαδικτυακή αγορά). 3. “Πλέον νομίζω έχει γίνει ρουτίνα.” (Όσον αφορά στη σχέση της με τα ΜΚΔ). 4. “Ειδικά τώρα στην Γ’ λυκείου θα διάβαζα βασικά, ε μετά πιστεύω θα το συνήθιζα.” (Σχετικά με το πώς φαντάζεται τη ζωή της χωρίς ΜΚΔ). 5. “Όχι, εγώ βάζω όρια.” (Όσον αφορά στο χρόνο που ξοδεύει στα ΜΚΔ).</p>
<p>ΚΣΜΒ2</p>	<p>69 1. “Απ’ το Instagram.” (Ενημερώνεται για τις τάσεις της μόδας και τα νέα προϊόντα τεχνολογίας). 2. “Ίσως και στο TikTok κάνουν καλές διαφημίσεις, δηλαδή πρόσφατα μου έβγαλε για ένα κολιέ, είχα δει ένα κολιέ πολύ ωραίο, διαφήμιση στο TikTok και μπήκα στο site τους να δω τι γίνεται.”. 3. “Όχι απαραίτητα. Σίγουρα, βασικά το κύριο κριτήριό μου είναι αν μ’ αρέσει, αυτό. Δεν πάει να είναι και το Number 1 στις τάσεις, αν δεν μ’ αρέσει δεν θα το πάρω.”. 4. “Αλλά αν είναι ένα προϊόν δεν ξέρω, που μ’ αρέσει πάρα πολύ, το ένα το άλλο, και θέλω να το λέω, ότι πήρα αυτό το ρούχο, μπορεί και αν είναι φέτος στη μόδα να, να το πάρω.”.</p>	<p>70 3. “Ναι.” (Ακολουθεί διασημότητες στα ΜΚΔ). 4. “Τώρα να σκεφτώ, να θυμηθώ ποιους ακολουθώ. Ακολουθώ τον Tom Hanks.”. 5. “Ναι, μ’ αρέσει πάρα πολύ ο Tom Hanks. Ακολουθώ, δεν μπορώ να θυμηθώ. Ακολουθώ έναν, τώρα αυτό δεν είναι διασημότητα, είναι μία ιστοσελίδα, ένα προφίλ που λέγεται «Women like you».”. 6. “Ναι, ακολουθώ μουσική που ακούω, ακολουθώ μία κωμικό, να θυμηθώ...Τη Dudley?, κωμικός να το πω; Κάνει βίντεο στο Youtube κίολας, τώρα να θυμηθώ...”. 7. “Αν το χρειάζομαι και δω ότι το διαφημίζει και κάποιος άλλος ίσως να είναι, να με ενθαρρύνει να πάω το πάρω. Το Βασίλη Παπακωνσταντίνου ακολουθώ τώρα που το θυμήθηκα.”. 8. “Τη Βάσω Λασκαράκη ακολουθώ.”</p>	<p>71 1. “Όχι απαραίτητα. Αλλά άμα δω δηλαδή κάτι που μ’ αρέσει, δεν ξέρω τώρα, ποιον να πω, την Angelina Jolie, που την ακολουθώ, να κάνει μία ανάρτηση και να φοράει κάτι πολύ ωραίο και θα το δω, θα το κρατήσω.”. 2. “Είχα δει ας πούμε μία φορά, τώρα ποια είχα δει; Είχα δει μια ηθοποιό στην τηλεόραση και φορούσε ένα πάρα πολύ ωραίο κοστούμι, πάρα πολύ ωραίο κι εγώ φοράω γενικά κοστούμια.”. 3. “Ναι, εντάξει, όχι κοστούμι, ένα παντελόνι σακάκι. Μ’ αρέσει έτσι και με το lingerie, όταν θα βγω έξω για ένα ποτό πχ. και θυμάμαι ότι είχε κάνει μια μαγκιά με το lingerie και το ‘χα κάνει.”.</p>	<p>72 1. “Τα φυσικά καταστήματα, αλλά το e-shopping βοηθάει πάρα πολύ, δεν μπορώ να πω.”. 2. “Ναι, κοίταξε ας πούμε τώρα στην Κατερίνη δεν έχει πολλά καταστήματα οπότε αν δεν μπορώ να πάω Θεσσαλονίκη...”. 3. “Έχει τύχει να ξεφύγω απ’ τον προϋπολογισμό μου αλλά δεν έχει τύχει για κινητό.”. 4. “Ναι, έχει τύχει μία μέρα που εγώ ήθελα να πάρω 2 βιβλία, α τον Κώστα Κρομμύδα ακολουθώ...αλλά ήθελα να πάω να πάρω και κάτι καλλυντικά και επειδή είχαν εκπτώσεις τότε εγώ είχα δει και κανά δυο παραπάνω που μ’ αρέσαν και λέω «Εντάξει, αφού κάνουν εκπτώσεις, θα πάρω». Δεν είναι ότι μαλώσαμε με τους γονείς μου απλά...”. 5. “Με τη μαμά βολεύει βέβαια γιατί μοιραζόμαστε τα καλλυντικά.”. 6. “Τη θεωρώ ισορροπημένη και γενικά αν δεν έχω κάποιο λόγο να χρησιμοποιήσω ένα μέσο κοινωνικής, δεν θα το κάνω. Η μέρα έχει 24 ώρες, θέλουμε να κάνουμε πολλά</p>

				<p>πράγματα, τώρα ξεκινάμε και προετοιμασία. Αν δεν έχουμε μια ισορροπία σ' αυτό το θέμα. Είναι κρίμα. Δεν θεωρώ ότι χάνω τον έλεγχο και, ας πούμε, εντάξει ο αδερφός μου είναι πιο μικρός, δυο χρόνια μικρότερος, έχει τύχει κανά δυο φορές ξέρω γω να του κάνουν οι γονείς μου παρατήρηση. Εμένα δεν μου χουν κάνει. Ή να μου πάρουν κινητό, αυτό που ακούω από φίλους. Δεν μου έχει συμβεί ποτέ. Δεν ήμουνα ποτέ ιδιαίτερος φίλος. Πιο εύκολα θα διάβαζα ένα βιβλίο ή..." (σχετικά με το πώς είναι η σχέση της με τα ΜΚΔ).</p> <p>7. "Πιο ειλικρινής, πιο δύσκολη γιατί πλέον εντάξει, είναι πάρα πολύ εύκολο να στείλω ένα mail, να πάρω ένα τηλέφωνο, πολύ πιο δύσκολη και θεωρώ ότι αν γίνεται σωστή χρήση, ισορροπημένη και με μέτρο, όχι ότι θα μας ωφελήσουν, μας έχουν ήδη ωφελήσει υπερβολικά, ότι γενικά όλα στη ζωή θέλουν ένα μέτρο, όπως θέλει κι αυτό, και δεν ξέρω, απλά θα ήθελα πάρα πολύ να το χρησιμοποιούμε όλοι με μέτρο, να το εκμεταλλευόμαστε σωστά, να γίνεται κατάλληλη χρήση, τώρα ακούμε τόσα πράγματα κάθε μέρα και στεναχωριέμαι πολύ."</p>
--	--	--	--	---

<p>ΚΤΣΑ4</p>	<p>73 1. “Τις περισσότερες φορές απ’ το Instagram, απ’ αυτά που μου εμφανίζονται ή από το Youtube, θα μπορούσα να...”</p>	<p>74 1. “Μπορεί να ακολουθώ κάποιους youtubers έτσι για να δω για giveaway και λοιπά διαγωνισμούς.”. 2. “Μπορεί να αποθηκεύσω καμιά φορά κάποια ρούχα ή κάτι που μ’ ενδιαφέρει, που μ’ αρέσει αλλά γενικά όχι, αν μ’ αρέσει κάτι θα το πάρω ούτως ή άλλως.”. 3. “Αν μου αρέσει μπορεί να το δοκιμάσω αλλά αν δεν το δείχνει, δεν είναι στη μόδα, δε νομίζω ότι θα με νοιάξει.”.</p>	<p>75 1. “Αν μπω στη διαδικασία να πω κάτι ότι αυτό ίσως είναι ωραίο, θα το ψάξω, δεν θα κάτσω να το πάρω έτσι απλά. Δηλαδή μπορεί να μπω, να δω ποιος άλλος ας πούμε το δείχνει, τι άλλο είναι το review οπότε έτσι θα...”. 2. “Από social media δεν θα επιλέξω ποτέ να αγοράσω κάτι τόσο εύκολα, δηλαδή θα το ψάξω πολύ κι αν είναι θα είναι κάτι πολύ λίγο ή κάτι πολύ μικρό, οπότε ή θα το αγνοήσω απλά και όταν πάω από κοντά ίσως να το αγοράσω, να το δω, οπότε γενικά όχι, δεν.”</p>	<p>76 1. “Γενικά θεωρώ ότι το να πηγαίνω εκεί, μ’ αρέσει πιο πολύ, να τα δοκιμάζω, να πω ότι δεν μ’ αρέσει, θα ξαναδοκιμάσω κάτι άλλο, αλλά ίσως επειδή θεωρώ ότι είναι πιο εύκολο για προϊόντα γιατί γενικά δεν έχουμε εδώ πέρα τα πάντα οπότε σε περίπτωση που κάτι δεν το έχουμε είναι πάρα πολύ χρήσιμο.”. 2. “Θα μπορούσα να το πω είναι, κατά κάποιο τρόπο λίγο απαραίτητη και ταυτόχρονα κάτι πιο διασκεδαστικό, δηλαδή που θα μπορούσα να περάσω καλά, να δω κάποιο βιντεάκι, να γελάσω, να πω μου ‘φτιαξε το κέφι, μπορεί καμιά φορά να λυπηθώ από κάτι, οπότε...” (σχετικά με το πώς είναι η σχέση της με τα ΜΚΔ). 3. “Θεωρώ ότι θα ήταν πιο δύσκολη πλέον τα τηλέφωνα δεν τα χρησιμοποιούμε τόσο ιδίως η δικιά μου η γενιά, δεν θα επιλέξουμε ποτέ να πάρουμε κάποιον τηλέφωνο, οπότε θα ‘ταν πιο δύσκολο, πιστεύω όμως ότι θα βρίσκαμε κάποια άκρη.” (Σχετικά με το πώς φαντάζεται τη ζωή της χωρίς ΜΚΔ).</p>
<p>ΚΩΔΙΚΟΙ</p>	<p>1. Χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για ενημέρωση σχετικά με τις τάσεις της μόδας και των προϊόντων τεχνολογίας</p>	<p>1. Οι έφηβοι ακολουθούν διασημότητες στα ΜΚΔ</p>	<p>1. Οι έφηβοι δεν κάνουν αγορές απλά και μόνο, επειδή διαφημίζουν προϊόντα οι διασημότητες που ακολουθούν</p>	<p>1. Εγκράτεια στις σπατάλες στις αγορές από το Διαδίκτυο</p>
	<p>2. Χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για έρευνα αγοράς</p>	<p>2. Οι έφηβοι αντιγράφουν το στυλ των διασημοτήτων που ακολουθούν στα ΜΚΔ</p>	<p>2. Οι έφηβοι δεν αγοράζουν απαραίτητως προϊόντα που διαφημίζουν οι διασημότητες που ακολουθούν, διότι δεν ταιριάζουν όλα τα προϊόντα σε όλους</p>	<p>2. Προτίμηση στο e-shopping από τις αγορές σε φυσικά καταστήματα</p>

	3. Οι έφηβοι έχουν το δικό τους γούστο και δεν επηρεάζονται από τα ΜΚΔ	3. Οι έφηβοι δε θέλουν να είναι θύματα καταναλωτισμού	3. Οι έφηβοι πιστεύουν πως οι αγορές μέσω των ΜΚΔ κρύβουν κινδύνους	3. Το e-shopping είναι μία εύκολη και γρήγορη διαδικασία από την άνεση του σπιτιού
	4. Παρακίνηση γονέων για διαδικτυακές αγορές	4. Οι έφηβοι έχουν το δικό τους γούστο και δεν αντιγράφουν στυλιστικά τις διασημότητες που ακολουθούν	4. Το στυλ των εφήβων δεν επηρεάζεται από τις διασημότητες που ακολουθούν στα ΜΚΔ	4. Καλή σχέση με τα ΜΚΔ
	5. Όχι ιδιαίτερη ενασχόληση με τις διαδικτυακές αγορές	5. Οι έφηβοι δεν ακολουθούν διασημότητες στα ΜΚΔ	5. Οι έφηβοι επηρεάζονται ως αθλητές από τους διάσημους αθλητές που ακολουθούν στα ΜΚΔ	5. Η διάδραση και η επικοινωνία μέσω των ΜΚΔ είναι μία ευχάριστη εμπειρία για τους εφήβους
	6. Καμία χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για ενημέρωση σχετικά με τις τάσεις της μόδας και των προϊόντων τεχνολογίας		6. Οι έφηβοι επηρεάζονται από τις διασημότητες που ακολουθούν στα ΜΚΔ όσον αφορά στην αγορά προϊόντων που διαφημίζουν	6. Προσπάθεια να μη γίνεται κατάχρηση των ΜΚΔ
	7. Καμία χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για έρευνα αγοράς		7. Οι έφηβοι κρίνουν αναλόγως και υιοθετούν τις τάσεις της μόδας που ταιριάζουν στην προσωπικότητα και την ηλικία τους	7. Η ζωή των εφήβων χωρίς τα ΜΚΔ θα ήταν δύσκολη
	8. Η χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ είναι χαρακτηριστικό της σύγχρονης εποχής (κοινός κωδικός με το 1ο Ερ. Υπ. του 1ου Ε.Ε.)			8. Οι έφηβοι σταδιακά θα προσαρμόζονταν σε μία ζωή χωρίς ΜΚΔ
	9. Οι διαφημίσεις στα ΜΚΔ κατευθύνουν τους εφήβους στις αγορές τους			9. Τα διαδικτυακά καταστήματα διαθέτουν μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων από τα φυσικά
				10. Οι έφηβοι διαχειρίζονται οι ίδιοι τα οικονομικά τους
				11. Μέτρια σχέση με τα ΜΚΔ
				12. Οι νέες τεχνολογίες είναι αναγκαίες στην καθημερινή ζωή των εφήβων
				13. Οι έφηβοι δαπανούν πολύτιμο χρόνο από τη ζωή τους στα ΜΚΔ, τον

				οποίο και στερούν από τα μαθήματά τους
				14. Οι έφηβοι νιώθουν εξαρτημένοι από τα ΜΚΔ
				15. Οι έφηβοι δεν νιώθουν την ανάγκη να γνωρίζουν μέσω των ΜΚΔ τι κάνουν οι Άλλοι στην καθημερινότητά τους
				16. Προτίμηση στις αγορές από φυσικά καταστήματα
				17. Τα ΜΚΔ είναι μέρος της καθημερινότητας των εφήβων
				18. Εάν δεν υπήρχαν τα ΜΚΔ στην καθημερινή ζωή τους, οι έφηβοι θα γνώριζαν καλύτερα τον εαυτό τους
				19. Η διαρκής ενασχόληση με τα ΜΚΔ έχει αρνητική επίδραση στην ψυχολογία των εφήβων
				20. Η μη χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ θα στερούσε πολύτιμη γνώση από τους εφήβους
				21. Η μη χρήση των ΜΚΔ θα επηρέαζε αρνητικά την ενημέρωση και την επικοινωνία των εφήβων με τους Άλλους
				22. Η ζωή των εφήβων θα ήταν καλύτερη χωρίς τα ΜΚΔ
				23. Η διαρκής χρήση των ΜΚΔ αποξενώνει του εφήβους από τους φίλους τους
				24. Οι έφηβοι δαπανούν πολύτιμο χρόνο από τη ζωή τους στα ΜΚΔ, τον οποίο και στερούν από τα μαθήματά τους
				25. Η ζωή των εφήβων θα ήταν πιο ποιοτική χωρίς τα ΜΚΔ
				26. Οι έφηβοι σπαταλούν χρήματα σε διαδικτυακές αγορές

				27. Η ζωή των εφήβων χωρίς τα ΜΚΔ θα ήταν διαφορετική, χωρίς να είναι καλύτερη ή χειρότερη από την τωρινή
				28. Τα ΜΚΔ δεν κατέχουν πρωταρχικό ρόλο στη ζωή των εφήβων
				29. Οι έφηβοι είναι σε θέση να βάλουν οι ίδιοι όρια στον εαυτό τους σχετικά με τη χρήση των ΜΚΔ
				30. Οι έφηβοι δεν νιώθουν πως επηρεάζεται η ψυχική τους υγεία από τη χρήση των ΜΚΔ
				31. Το Διαδίκτυο -ΜΚΔ προσφέρει οικονομικές λύσεις ψυχαγωγίας, όπως το διάβασμα δωρεάν βιβλίων
				32. Οι έφηβοι δαπανούν πολύτιμο χρόνο από τη ζωή τους στα ΜΚΔ
				33. Οι αγορές από τα φυσικά καταστήματα είναι κουραστικές και εξαντλητικές
				34. Το Instagram είναι υπερτιμημένο ΜΚΔ
				35. Οι έφηβοι θεωρούν πως έχουν μία ισορροπημένη σχέση με τα ΜΚΔ
				36. Η ζωή των εφήβων χωρίς τα ΜΚΔ θα ήταν πιο αληθινή
				37. Το Διαδίκτυο-ΜΚΔ καθιστούν την επικοινωνία με τους Άλλους πιο εύκολη
				38. Η μη ορθή χρήση των ΜΚΔ προκαλεί στενοχώρια στους εφήβους
				39. Η χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ είναι χαρακτηριστικό της σύγχρονης εποχής (κοινός κωδικός με το 1ο Ε.Υπ. του 1ου Ε.Ε.)

Σχόλια

Ερευνητικό Ερώτημα 4

1. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 11:06:31 πμ

Κωδικοί:

1. Χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για ενημέρωση σχετικά με τις τάσεις της μόδας και των προϊόντων τεχνολογίας
2. Χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για έρευνα αγοράς

2. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 1:45:57 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι ακολουθούν διασημότητες στα ΜΚΔ
2. Οι έφηβοι αντιγράφουν το στυλ των διασημοτήτων που ακολουθούν στα ΜΚΔ

3. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 3:18:19 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι δεν κάνουν αγορές απλά και μόνο, επειδή διαφημίζουν προϊόντα οι διασημότητες που ακολουθούν

4. Georgia Panagiotidou

30 Ιανουαρίου 2023 - 5:49:19 μμ

Κωδικοί:

1. Εγκράτεια στις σπατάλες στις αγορές από το Διαδίκτυο
2. Προτίμηση στο e-shopping από τις αγορές σε φυσικά καταστήματα
3. Το e-shopping είναι μία εύκολη και γρήγορη διαδικασία από την άνεση του σπιτιού
4. Καλή σχέση με τα ΜΚΔ
5. Η διάδραση και η επικοινωνία μέσω των ΜΚΔ είναι μία ευχάριστη εμπειρία για τους εφήβους
6. Προσπάθεια να μη γίνεται κατάχρηση των ΜΚΔ
7. Η ζωή των εφήβων χωρίς τα ΜΚΔ θα ήταν δύσκολη
8. Οι έφηβοι σταδιακά θα προσαρμόζονταν σε μία ζωή χωρίς ΜΚΔ

5. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 11:12:07 πμ

Κωδικοί:

1. Χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για έρευνα αγοράς
2. Οι έφηβοι έχουν το δικό τους γούστο και δεν επηρεάζονται από τα ΜΚΔ
3. Χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για ενημέρωση σχετικά με τις τάσεις της μόδας και των προϊόντων τεχνολογίας

6. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 1:49:22 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι ακολουθούν διασημότητες στα ΜΚΔ
2. Οι έφηβοι αντιγράφουν το στυλ των διασημοτήτων που ακολουθούν στα ΜΚΔ
3. Οι έφηβοι δε θέλουν να είναι θύματα καταναλωτισμού

7. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 3:21:08 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι δεν αγοράζουν απαραίτητα προϊόντα που διαφημίζουν οι διασημότητες που ακολουθούν, διότι δεν ταιριάζουν όλα τα προϊόντα σε όλους
2. Οι έφηβοι πιστεύουν πως οι αγορές μέσω των ΜΚΔ κρύβουν κινδύνους

8. Georgia Panagiotidou

30 Ιανουαρίου 2023 - 6:06:00 μμ

Κωδικοί:

1. Προτίμηση στο e-shopping από τις αγορές σε φυσικά καταστήματα
2. Τα διαδικτυακά καταστήματα διαθέτουν μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων από τα φυσικά
3. Εγκράτεια στις σπατάλες στις αγορές από το Διαδίκτυο
4. Οι έφηβοι διαχειρίζονται οι ίδιοι τα οικονομικά τους
5. Μέτρια σχέση με τα ΜΚΔ
6. Οι έφηβοι σταδιακά θα προσαρμόζονταν σε μία ζωή χωρίς ΜΚΔ
7. Οι νέες τεχνολογίες είναι αναγκαίες στην καθημερινή ζωή των εφήβων

9. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 11:16:22 πμ

Κωδικοί:

Ερευνητικό Ερώτημα 4

1. Χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για ενημέρωση σχετικά με τις τάσεις της μόδας και των προϊόντων τεχνολογίας
2. Χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για έρευνα αγοράς

10. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 1:52:15 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι ακολουθούν διασημότητες στα ΜΚΔ
2. Οι έφηβοι έχουν το δικό τους γούστο και δεν αντιγράφουν στυλιστικά τις διασημότητες που ακολουθούν

11. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 3:28:19 μμ

Κωδικοί:

1. Το στυλ των εφήβων δεν επηρεάζεται από τις διασημότητες που ακολουθούν στα ΜΚΔ
2. Οι έφηβοι δεν κάνουν αγορές απλά και μόνο, επειδή διαφημίζουν προϊόντα οι διασημότητες που ακολουθούν

12. Georgia Panagiotidou

30 Ιανουαρίου 2023 - 6:13:44 μμ

Κωδικοί:

1. Εγκράτεια στις σπατάλες στις αγορές από το Διαδίκτυο
2. Οι έφηβοι δαπανούν πολύτιμο χρόνο από τη ζωή τους στα ΜΚΔ, τον οποίο και στερούν από τα μαθήματά τους
3. Οι έφηβοι νιώθουν εξαρτημένοι από τα ΜΚΔ
4. Οι έφηβοι δεν νιώθουν την ανάγκη να γνωρίζουν μέσω των ΜΚΔ τι κάνουν οι Άλλοι στην καθημερινότητά τους
5. Προτίμηση στο e-shopping από τις αγορές σε φυσικά καταστήματα

13. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 11:17:20 πμ

Κωδικοί:

1. Χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για ενημέρωση σχετικά με τις τάσεις της μόδας και των προϊόντων τεχνολογίας
2. Παρακίνηση γονέων για διαδικτυακές αγορές
3. Όχι ιδιαίτερη ενασχόληση με τις διαδικτυακές αγορές
4. Οι έφηβοι έχουν το δικό τους γούστο και δεν επηρεάζονται από τα ΜΚΔ

14. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 1:56:37 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι ακολουθούν διασημότητες στα ΜΚΔ
2. Οι έφηβοι έχουν το δικό τους γούστο και δεν αντιγράφουν στυλιστικά τις διασημότητες που ακολουθούν

15. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 3:31:03 μμ

Κωδικοί:

1. Το στυλ των εφήβων δεν επηρεάζεται από τις διασημότητες που ακολουθούν στα ΜΚΔ

16. Georgia Panagiotidou

30 Ιανουαρίου 2023 - 6:29:28 μμ

Κωδικοί:

1. Προτίμηση στο e-shopping από τις αγορές σε φυσικά καταστήματα
2. Εγκράτεια στις σπατάλες στις αγορές από το Διαδίκτυο
3. Η ζωή των εφήβων χωρίς τα ΜΚΔ θα ήταν δύσκολη
4. Οι έφηβοι σταδιακά θα προσαρμόζονταν σε μία ζωή χωρίς ΜΚΔ

17. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 11:20:00 πμ

Κωδικοί:

1. Χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για ενημέρωση σχετικά με τις τάσεις της μόδας και των προϊόντων τεχνολογίας
2. Χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για έρευνα αγοράς
3. Οι έφηβοι έχουν το δικό τους γούστο και δεν επηρεάζονται από τα ΜΚΔ

18. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 1:57:18 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι ακολουθούν διασημότητες στα ΜΚΔ
2. Οι έφηβοι αντιγράφουν το στυλ των διασημοτήτων που ακολουθούν στα ΜΚΔ

19. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 3:31:35 μμ

Κωδικοί:

Ερευνητικό Ερώτημα 4

1. Το στυλ των εφήβων δεν επηρεάζεται από τις διασημότητες που ακολουθούν στα ΜΚΔ
2. Οι έφηβοι επηρεάζονται ως αθλητές από τους διάσημους αθλητές που ακολουθούν στα ΜΚΔ

20. Georgia Panagiotidou

30 Ιανουαρίου 2023 - 6:52:55 μμ

Κωδικοί:

1. Προτίμηση στις αγορές από φυσικά καταστήματα
2. Εγκράτεια στις σπατάλες στις αγορές από το Διαδίκτυο
3. Τα ΜΚΔ είναι μέρος της καθημερινότητας των εφήβων
4. Τα ΜΚΔ έχουν θετική επίδραση στην ψυχολογία των εφήβων
5. Η ζωή των εφήβων χωρίς τα ΜΚΔ θα ήταν δύσκολη και περίεργη
6. Εάν δεν υπήρχαν τα ΜΚΔ στην καθημερινή ζωή τους, οι έφηβοι θα γνώριζαν καλύτερα τον εαυτό τους
7. Οι έφηβοι νιώθουν εξαρτημένοι από τα ΜΚΔ

21. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 11:27:47 πμ

Κωδικοί:

1. Χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για ενημέρωση σχετικά με τις τάσεις της μόδας και των προϊόντων τεχνολογίας
2. Χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για έρευνα αγοράς

22. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 1:58:09 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι ακολουθούν διασημότητες στα ΜΚΔ
2. Οι έφηβοι έχουν το δικό τους γούστο και δεν αντιγράφουν στυλιστικά τις διασημότητες που ακολουθούν

23. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 3:33:10 μμ

Κωδικοί:

1. Το στυλ των εφήβων δεν επηρεάζεται από τις διασημότητες που ακολουθούν στα ΜΚΔ
2. Οι έφηβοι δεν κάνουν αγορές απλά και μόνο, επειδή διαφημίζουν προϊόντα οι διασημότητες που ακολουθούν

24. Georgia Panagiotidou

30 Ιανουαρίου 2023 - 7:13:19 μμ

Κωδικοί:

1. Εγκράτεια στις σπατάλες στις αγορές από το Διαδίκτυο
2. Προτίμηση στο e-shopping κατά περίπτωση
3. Οι έφηβοι νιώθουν εξαρτημένοι από τα ΜΚΔ
4. Η διαρκής ενασχόληση με τα ΜΚΔ έχει αρνητική επίδραση στην ψυχολογία των εφήβων
5. Προσπάθεια να μη γίνεται κατάχρηση των ΜΚΔ
6. Η μη χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ θα στερούσε πολύτιμη γνώση από τους εφήβους
7. Η μη χρήση των ΜΚΔ θα επηρέαζε αρνητικά την ενημέρωση και την επικοινωνία των εφήβων με τους Άλλους

25. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 11:31:44 πμ

Κωδικοί:

1. Χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για ενημέρωση σχετικά με τις τάσεις της μόδας και των προϊόντων τεχνολογίας
2. Χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για έρευνα αγοράς

26. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 1:59:35 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι δεν ακολουθούν διασημότητες στα ΜΚΔ
2. Οι έφηβοι έχουν το δικό τους γούστο και δεν αντιγράφουν στυλιστικά τις διασημότητες που ακολουθούν

27. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 3:34:42 μμ

Κωδικοί:

1. Το στυλ των εφήβων δεν επηρεάζεται από τις διασημότητες που ακολουθούν στα ΜΚΔ

28. Georgia Panagiotidou

30 Ιανουαρίου 2023 - 7:27:15 μμ

Κωδικοί:

1. Προτίμηση στο e-shopping από τις αγορές σε φυσικά καταστήματα
2. Εγκράτεια στις σπατάλες στις αγορές από το Διαδίκτυο
3. Προσπάθεια να μη γίνεται κατάχρηση των ΜΚΔ
4. Η ζωή των εφήβων θα ήταν καλύτερη χωρίς τα ΜΚΔ

Ερευνητικό Ερώτημα 4

5. Η διαρκής χρήση των ΜΚΔ αποξενώνει του εφήβους από τους φίλους τους
6. Οι έφηβοι δαπανούν πολύτιμο χρόνο από τη ζωή τους στα ΜΚΔ, τον οποίο και στερούν από τα μαθήματά τους
7. Η ζωή των εφήβων θα ήταν πιο ποιοτική χωρίς τα ΜΚΔ

29. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 12:12:42 μμ

Κωδικοί:

1. Καμία χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για ενημέρωση σχετικά με τις τάσεις της μόδας και των προϊόντων τεχνολογίας
2. Καμία χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για έρευνα αγοράς

30. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 2:01:40 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι δεν ακολουθούν διασημότητες στα ΜΚΔ

31. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 3:34:56 μμ

Κωδικοί:

1. Το στυλ των εφήβων δεν επηρεάζεται από τις διασημότητες που ακολουθούν στα ΜΚΔ

32. Georgia Panagiotidou

30 Ιανουαρίου 2023 - 7:36:05 μμ

Κωδικοί:

1. Προτίμηση στο e-shopping από τις αγορές σε φυσικά καταστήματα
2. Οι έφηβοι σπαταλούν χρήματα σε διαδικτυακές αγορές
3. Τα ΜΚΔ είναι μέρος της καθημερινότητας των εφήβων
4. Η ζωή των εφήβων χωρίς τα ΜΚΔ θα ήταν διαφορετική, χωρίς να είναι καλύτερη ή χειρότερη από την τωρινή

33. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 12:14:43 μμ

Κωδικοί:

1. Χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για ενημέρωση σχετικά με τις τάσεις της μόδας και των προϊόντων τεχνολογίας

34. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 2:31:37 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι ακολουθούν διασημότητες στα ΜΚΔ
2. Οι έφηβοι αντιγράφουν το στυλ των διασημοτήτων που ακολουθούν στα ΜΚΔ
3. Οι έφηβοι έχουν το δικό τους γούστο και δεν αντιγράφουν στυλιστικά τις διασημότητες που ακολουθούν

35. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 3:40:49 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι επηρεάζονται από τις διασημότητες που ακολουθούν στα ΜΚΔ όσον αφορά στην αγορά προϊόντων που διαφημίζουν
2. Οι έφηβοι δεν κάνουν αγορές απλά και μόνο, επειδή διαφημίζουν προϊόντα οι διασημότητες που ακολουθούν

36. Georgia Panagiotidou

30 Ιανουαρίου 2023 - 9:48:30 μμ

Κωδικοί:

1. Προτίμηση στο e-shopping από τις αγορές σε φυσικά καταστήματα
2. Οι έφηβοι σπαταλούν χρήματα σε διαδικτυακές αγορές
3. Τα ΜΚΔ είναι μέρος της καθημερινότητας των εφήβων
4. Προσπάθεια να μη γίνεται κατάχρηση των ΜΚΔ
5. Η ζωή των εφήβων χωρίς τα ΜΚΔ θα ήταν δύσκολη και περίεργη
6. Η μη χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ θα στερούσε πολύτιμη γνώση από τους εφήβους
7. Η μη χρήση των ΜΚΔ θα επηρέαζε αρνητικά την ενημέρωση και την επικοινωνία των εφήβων με τους Άλλους

37. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 12:15:06 μμ

Κωδικοί:

1. Χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για ενημέρωση σχετικά με τις τάσεις της μόδας και των προϊόντων τεχνολογίας
2. Χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για έρευνα αγοράς

38. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 2:33:50 μμ

Κωδικοί:

Ερευνητικό Ερώτημα 4

1. Οι έφηβοι ακολουθούν διασημότητες στα ΜΚΔ
2. Οι έφηβοι αντιγράφουν το στυλ των διασημοτήτων που ακολουθούν στα ΜΚΔ

39. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 3:43:31 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι επηρεάζονται από τις διασημότητες που ακολουθούν στα ΜΚΔ όσον αφορά στην αγορά προϊόντων που διαφημίζουν

40. Georgia Panagiotidou

31 Ιανουαρίου 2023 - 9:43:43 πμ

Κωδικοί:

1. Προτίμηση στις αγορές από φυσικά καταστήματα
2. Οι έφηβοι σπαταλούν χρήματα σε διαδικτυακές αγορές
3. Τα ΜΚΔ είναι μέρος της καθημερινότητας των εφήβων
4. Τα ΜΚΔ δεν κατέχουν πρωταρχικό ρόλο στη ζωή των εφήβων
5. Η ζωή των εφήβων χωρίς τα ΜΚΔ θα ήταν δύσκολη και περιέργη
6. Οι έφηβοι σταδιακά θα προσαρμόζονταν σε μία ζωή χωρίς ΜΚΔ

41. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 12:15:37 μμ

Κωδικοί:

1. Χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για έρευνα αγοράς
2. Χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για ενημέρωση σχετικά με τις τάσεις της μόδας και των προϊόντων τεχνολογίας

42. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 2:34:59 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι ακολουθούν διασημότητες στα ΜΚΔ
2. Οι έφηβοι αντιγράφουν το στυλ των διασημοτήτων που ακολουθούν στα ΜΚΔ
3. Οι έφηβοι έχουν το δικό τους γούστο και δεν αντιγράφουν στυλιστικά τις διασημότητες που ακολουθούν

43. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 3:53:45 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι δεν κάνουν αγορές απλά και μόνο, επειδή διαφημίζουν προϊόντα οι διασημότητες που ακολουθούν
2. Το στυλ των εφήβων δεν επηρεάζεται από τις διασημότητες που ακολουθούν στα ΜΚΔ

44. Georgia Panagiotidou

31 Ιανουαρίου 2023 - 9:53:11 πμ

Κωδικοί:

1. Προτίμηση στις αγορές από φυσικά καταστήματα
2. Εγκράτεια στις σπατάλες στις αγορές από το Διαδίκτυο
3. Οι έφηβοι σπαταλούν χρήματα σε διαδικτυακές αγορές
4. Η διάδραση και η επικοινωνία μέσω των ΜΚΔ είναι μία ευχάριστη εμπειρία για τους εφήβους
5. Οι έφηβοι είναι σε θέση να βάλουν οι ίδιοι όρια στον εαυτό τους σχετικά με τη χρήση των ΜΚΔ
6. Η μη χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ θα στερούσε πολύτιμη γνώση από τους εφήβους
7. Οι έφηβοι δεν νιώθουν πως επηρεάζεται η ψυχική τους υγεία από τη χρήση των ΜΚΔ
8. Το Διαδίκτυο -ΜΚΔ προσφέρει οικονομικές λύσεις ψυχαγωγίας, όπως το διάβασμα δωρεάν βιβλίων

45. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 12:16:50 μμ

Κωδικοί:

1. Καμία χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για ενημέρωση σχετικά με τις τάσεις της μόδας και των προϊόντων τεχνολογίας
2. Χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για έρευνα αγοράς
3. Οι έφηβοι έχουν το δικό τους γούστο και δεν επηρεάζονται από τα ΜΚΔ

46. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 2:38:06 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι ακολουθούν διασημότητες στα ΜΚΔ
2. Οι έφηβοι αντιγράφουν το στυλ των διασημοτήτων που ακολουθούν στα ΜΚΔ

47. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 3:56:26 μμ

Κωδικοί:

1. Το στυλ των εφήβων δεν επηρεάζεται από τις διασημότητες που ακολουθούν στα ΜΚΔ

Ερευνητικό Ερώτημα 4

2. Οι έφηβοι δεν κάνουν αγορές απλά και μόνο, επειδή διαφημίζουν προϊόντα οι διασημότητες που ακολουθούν

48. Georgia Panagiotidou

31 Ιανουαρίου 2023 - 10:17:47 πμ

Κωδικοί:

1. Προτίμηση στις αγορές από φυσικά καταστήματα
2. Εγκράτεια στις σπατάλες στις αγορές από το Διαδίκτυο
3. Οι έφηβοι νιώθουν εξαρτημένοι από τα ΜΚΔ
4. Η ζωή των εφήβων θα ήταν καλύτερη χωρίς τα ΜΚΔ
5. Οι έφηβοι δαπανούν πολύτιμο χρόνο από τη ζωή τους στα ΜΚΔ

49. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 12:20:01 μμ

Κωδικοί:

1. Χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για ενημέρωση σχετικά με τις τάσεις της μόδας και των προϊόντων τεχνολογίας
2. Η χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ είναι χαρακτηριστικό της σύγχρονης εποχής (κοινός κωδικός με το 1ο Ερ. Υπ. του 1ου Ε.Ε.)
3. Χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για έρευνα αγοράς

50. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 2:44:12 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι ακολουθούν διασημότητες στα ΜΚΔ
2. Οι έφηβοι αντιγράφουν το στυλ των διασημοτήτων που ακολουθούν στα ΜΚΔ

51. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 3:56:58 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι δεν κάνουν αγορές απλά και μόνο, επειδή διαφημίζουν προϊόντα οι διασημότητες που ακολουθούν

52. Georgia Panagiotidou

31 Ιανουαρίου 2023 - 11:04:02 πμ

Κωδικοί:

1. Προτίμηση στις αγορές από φυσικά καταστήματα
2. Εγκράτεια στις σπατάλες στις αγορές από το Διαδίκτυο
3. Οι έφηβοι θεωρούν πως έχουν μία καλή σχέση με τα ΜΚΔ
4. Η χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ είναι χαρακτηριστικό της σύγχρονης εποχής (κοινός κωδικός με το 1ο Ε.Υπ. του 1ου Ε.Ε.)
5. Η ζωή των εφήβων θα ήταν καλύτερη χωρίς τα ΜΚΔ
6. Η διαρκής χρήση των ΜΚΔ αποξενώνει του εφήβους από τους φίλους τους

53. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 12:22:35 μμ

Κωδικοί:

1. Χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για ενημέρωση σχετικά με τις τάσεις της μόδας και των προϊόντων τεχνολογίας
2. Χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για έρευνα αγοράς

54. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 2:42:22 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι ακολουθούν διασημότητες στα ΜΚΔ
2. Οι έφηβοι έχουν το δικό τους γούστο και δεν αντιγράφουν στυλιστικά τις διασημότητες που ακολουθούν

55. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 3:58:30 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι επηρεάζονται από τις διασημότητες που ακολουθούν στα ΜΚΔ όσον αφορά στην αγορά προϊόντων που διαφημίζουν

56. Georgia Panagiotidou

31 Ιανουαρίου 2023 - 11:07:15 πμ

Κωδικοί:

1. Προτίμηση στο e-shopping από τις αγορές σε φυσικά καταστήματα
2. Οι έφηβοι σπαταλούν χρήματα σε διαδικτυακές αγορές
3. Οι νέες τεχνολογίες είναι αναγκαίες στην καθημερινή ζωή των εφήβων
4. Η ζωή των εφήβων χωρίς τα ΜΚΔ θα ήταν δύσκολη και περίεργη
5. Οι έφηβοι δαπανούν πολύτιμο χρόνο από τη ζωή τους στα ΜΚΔ

Ερευνητικό Ερώτημα 4

57. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 1:09:07 μμ

Κωδικοί:

1. Χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για ενημέρωση σχετικά με τις τάσεις της μόδας και των προϊόντων τεχνολογίας
2. Σπάνια χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για έρευνα αγοράς

58. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 2:44:23 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι ακολουθούν διασημότητες στα ΜΚΔ
2. Οι έφηβοι αντιγράφουν το στυλ των διασημοτήτων που ακολουθούν στα ΜΚΔ

59. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 3:59:05 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι δεν κάνουν αγορές απλά και μόνο, επειδή διαφημίζουν προϊόντα οι διασημότητες που ακολουθούν

60. Georgia Panagiotidou

31 Ιανουαρίου 2023 - 11:13:15 πμ

Κωδικοί:

1. Προτίμηση στο e-shopping από τις αγορές σε φυσικά καταστήματα
2. Εγκράτεια στις σπατάλες στις αγορές από το Διαδίκτυο
3. Οι έφηβοι νιώθουν εξαρτημένοι από τα ΜΚΔ
4. Η ζωή των εφήβων χωρίς τα ΜΚΔ θα ήταν δύσκολη και περίεργη
5. Οι έφηβοι δαπανούν πολύτιμο χρόνο από τη ζωή τους στα ΜΚΔ
6. Η διαρκής χρήση των ΜΚΔ αποξενώνει του εφήβους από τους φίλους τους
7. Η μη χρήση των ΜΚΔ θα επηρέαζε αρνητικά την ενημέρωση και την επικοινωνία των εφήβων με τους Άλλους

61. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 1:23:10 μμ

Κωδικοί:

1. Χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για ενημέρωση σχετικά με τις τάσεις της μόδας και των προϊόντων τεχνολογίας
2. Χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για έρευνα αγοράς

62. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 2:46:56 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι ακολουθούν διασημότητες στα ΜΚΔ
2. Οι έφηβοι αντιγράφουν το στυλ των διασημοτήτων που ακολουθούν στα ΜΚΔ

63. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 6:14:40 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι κρίνουν αναλόγως και υιοθετούν τις τάσεις της μόδας που ταιριάζουν στην προσωπικότητα και την ηλικία τους
2. Οι έφηβοι επηρεάζονται από τις διασημότητες που ακολουθούν στα ΜΚΔ όσον αφορά στην αγορά προϊόντων που διαφημίζουν

64. Georgia Panagiotidou

31 Ιανουαρίου 2023 - 11:35:28 πμ

Κωδικοί:

1. Οι αγορές από τα φυσικά καταστήματα είναι κουραστικές και εξαντλητικές
2. Προτίμηση στο e-shopping από τις αγορές σε φυσικά καταστήματα
3. Το e-shopping είναι μία εύκολη και γρήγορη διαδικασία από την άνεση του σπιτιού
4. Οι έφηβοι σπαταλούν χρήματα σε διαδικτυακές αγορές
5. Το Instagram είναι υπερτιμημένο ΜΚΔ
6. Οι έφηβοι νιώθουν εξαρτημένοι από τα ΜΚΔ
7. Η ζωή των εφήβων θα ήταν καλύτερη χωρίς τα ΜΚΔ

65. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 1:24:21 μμ

Κωδικοί:

1. Χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για ενημέρωση σχετικά με τις τάσεις της μόδας και των προϊόντων τεχνολογίας
2. Οι διαφημίσεις στα ΜΚΔ κατευθύνουν τους εφήβους στις αγορές τους

Ερευνητικό Ερώτημα 4

66. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 2:48:40 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι ακολουθούν διασημότητες στα ΜΚΔ
2. Οι έφηβοι έχουν το δικό τους γούστο και δεν αντιγράφουν στυλιστικά τις διασημότητες που ακολουθούν

67. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 6:17:44 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι δεν ακολουθούν διασημότητες στα ΜΚΔ
2. Το στυλ των εφήβων δεν επηρεάζεται από διασημότητες στα ΜΚΔ

68. Georgia Panagiotidou

31 Ιανουαρίου 2023 - 1:54:48 μμ

Κωδικοί:

1. Προτίμηση στις αγορές από φυσικά καταστήματα
2. Οι έφηβοι σπαταλούν χρήματα σε διαδικτυακές αγορές
3. Οι νέες τεχνολογίες είναι αναγκαίες στην καθημερινή ζωή των εφήβων
4. Οι έφηβοι δαπανούν πολύτιμο χρόνο από τη ζωή τους στα ΜΚΔ, τον οποίο και στερούν από τα μαθήματά τους
5. Οι έφηβοι σταδιακά θα προσαρμόζονταν σε μία ζωή χωρίς ΜΚΔ
6. Οι έφηβοι είναι σε θέση να βάλουν οι ίδιοι όρια στον εαυτό τους σχετικά με τη χρήση των ΜΚΔ

69. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 1:33:11 μμ

Κωδικοί:

1. Χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για ενημέρωση σχετικά με τις τάσεις της μόδας και των προϊόντων τεχνολογίας
2. Οι διαφημίσεις στα ΜΚΔ κατευθύνουν τους εφήβους στις αγορές τους
3. Οι έφηβοι έχουν το δικό τους γούστο και δεν επηρεάζονται από τα ΜΚΔ

70. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 2:53:45 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι ακολουθούν διασημότητες στα ΜΚΔ
2. Οι έφηβοι αντιγράφουν το στυλ των διασημοτήτων που ακολουθούν στα ΜΚΔ

71. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 6:20:46 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι επηρεάζονται από τις διασημότητες που ακολουθούν στα ΜΚΔ όσον αφορά στην αγορά προϊόντων που διαφημίζουν

72. Georgia Panagiotidou

31 Ιανουαρίου 2023 - 2:14:06 μμ

Κωδικοί:

1. Προτίμηση στις αγορές από φυσικά καταστήματα
2. Προτίμηση στο e-shopping από τις αγορές σε φυσικά καταστήματα
3. Τα διαδικτυακά καταστήματα διαθέτουν μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων από τα φυσικά
4. Οι έφηβοι σπαταλούν χρήματα σε διαδικτυακές αγορές
5. Οι έφηβοι θεωρούν πώς έχουν μία ισορροπημένη σχέση με τα ΜΚΔ
6. Οι έφηβοι είναι σε θέση να βάλουν οι ίδιοι όρια στον εαυτό τους σχετικά με τη χρήση των ΜΚΔ
7. Η ζωή των εφήβων χωρίς τα ΜΚΔ θα ήταν πιο αληθινή
8. Η ζωή των εφήβων χωρίς τα ΜΚΔ θα ήταν δύσκολη και περίεργη
9. Το Διαδίκτυο-ΜΚΔ καθιστούν την επικοινωνία με τους Άλλους πιο εύκολη
10. Η μη ορθή χρήση των ΜΚΔ προκαλεί στενοχώρια στους εφήβους

73. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 1:33:45 μμ

Κωδικοί:

1. Χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για ενημέρωση σχετικά με τις τάσεις της μόδας και των προϊόντων τεχνολογίας

74. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 2:55:33 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι ακολουθούν διασημότητες στα ΜΚΔ
1. Οι έφηβοι έχουν το δικό τους γούστο και δεν επηρεάζονται από τα ΜΚΔ
2. Οι έφηβοι αντιγράφουν το στυλ των διασημοτήτων που ακολουθούν στα ΜΚΔ

Ερευνητικό Ερώτημα 4

75. Georgia Panagiotidou

29 Ιανουαρίου 2023 - 6:26:23 μμ

1. Οι έφηβοι δεν κάνουν αγορές απλά και μόνο, επειδή διαφημίζουν προϊόντα οι διασημότητες που ακολουθούν
2. Οι έφηβοι πιστεύουν πως οι αγορές μέσω των ΜΚΔ κρύβουν κινδύνους

76. Georgia Panagiotidou

31 Ιανουαρίου 2023 - 3:07:13 μμ

Κωδικοί:

1. Προτίμηση στις αγορές από φυσικά καταστήματα
2. Τα διαδικτυακά καταστήματα διαθέτουν μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων από τα φυσικά
3. Η διάδραση και η επικοινωνία μέσω των ΜΚΔ είναι μία ευχάριστη εμπειρία για τους εφήβους
4. Η ζωή των εφήβων χωρίς τα ΜΚΔ θα ήταν δύσκολη και περιέργη
5. Η χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ είναι χαρακτηριστικό της σύγχρονης εποχής (κοινός κωδικός με το 1ο Ε.Υπ. του 1ου Ε.Ε.)
6. Οι έφηβοι σταδιακά θα προσαρμόζονταν σε μία ζωή χωρίς ΜΚΔ

Υπόμνημα Δ'

Οι μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης χρησιμοποιούν κυρίως το Διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για την ενημέρωσή τους σχετικά με τις τάσεις της μόδας και τις εξελίξεις στα προϊόντα τεχνολογίας. Επίσης φαίνεται πως πριν προβούν στις αγορές τους πραγματοποιούν διαδικτυακά έρευνα αγοράς, όπου μπορούν ταυτόχρονα να βρουν και κριτικές για τα προϊόντα που τους ενδιαφέρουν. Τα παιδιά δε θεωρούν, ότι επηρεάζονται ιδιαίτερα από τις προβαλλόμενες εικόνες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, διότι υποστηρίζουν πως έχουν το δικό τους γούστο και πως ακόμα κι αν κάτι θεωρείται της μόδας, δε σημαίνει απαραίτητως πως ταιριάζει και στα ίδια. Ωστόσο κάποιοι συμμετέχοντες αναφέρουν, πως πράγματι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δίνουν κάποιες κατευθύνσεις όσον αφορά στη μόδα μέσω των διαφημίσεων που προβάλλονται, ωστόσο δεν επιθυμούν να είναι θύματα του καταναλωτισμού, γι' αυτό προσπαθούν να μην επηρεάζονται από τις διαφημίσεις στο Διαδίκτυο.

Σχεδόν όλοι οι συμμετέχοντες ακολουθούν διασημότητες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι διασημότητες συνήθως είναι καλλιτέχνες, αθλητές, μεγάλες εταιρίες, κωμικοί, μεγάλα brands του εξωτερικού ή ακόμα και επιχειρηματίες. Ένα μεγάλο ποσοστό των παιδιών αντιγράφει το στυλ των διασημοτήτων που ακολουθεί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όμως προσπαθεί να το προσαρμόζει ο καθένας στο δικό του γούστο και να κατανοεί τι μπορεί να υιοθετήσει στυλιστικά και τι όχι, ενώ αναφέρεται συχνά, πως οι έφηβοι δεν αγοράζουν προϊόντα μόνο και μόνο επειδή κάποια διασημότητα τα διαφημίζει, αλλά

επιλέγουν να αγοράσουν αυτά που τα ίδια τα παιδιά επιθυμούν με βάση όχι μόνο το γούστο τους, αλλά και τις ανάγκες τους. Κάποιοι από τους συμμετέχοντες -κυρίως τα αγόρια- τονίζουν πως πέρα από τη μόδα, μπορούν να επηρεαστούν και ως αθλητές από τις διασημότητες που ακολουθούν και προέρχονται από το χώρο του αθλητισμού.

Παρατηρούμε, πως ακόμα κι αν τα παιδιά δεν επηρεάζονται ευθέως ή δεν αντιλαμβάνονται τα ίδια απευθείας, ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαμορφώνουν τάσεις, ωστόσο αυτό αποτελεί μία πραγματικότητα, διότι η δύναμη της εικόνας και πλέον η δύναμη των οπτικοακουστικών μέσων είναι τόσο ισχυρή που έστω και υποσυνείδητα κατευθύνει. Επίσης παρατηρούμε και από τη λειτουργία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, ότι στοχεύουν στην προσέλκυση του δυναμικού κοινού, που πλέον είναι οι έφηβοι, οι οποίοι είναι καταναλωτές μεν, αλλά δεν ξοδεύουν χρήματα τα οποία οι ίδιοι κέρδισαν με την εργασία τους, αλλά των γονέων τους. Βέβαια τα παιδιά, σύμφωνα με τα λεγόμενά τους, φαίνεται πως δείχνουν εγκράτεια στις αγορές που πραγματοποιούν, που φανερώνει πως είναι ενσυνείδητοι καταναλωτές, ενώ πλέον φαίνεται πως υπάρχει αρκετή εξοικείωση με τις διαδικτυακές αγορές, οι οποίες προτιμώνται σε σχέση με την επίσκεψη σε φυσικά καταστήματα. Εδώ να σημειώσουμε, πως τα κορίτσια εμφανίζονται να ξεφεύγουν οικονομικά στις αγορές τους, ενώ τα αγόρια δείχνουν μεγαλύτερη εγκράτεια.

Αυτό που αντιλαμβανόμαστε, είναι πως οι μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ στην ηλικία των 15 έως 18 ετών είναι ενεργοί πολίτες ενός παγκοσμιοποιημένου περιβάλλοντος και καταναλωτές μίας παγκοσμιοποιημένης αγοράς, της οποίας αποτελούν target group για πολλές εταιρείες, οι οποίες στοχεύουν σε αυτό το δυναμικά εξελισσόμενο κοινό, το οποίο δεν καταναλώνει απλά, αλλά διαμορφώνει στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τάσεις της μόδας, ενώ δε θα ήταν υπερβολή να παραδεχτούμε πως αυτές οι ηλικίες διαμορφώνουν και την αγορά γενικότερα. Οι συμμετέχοντες θεωρούν, ότι έχουν μία καλή σχέση με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα οποία έχουν εργαλειοποιήσει για την επικοινωνία τους και την ενημέρωσή τους, αν και αντιλαμβάνονται, ότι η υπερβολική χρήση είναι ένας κίνδυνος που αντιμετωπίζουν, ο οποίος τους στερεί την προσωπική επαφή και τη δια ζώσης διάδραση με την οικογένειά τους, αλλά και τους φίλους τους. Μάλιστα, κάποια παιδιά θεωρούν πως αν δεν υπήρχαν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θα είχαν περισσότερες ευκαιρίες

ψυχαγωγίας, ίσως να αφιέρωναν περισσότερο χρόνο στα μαθήματά τους και πιθανόν η ζωή τους να είχε καλύτερη ποιότητα. Επίσης δε φαίνεται να αντιμετώπιζαν ιδιαίτερες δυσκολίες σε περίπτωση που δε θα μπορούσαν να χρησιμοποιούσαν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για κάποιο χρονικό διάστημα, αντιθέτως το αντιλαμβάνονται σαν μία ευκαιρία «αποτοξίνωσης» από το Διαδίκτυο, με την οποία θα μπορούσαν να γνωρίσουν καλύτερα τον εαυτό τους. Αναγνωρίζουν ωστόσο, ότι η επικοινωνία και η ενημέρωσή τους, αλλά και τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του Διαδικτύου στην καθημερινότητά τους, δε θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν με αποτέλεσμα η καθημερινή τους ζωή να είναι αρκετά διαφορετική, χωρίς όμως αρνητικό πρόσημο. Αρκετά σημαντικό είναι πως οι μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης δε θεωρούν πως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν πρωταρχικό ρόλο στη ζωή τους, καθώς επιλέγουν να ζήσουν στον πραγματικό και όχι στον εικονικό κόσμο, ο οποίος -όπως αναφέρουν τα ίδια τα παιδιά- «δεν είναι αληθινός». Εξίσου σημαντικό, ωστόσο είναι πως τα κορίτσια νιώθουν μεγαλύτερη ψυχολογική πίεση σε σχέση με τα αγόρια σχετικά με την εικόνα τους, εξαιτίας των προτύπων ομορφιάς που προβάλλουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Ως γενική παρατήρηση, μπορούμε να πούμε πως τα παιδιά νιώθουν πως έχουν μία ισορροπημένη σχέση με τα μέσα και το Διαδίκτυο αξιοποιώντας τα θετικά που τους προσφέρει, αν και παραδέχονται συχνά πως η κακή χρήση των μέσων μπορεί να έχει βλαβερές συνέπειες για την ψυχική τους υγεία.

Ε.Ε.5. Πώς αντιλαμβάνονται και πώς αντιμετωπίζουν οι έφηβοι τους κινδύνους που ελλοχεύουν κατά τη χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης;

Πίνακας 5. Αποσπάσματα συνεντεύξεων και κωδικοποίηση 5ου ερευνητικού ερωτήματος

Συμμ/ντες	Αντιλαμβάνονται οι έφηβοι τους κινδύνους που τους επιφυλάσσει η μη ορθή χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης;	Λαμβάνουν οι έφηβοι επαρκή ενημέρωση από την οικογένειά τους, ώστε να προστατευθούν από τους διαδικτυακούς κινδύνους;	Λαμβάνουν οι έφηβοι επαρκή ενημέρωση από το σχολείο, ώστε να προστατευθούν από τους διαδικτυακούς κινδύνους;	Υπάρχουν σχέσεις εμπιστοσύνης μεταξύ γονέων και εφήβων, ώστε να νιώθουν ασφαλείς για να μιλήσουν για παρεκκλίνουσες συμπεριφορές στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης;
ΑΒΑΒ3	<p>1 1. “Όχι, ευτυχώς. Ευτυχώς τίποτα (στην ερώτηση εάν έχει έρθει αντιμετώπις με κακοποιητικές συμπεριφορές στα ΜΚΔ).</p>	<p>2 1. “Απ’ το σπίτι, ε ναι. Κάποιες φορές ο μπαμπάς μου κι η μαμά μου θα μου πούνε «Πρόσεχε που πηγαίνεις, γιατί, να βλέπεις ποιος το ανεβάζει, ποιος το κάνει!» (στην ερώτηση, εάν έχει ενημερωθεί για την ορθή χρήση του διαδικτύου από τους γονείς του).</p>	<p>3 1. “Ποτέ. Απ’ το σχολείο δεν έχω” (στην ερώτηση, εάν έχει ενημερωθεί για την ορθή χρήση του διαδικτύου από το σχολείο).</p>	<p>4 1. “Να σου πω την αλήθεια, δεν ξέρω, δεν το ‘χω σκεφτεί. Μπορεί και σε κανέναν να μην απευθυνόμουν. Το σωστό είναι γονείς, δίωξη ηλεκτρονικού εγκλήματος, το σωστό είναι αυτό, εντάξει. Όλοι το ξέρουμε. Τώρα αν ήμουν στη θέση μου, δεν ξέρω. Ακούω και παιδιά που τους έχουν τύχει και βλέπω ότι τα περισσότερα προσπαθούν, απλά να το λύσουν και να το αγνοήσουν. Ξέρω ότι το σωστό είναι να πάω στη μαμά μου, στον μπαμπά μου και να πάμε στη δίωξη κι όλα αυτά” (σχετικά με την περίπτωση που αντιμετώπιζε ποτέ κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα ΜΚΔ).</p>

<p>ΑΓΓΒ2</p>	<p>5 1. “Block κι απέναντι, κι έφυγες.” (σε περίπτωση που συναντήσει κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα ΜΚΔ). 2. “Ούτε καν, κάθωμi εδώ, άμα δω παράξενο όνομα, αυτό, αποκλεισμός, αναφορά...”. 3. “Ναι, ναι, θα με φοβίσουν κιόλας, άμα με φοβίσουν, αποκλεισμό, δρόμο, γιατί ξέρουν πού μένω, δεν έχω βάλει οδούς, κι αυτά.”. 4. “Γίνεται;” (σχετικά με το αν θα έκανε ποτέ καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος). Και πώς την κάνεις; Δηλαδή αν εγώ ας πούμε τώρα, μου στείλει όποιος, ό,τι να ‘ναι στο Instagram... Και τι πας εκεί, λες μου έκανε αυτός ο λογαριασμός... Α στο καλό, να ξέρω για [...]. 5. “Όχι” (δεν έχει υπάρξει ποτέ θύτης). 6. “Προσπαθώ δηλαδή όσο πιο πολύ να προφυλάσσομαι, και τους έχω και κλειστούς δηλαδή τους λογαριασμούς, εκτός από το TikTok αλλά κι αυτό θέλω, γενικά ακόμα και στο Snapchat δεν θα κάνω όποιον να ‘ναι, και το Snap δεν το χρησιμοποιώ και ιδιαίτερα, οπότε, μόνο τις φωτογραφίες και δεν στέλνω καν εμένα, στέλνω...”</p>	<p>6 1. “Δηλαδή, ό,τι και να συμβεί έχω μάθει και από μόνος, από τους γονείς μου να το αποφεύγω. Δηλαδή ό,τι και να μου στείλουν και άγνωστος και γεια δηλαδή να μου στείλει κάποιος που ακολουθώ και δεν μιλάω, δεν θα απαντήσω, δεν ξέρω, που το γεια δεν είναι και κακό απλώς εγώ δεν θέλω, δεν μπορώ.”. 2. “Δεν ξέρω, αλλά κοιτάω να προφυλάσσομαι μόνος μου και να μαθαίνω.” (Σχετικά με το εάν έχει ενημερωθεί από την οικογένεια του για την ορθή χρήση του διαδικτύου). 3. “Όχι” (δε χρειάστηκε να συζητήσει κάτι με τους γονείς του).</p>	<p>7 1. “Στο σχολείο δεν έχουνε το χρόνο, και τα κινητά, λένε «μη φέρνετε κινητά». Αν όμως δεν μπεις στη διαδικασία να εξηγήσεις στο παιδί για ποιο λόγο να μη φέρεις, γιατί να μην κάνεις...”</p>	<p>8 1. “Θα το’ λεγα” (στους γονείς του σε περίπτωση που συνέβαινε κάτι στα ΜΚΔ). 2. “Σε ψυχίατρο ή ψυχολόγο γιατί είμαι της άποψης ότι εγώ θέλω να πηγαίνω, όποτε μου ‘ρθει μια στους τόσους μήνες θα πω «Γιώργο, θα πας» κι ασήμαντο να ‘ναι το θέμα πιστεύω ότι όλοι πρέπει να πηγαίνουμε, όλοι το ‘χουμε ανάγκη νομίζω.”. 3. “Ναι, και στους γονείς μου μετά από...”. 4 “Ναι, μπορεί και τα δύο. Γιατί δεν είμαι άνθρωπος που κρατάει το στόμα του κλειστό, άμα αρχίσει να μιλάει, θα το πω.”</p>
--------------	---	---	---	--

<p>AΖΓΓ2</p>	<p>9 1. "Όχι. Τώρα να προσπάθησε να με προσεγγίσει και να μην το κατάλαβα, τουλάχιστον δεν έγινε τίποτα.". 2. "Σίγουρα." (Θα προχωρούσε σε καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος σε περίπτωση που συνέβαινε κάποιο δυσάρεστο περιστατικό στα ΜΚΔ). 3. "Αν δεν μπορούσε δηλαδή να λυθεί και ήταν αναγκαστική η παρέμβαση ξέρω γω εισαγγελέα ή κάτι τέτοιο, σίγουρα." 4. "Εσκεμμένα όχι αλλά κατά λάθος πιστεύω θα 'χω βρεθεί. Ναι, πιστεύω... Αν και δεν έχει, δεν μου έχουν πει κάτι αλλά, ξέρεις έτσι όπως μιλάμε μετά με τα παιδιά, αν τον πείραξε έτσι αν είπαμε κάτι παραπάνω, μετά που πάω και το συζητάω με αυτόν αν τον πείραξε, μου λέει «όχι, δεν με πείραξε», αλλά πιστεύω..."</p>	<p>10 1. "Ναι, όταν ήμουν πιο μικρός. Πχ δημοτικό."</p>	<p>11 1. "Σαν εκδήλωση ας πούμε, να πούμε σήμερα παιδιά θα γίνει αυτό, στο γυμνάσιο λύκειο όχι, βασικά στο λύκειο όχι, δημοτικό σίγουρα, γυμνάσιο δε θυμάμαι.". 2. "Στο δημοτικό, λύκειο όχι, σίγουρα"</p>	<p>12 1. "Πρώτα πρώτα θα μιλούσα με τον εαυτό μου και θα 'λεγα, επειδή σαν άτομο δεν με ενδιαφέρει τι λένε πολύ οι άλλοι, δεν με νοιάζει, οπότε αν πει κάτι ο άλλος που είναι bullying δεν θα το πάρω, δεν θα το εκλάβω ως αρνητικό, δεν θα με νοιάξει." 2. "Καθόλου. Αλλά αν ήταν να το συζητήσω με κάποιον, πιστεύω πρώτα θα το συζητούσα με τον πιο κοντινό μου άνθρωπο, είτε είναι κολλητός είτε είναι οικογένεια και μετά...". 3. "Πιστεύω εξαρτάται από το περιστατικό." 4. Πολύ πολύ σοβαρό, αν με επηρέαζε έτσι και ψυχολογικά πιστεύω πρώτα με τους γονείς μου αλλά παράλληλα πιστεύω, με γονείς και.."</p>
<p>ΑΚΔΓ3</p>	<p>13 1. "Τσου" (δεν έχει έρθει αντιμέτωπος με κακοποιητική ή παραβατική συμπεριφορά στο Διαδίκτυο). 2. "Ε ναι" (θα προχωρούσε σε καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος σε περίπτωση που συναντούσε κάποιον διαδικτυακό κίνδυνο). 3. "Όχι" (δεν έχει υπάρξει θύτης).</p>	<p>14 1. "Ε ναι, μου έχουν πει." (Έχει ενημερωθεί από την οικογένειά του για τους διαδικτυακούς κινδύνους).</p>	<p>15 1. "Από το σχολείο, κάτι έχουμε πει. Ναι, έχουμε συζητήσει, αλλά εντάξει όχι"</p>	<p>16 1. "Με τους φίλους μου" (θα το συζητούσε σε περίπτωση που αντιμετώπιζε κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα ΜΚΔ).</p>
<p>ΑΝΔΓ2</p>	<p>17 1. "Όχι. Όχι, όχι, δεν έχει τύχει, ευτυχώς..." (δεν έχει αντιμετωπίσει κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα ΜΚΔ). 2. "Όχι, θα το έλυνα με τον δικό μου τρόπο.". 3. "Απ' το διαδίκτυο; Όχι." (Δεν έχει υπάρξει θύτης).</p>	<p>18 1. "Ναι"</p>	<p>19 1. "Εννοείται, εντάξει."</p>	<p>20 1. "Ε πρώτ' απ' όλα με την οικογένειά μου και με τους φίλους μου."</p>

<p>ΑΠΔΑ2</p>	<p>21 1. “Cyberbullying όχι ακριβώς, απλά είχε τύχει να μου στείλει μήνυμα μία άκυρη μήνυμα με σκοπό να μου πάρει λεφτά από Paypal, αλλά δεν τα κατάφερε γιατί την κατάλαβα κατευθείαν και μετά την έβρισα.” 2. “Ναι, κι άμα δεν έβγαине θα πήγαινα στην αστυνομία για καταγγελία και τα σχετικά.” 3. “Ναι.” (Θα έκανε καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος σε περίπτωση που αντιμετώπιζε κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα ΜΚΔ). 4. “Όχι, ποτέ.” (Δεν έχει υπάρξει θύτης).</p>	<p>22 1. “Α ναι, όταν ήμουν πιο μικρός και τότε, το πρωτοχρησιμοποιούσα, τότε ναι, με ενημέρωσαν για αυτά.”</p>	<p>23 1. “Όχι.” (Δεν έχει ενημερωθεί ποτέ από το σχολείο).</p>	<p>24 1. “Όχι, γιατί συνήθως ό,τι είναι το διαχειρίζομαι μόνος μου εκτός κι αν είναι κάτι που δεν μπορώ να το κάνω μόνος μου, μόνο τότε ζητάω βοήθεια και το διαχειρίστηκα μόνος μου.” 2. “Όχι, όχι, το αντιμετώπισα σχετικά γρήγορα.” 3. “Σε κανέναν.” (Σχετικά με το ποιον θα συζητούσε πρώτα κάποια κακοποιητική συμπεριφορά που θα συναντούσε στα ΜΚΔ).</p>
<p>ΑΣΚΒ3</p>	<p>25 1. “Μια φορά μόνο.” (Έχει έρθει αντιμετώπος με κακοποιητική συμπεριφορά στα ΜΚΔ). 2. “Ήταν ένα, ήταν ένα παιδί που έκανα παρέα, αλλά ήξερα ότι αυτός ήταν λίγο πονηρός σε τέτοια και κράταγα μια πεισινή που λέμε, δηλαδή να ξέρω. Και μια μέρα που είχαμε τσακωθεί για ένα ασήμαντο πράγμα, ήρθε στα social media, στο Instagram συγκεκριμένα, με κορόιδευε κτλ. και μετά μόλις πήγα να του απαντήσω εγώ σε κάτι, με μπλόκαρε το λογαριασμό. Και μετά το αντιμετώπισα, όχι, θα πω ανώριμα πιο πολύ.” 3. “Όχι, το συζήτησα πιο πολύ με άλλους 4 φίλους μου.” 4. “Με κορόιδευε για την εξωτερική μου εμφάνιση μπορώ να πω και μετά έγιναν...” 5. “Ναι, φυσικά.” (Θα προχωρούσε σε καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος σε</p>	<p>26 1. “Από την οικογένειά μου συνέχεια μου δίνουν συμβουλές οι γονείς μου και συνέχεια μου λένε να προσέχω και το ένα και το άλλο.”</p>	<p>27 1. “Απ’ το σχολείο, όχι τόσο μπορώ να πω.”</p>	<p>28 1. “Όχι. Το αντιμετώπισα μόνος μου το θέμα.” 2. “Θα το μοιραζόμουν πρώτ’ απ’ όλα με τους γονείς μου, με τους πολύ κοντινούς μου φίλους και μετά με κανένα πολύ κοντινό καθηγητή, δηλαδή που τον ξέρω καλά, που μπορώ να έχω εμπιστοσύνη.”</p>

	περίπτωση που αντιμετώπιζε κακοποιητική συμπεριφορά στα ΜΚΔ). 5. "Όχι." (Δεν έχει υπάρξει θύτης).			
ΑΣΜΒ4	29 1. "Όχι." Cyberbullying εννοείς κοροϊδίες, πλάκες και τέτοια; Ναι, καλά δεν, είναι όλα μέσα...". 2. "Όχι, εντάξει. Δεν φτάσαμε εκεί." (Να συζητήσει κάτι με δικό του άνθρωπο). 3. "Δε νομίζω, όχι." (Σχετικά με το εάν θα προχωρούσε σε καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος, εάν συναντούσε κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στο Διαδίκτυο). 4. "Ναι." (Έχει υπάρξει θύτης). 5. "Ποιοι λόγοι με... δεν ήταν, ήταν... βάλαμε ένα στοίχημα, στοίχημα... ένα challenge να το πω έτσι, και όποιος χάσει θα κάνει εκείνο το fake προφίλ που είπαμε πιο πριν και θα στείλει μήνυμα σε ένα παιδί. Ε κι αυτό το παιδί το πήρε πολύ στραβά και είχε καλέσει αστυνομίες..."	30 1. "Ναι."	31 1. "Όχι."	32 1. "Τους κολλητούς μου πρώτα και αν δεν βρίσκαμε λύση μετά...Μετά τους γονείς." 2. "Όχι αλλά είναι πιο άνετοι." (Ο λόγος για τον οποίο προτιμάει να συζητήσει με τους φίλους του).
ΑΒΑΓ1	33 1. "Όχι" (δεν έχει έρθει αντιμετώπις με κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα ΜΚΔ). 2. "Συνήθως αυτά που στέλνουν κάτι περίεργα σε ομάδα που δίνει ιούς και τέτοια, εγώ τα βάζω απλώς στα αιτήματα και δεν τα	34 1. "Μέσες άκρες ναι, εντάξει, έτσι κι έτσι, αλλά έχω πιστεύω την κρίση να τα καταλάβω μόνος μου αυτά, και να ενημερωθώ από μόνος μου δηλαδή."	35 1. "Τα βασικά μόνο."	36 1. "Στους φίλους μου.". 2. "Ναι. Πρώτα θα έλεγα στους φίλους μου βασικά και μετά αν ήταν τόσο σοβαρό θα έλεγα και τους γονείς μου και μετά στη δίωξη."

	βλέπω καν.". 3. "Όχι, δεν κάνω τέτοιες πλάκες εγώ." (Σχετικά με το εάν έχει υπάρξει ο ίδιος θύτης).			
ΚΑΔΓ2	37 1. "Ναι." (Έχει έρθει αντιμέτωπη με κακοποιητική συμπεριφορά στο ΜΚΔ). 2. "Ναι, για σοβαρό ναι." (Θα προχωρούσε σε καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος εάν της συνέβαινε κάποιο σοβαρό περιστατικό). 3. "Ναι; Σίγουρα, δεν θα έχει υπάρξει μια φορά; Θα... εντάξει. Όχι, πάντα λύνεται γιατί πιο πολύ είναι σε στιλ πλάκας οπότε δεν παρεξηγείται κανένας. Έτσι γίνονται οι πιο πολλές παρεξηγήσεις ειδικά στην ηλικία μας τώρα, μόνο έτσι γίνεται." (Σχετικά με το εάν έχει υπάρξει θύτης).	38 1. "Ναι."	39 1. "Ναι."	40 1. "Με είχανε στείλει μήνυμα αρκετές φορές στο Facebook και στο Messenger έτσι άνθρωποι που δεν έχω φίλους, το έδειξα στον πατέρα μου, εγώ γελούσα, δεν έκανα κάτι, προφανώς δεν θα απαντήσω, το έδειξα στον πατέρα μου, ο μπαμπάς μου απάντησε και τον πήρε βιντεοκλήση και τον είπε «Τι κάνεις ρε παιδί μου σε παιδάκια μικρά;» και με έκανε block.". 2. "Με τη μαμά μου." (Θα συζητούσε μία κακοποιητική συμπεριφορά που συνάντησε στα ΜΚΔ).
ΚΑΜΑ1	41 1. "Όχι, ευτυχώς δεν έχω ποτέ και δεν θα 'θελα ποτέ να τύχει αυτό, αλλά πιστεύω ότι είμαι έτσι σαν άνθρωπος που τα αποφεύγω γενικά όπως και πριν που ανέφερα.". 2. "Άνετα, ο μπαμπάς μου δουλεύει, είναι αστυνομικός οπότε..." (σχετικά με το εάν θα έκανε κάποια καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος, εάν της συνέβαινε κάποιο περιστατικό στα ΜΚΔ). 3. "Πιστεύω ότι υπήρχε μια περίοδος της ζωής μου που δεν ξέρω πώς, είχα κάτι θέματα θυμού, εντάξει τα έχω ξεπεράσει λίγο αυτά, αλλά είχα ξεσπάσει πάνω σε μια φίλη μου μέσω μηνυμάτων, αλλά αμέσως το μετάνιωσα, γιατί πάντα σκέφτομαι	42 1. "Τέτοια συζήτηση μπορεί να ήταν μια μικρή όταν είχα πρωτοανοίξει τις πλατφόρμες μου στα social media.". 2. "Ναι, συζητάμε λίγο αλλά πιστεύω ότι ο κυριότερος παράγοντας που γνωρίζω ως πούμε για το πώς να συμπεριφερθώ στα social media είναι από το φροντιστήριό μου στα αγγλικά που μας φροντίζει πάρα πολύ και κάνει τέτοια μαθήματα που μας ενημερώνει για τέτοια θέματα..."	43 1. "Έχω ενημερωθεί και πολλοί ας πούμε της ηλικίας μου έχω δει ότι δεν τους νοιάζει και πολύ αυτές οι παρουσιάσεις που μας κάνουν, αλλά μου φαίνεται πολύ ενδιαφέρον και πιστεύω ότι σε κάνει καλύτερο σαν άτομο, σε κάνει να μεγαλώνεις ας πούμε;".	44 1. "Στους γονείς μου, βασικά θα το 'λεγα πρώτα στη μαμά μου πιστεύω, αλλά έχω αυτό το σκεπτικό ότι θα πρέπει να το πω απευθείας σε κάποιον, δεν θα το άφηνα να περάσει έτσι. Άμα έβλεπα ότι δεν μπορώ να υπερασπιστώ τον εαυτό μου.".

	<p>πώς νιώθει ο άλλος.”.</p> <p>4. “Πήγα και δια ζώσης και το συζητήσαμε.” (Την περίοδο που η ίδια υπήρξε θύτης).</p>			
KZΔΑ1	<p>45 1. “Όχι, να σας πω την αλήθεια.” (σχετικά με το εάν έχει πέσει θύμα κάποιας κακοποιητικής συμπεριφοράς στα ΜΚΔ). 2. “Α, είχαν κάνει μια ομάδα στην Α’ γυμνασίου, εγώ τότε στην Α’ γυμνασίου εντάξει, ανέβαζα στο TikTok ότι να ‘ναι, πάλι ιδιωτικό λογαριασμό είχα, και μ’ ακολουθούσαν κάποια άτομα, συμμαθητές μου ας πούμε, και έπαιρναν τα βίντεο, τα έβαζαν σ’ αυτή την ομαδική, πάλι στο Instagram που δεν ήμουνα και με κορόιδευαν, εμένα δε μ’ ένοιαζε βέβαια τότε αλλά αυτό.”. 3. “Ναι. Το σκέφτηκα γιατί σκέφτηκα περίπτωση ας πούμε.” (Σχετικά με το εάν θα προχωρούσε σε καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος, εάν της συνέβαινε κάποιο περιστατικό στα ΜΚΔ). 2. “Όχι, γιατί πιστεύω, ότι αυτό που δε μας αρέσει να μας κάνουν δεν μπορούμε να το κάνουμε κι εμείς στους άλλους.” (Σχετικά με το εάν η ίδια έχει υπάρξει θύτης).</p>	<p>46 1. “Όχι.” (Δεν έχει ενημερωθεί από την οικογένειά της).</p>	<p>47 1. “Τώρα άμα σας πω την αλήθεια νομίζω σε μια ενότητα στη Γλώσσα αλλά δεν είμαι και σίγουρη.”. 2. “Ναι, τώρα να έρθουν οι καθηγητές και να μας μιλήσουν και να μας ενημερώσουν, δεν νομίζω.”. 3. “Όχι.” (Δεν έχει ενημερωθεί από κάποιον επίσημο φορέα).</p>	<p>48 1. “Νομίζω σε καθηγητή που εμπιστεύομαι. Είναι 2-3 καθηγητές που εμπιστεύομαι πάρα πολύ και σίγουρα μετά άμα και σίγουρα μετά άμα προχωρούσε πάρα πολύ αυτό, προφανώς στους γονείς μου.” (Σχετικά με το σε ποιον θα προτιμούσε να μιλήσει σε περίπτωση που έπεφτε θύμα κακοποιητικής συμπεριφοράς στα ΜΚΔ). 2. “Έχω μεγαλύτερη εμπιστοσύνη, γιατί κυρίως δε συζητώ πολλά πράγματα με τους γονείς μου, γιατί δεν είμαι πολύ κοντά με τους γονείς μου. Είναι πιστεύω και οι ηλικίες που είναι... Δηλαδή ο μπαμπάς μου, μπορεί να μοιάζει, κυριολεκτικά μπορεί να μοιάζει με 40, μπορεί και μικρότερος από 40 και είναι 53, δηλαδή τι να συζητήσω μαζί του; Νιώθω άβολα να το συζητήσω. Αλλά όταν υπάρχει πρόβλημα, πιστεύω ότι ναι.”.</p>

<p>KZKB3</p>	<p>49 1. "Ναι, αρκετές φορές έτυχε." (Έχει έρθει αντιμετώπιση με δυσάρεστες συμπεριφορές στα ΜΚΔ). 2. "Το μόνο που μου έχει τύχει είναι ας πούμε να με προσεγγίζουν ψεύτικα προφίλ και να προσπαθούν να με κοροϊδέψουνε, κάτι τέτοιο." 3. "Ε όχι τόσο σοβαρό όχι. Γιατί συνήθως δεν απαντώ ποτέ στα αιτήματα ειδικά από τέτοια προφίλ." 4. "Δεν ξέρω, μπορεί και να φοβόμουν είναι η αλήθεια και να ντρεπόμουν, ίσως." (Σχετικά με το εάν θα προχωρούσε σε καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος εάν συνέβαινε κάποιο σοβαρό περιστατικό στα ΜΚΔ). 5. "Όχι, δε θυμάμαι ποτέ να κάνω κάτι τέτοιο." (Σχετικά με το εάν υπήρχε ποτέ η ίδια θύτης).</p>	<p>50 1. "Ναι, μου το λένε συχνά. Ειδικά όταν ήμουν μικρή μου μιλούσαν συνέχεια γι' αυτό."</p>	<p>51 1. "Από το σχολείο όχι, δεν μας έχουν πει ποτέ τίποτα..". 2. "Α, ναι, ναι εντάξει, μπορεί μερικές φορές να μας το λένε αλλά όχι...Μπορεί να μη δίνουν πολλή βάση σε αυτό..".</p>	<p>52 1. "Σίγουρα στην κολλητή μου και μετά αν ήταν κάτι πολύ σοβαρό θα το έλεγα και στην οικογένειά μου."</p>
<p>KKKB3</p>	<p>53 1. "Όχι." (Δεν έχει αντιμετωπίσει ποτέ κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα ΜΚΔ). 2. "Ναι, σίγουρα." (Θα προχωρούσε σε καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος σε περίπτωση κάποιου σοβαρού περιστατικού στα ΜΚΔ). 3. "Όχι δεν έχει υπάρξει θύτης".</p>	<p>54 1. "Ναι."</p>	<p>55 1. "Ναι."</p>	<p>56 1. "Αναλόγως και τον βαθμό που ήταν ας πούμε. Δηλαδή άμα σε εκβίαζε κι όλ' αυτά σίγουρα στους γονείς, τώρα άμα ήταν κάτι πιο απλό άμα σου έστειλε απλά ένα μήνυμα ή κάτι τέτοιο ίσως να το αντιμετώπιζες πρώτα εσύ και μετά να απευθυνόσουν στους γονείς."</p>
<p>KKEB3</p>	<p>57 1. "Όχι." (Σχετικά με το εάν έχει αντιμετωπίσει κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα ΜΚΔ). 2. "Θα μπορούσε, ναι." (Σχετικά με το εάν θα προχωρούσε σε καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος εάν αντιμετώπιζε κάποια</p>	<p>58 1. "Ναι..".</p>	<p>59 1. "Νομίζω πως όχι."</p>	<p>60 1. "Νομίζω στην κολλητή μου και μετά στους γονείς μου."</p>

	κακοποιητική συμπεριφορά στα ΜΚΔ). 3. "Όχι." (Δεν έχει υπάρξει η ίδια θύτης).			
ΚΜΗΑ3	61 1. "Όχι, προσωπικά. Έχω ακούσει πολλά." (Σχετικά με το εάν έχει υπάρξει θύμα κακοποιητικής συμπεριφοράς στα ΜΚΔ). 2. "Ναι. Μια δήλωση, κάτι. Και σίγουρα θα το έλεγα και στους συμμαθητές μου, στους φίλους μου για να είναι κι αυτοί ενήμεροι." (Σχετικά με το εάν θα προχωρούσε σε καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος εάν αντιμετώπιζε κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα ΜΚΔ). 3. "Όχι, όχι." (Δεν έχει υπάρξει η ίδια θύτης).	62 1. "Καί απ' την οικογένειά μου, είναι πολύ σημαντικό θέμα..." 2. "Ωραία, εγώ δεν είμαι απ' αυτούς που θ' ανεβάσουνε συνέχεια και θα περιμένουν έτσι μια ανταπόκριση από το κοινό, πρόσφατα έκανα Instagram, οι γονείς μου δεν μου επέτρεπαν να κάνω Instagram μέχρι την ηλικία που έχω φτάσει τώρα, διότι ξέρανε και τους κινδύνους και την πώρωση που παθαίνουν τα παιδιά, παρ' όλ' αυτά με είχαν αφήσει να κάνω TikTok, αξιοπερίεργο, δεν ξέρω πώς τα κατάφεραν."	63 1. "...καί απ' το σχολείο."	64 1. "Σίγουρα πρώτα στους γονείς μου και μετά σιγά σιγά θα το πηγαίναμε αν συνέχιζε και σε έτσι πιο αρμόδιους."
ΚΝΛΓ3	65 1. "Όχι, το σταματάω." (Σχετικά με το εάν έχει υπάρξει θύμα κακοποιητικής συμπεριφοράς στα ΜΚΔ). 2. "Ναι, να μου κάνουν αίτημα, να μου στείλουν μήνυμα και να τον μπλοκάρω, αφού δω το μήνυμα.". 3. "Ναι, το ανέφερα. Στους φίλους μου.". 3. "Αν ήταν, ναι, αν μου έλεγε πού μένεις, ξέρω τα πάντα σου, εκεί ναι." (Σχετικά με το εάν θα προχωρούσε σε καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος εάν αντιμετώπιζε κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα ΜΚΔ). 4. "Όχι." (Δεν έχει υπάρξει η ίδια θύτης).	66 1. "Όχι."	67 1. "Ναι, έχει πολλά χρόνια πριν."	68 1. "Με τους φίλους μου" (συζήτησε κάποιο περιστατικό κακοποιητικής συμπεριφοράς που της συνέβη στα ΜΚΔ).

<p style="text-align: center;">ΚΣΜΒ2</p>	<p>69 1. “Ναι, έχει τύχει.”. (Σχετικά με το εάν έχει υπάρξει θύμα κακοποιητικής συμπεριφοράς στα ΜΚΔ). 2. “Συμβαίνει πολύ... Εγώ πλέον νομίζω ότι ειδικά στον γυναικείο πληθυσμό, η πλειοψηφία το αντιμετωπίζει αυτό. Προχθές τώρα ήταν ένας που μου ζητούσε να του στείλω γυμνές. Μία μέρα ήταν ένας από Κατερίνη, μου φαινόταν και φυσιογνωμικά γνωστός αλλά δεν παίρνω κι όρκο ότι τον έχω δει, αλλά κάτι μου θύμιζε το πρόσωπο που μου έστελνε μηνύματα χυδαίου περιεχομένου.”. 3. “Ναι. Έχει τύχει, τώρα αυτό δεν ξέρω αν θεωρείται cybebullying, να είμαι, ήμουν με μια φίλη μου στη θάλασσα κι εμείς καθόμασταν στις ξαπλώστρες, μιλούσαμε, είχε τύχει, να έτσι βγάζαμε και μία selfie και είχε έρθει μία παρέα, τώρα αυτοί ήταν πάνω από 25 και μας τράβηξε βίντεο, εμείς δεν το είχαμε δει, και μας απειλούσαν ότι θα το ανεβάσουν. Και είχαμε φιλοσκοτωθεί εκείνη τη μέρα αλλά εντάξει.”. 4. “Η να μου στείλουν εμένα γυμνές.”. 5. “Δίωξη ηλεκτρονικού εγκλήματος θεωρείται αν στην εφαρμογή που τον έχω τον άλλο τον κάνω αναφορά;”. 6. “Ναι, νομίζω δεν πρέπει να ντρεπόμαστε γι' αυτό.” (Σχετικά με το εάν θα προχωρούσε σε καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος εάν αντιμετωπίζε κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα</p>	<p>70 1. “Και με τη μαμά και το μπαμπά τα 'χω συζητήσει. Αυτό το οποίο θεωρώ ότι αξίζει να σημειωθεί είναι ότι με τη μαμά κιάλας είχαμε παρακολουθήσει και κάποια ντοκιμαντέρ κάποτε, ο αδερφός της μαμάς μου, ο θείος μου, αυτός ο άνθρωπος είναι μέσα σ' όλα, δεν ξέρω πώς τα καταφέρνει, ε και μία μέρα πώς το συζητούσαμε και τώρα δεν κατάλαβα, ένας γνωστός του έκανε κάτι σαν έρευνα; Μου το είχε στείλει να το διαβάσω, δηλαδή ασχολήθηκε...”</p>	<p>71 1. “Όχι ιδιαίτερα. Και είναι στενάχωρο αυτό. Απλά αυτό τώρα δεν νομίζω ότι απαραίτητα ανταποκρίνεται στην ερώτηση, είναι ότι έχει τύχει με καθηγητές που μπορεί να είναι γνωστοί, οικογενειακοί φίλοι...”. 2. “Εντάξει, για να μην είμαι και εντελώς άδικη. Ήτανε τότε που ήταν οι θεματικές εβδομάδες, είχε έρθει μια κυρία που μας μιλούσε γενικά για γυναικολογικά θέματα κυρίως αλλά μας είχε πει ότι κυρίως οι σχέσεις, δεν στέλνουμε, δεν κάνουμε πράγματα που δε θέλουμε και κυρίως σε πλαίσια διαδικτυακά.”. 3. “Εντάξει, είναι κι αυτό κάτι, είναι κι αυτό απλά έχω την αίσθηση, τώρα δεν είναι ότι θέλω να κατηγορήσω το σχολείο, αλλά ότι η ελληνική κοινότητα τα αντιμετωπίζει όλα αυτά τα θέματα σαν προκαταλήψεις.”. 4. “Και θεωρώ ότι θα 'πρεπε να μας έχουν κάνει κάνα δυο ενημερώσεις παραπάνω.”</p>	<p>72 1. “Ναι, ναι.” (Σχετικά με το εάν έχει συζητήσει τις επικίνδυνες συμπεριφορές που έχει συναντήσει στα ΜΚΔ με τους γονείς της). 2. “Νομίζω με τη μαμά μου. Ή με κάποιον πολύ κοντινό μου, πώς να στο πω τώρα, η κολλητή της μαμάς μου, τώρα θ' αρχίσω να μιλάω πάλι, εμείς από μωρά νομίζαμε ότι η κολλητή της μαμάς μου είναι θεία μας, μάθαμε ότι ήταν η θεία Μαρία όμως τώρα έχει 5 χρόνια που μάθαμε ότι δεν έχουμε κάποια συγγένεια, εγώ αυτό τον άνθρωπο τον νιώθω πολύ πιο θεία μου κι από...”. 3. “Ναι. Δηλαδή είχε τύχει κάτι μια φορά και η μαμά ήταν στη λαϊκή, δεν μπορούσε να μιλήσει και ήταν ο πρώτος άνθρωπος που πήρα τηλέφωνο, η θεία Μαρία.”</p>
---	--	---	--	--

	ΜΚΔ). 7. “Όχι.” (Δεν έχει υπάρξει η ίδια θύτης).			
ΚΤΣΑ4	<p>73 1. “Όχι.” (Σχετικά με το εάν έχει αντιμετωπίσει κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα ΜΚΔ). 2. “Πάρα πολύ εύκολα. Ναι, δεν είμαι ένας άνθρωπος που θα κάτσει να το σκεφτεί αυτό ή όταν συμβεί σε κάποιον άλλο θα είμαι απλά κατευθείαν να το κάνει. Δεν θα σκεφτώ συναισθηματικά σε τέτοια θέματα, γιατί ήδη τον έχει πληγώσει τον άλλο, του έχει κάνει κάποιο κακό, οπότε δεν υπάρχει λόγος να το σκεφτείς.” (Σχετικά με το εάν θα προχωρούσε σε καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος εάν αντιμετώπιζε κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα ΜΚΔ). 3. “Όχι. Δεν θα κάτσω ποτέ να το αναλύσω απ’ τα social media, θα πάω να το πω μπροστά του ό,τι και να είναι. Δεν θα το συζητήσω εκεί. Δεν είμαι άνθρωπος ο οποίος θα τα πει και θα κρυφτεί πίσω από ένα</p>	<p>74 1. “Πολύ πριν καν πάρω κινητό. Κινητό πήρα πρόσφατα από την Α’ γυμνασίου οπότε είμαι καινούρια και δεν ήθελα γενικά, αλλά εντάξει, λίγο επειδή το χρειαζόμουν κιόλας για να επικοινωνώ, γιατί οι περισσότεροι είχαν Instagram κτλ., οπότε γενικά με είχαν ενημερώσει κι ότι «Μην ακολουθείς» κτλ. αλλά δεν μπορώ να ακολουθήσω κάποιον που δεν ξέρω οπότε...”</p>	<p>75 1. “Όχι”.</p>	<p>76 1. “Στην οικογένειά μου και στους φίλους μου αργότερα και...”. 2. “Ναι. Θεωρώ ότι θα ήταν τα πρώτα πρόσωπα τα οποία θα συνειδητοποιούσαν ότι κάτι θα είχε γίνει. Ιδίως η μαμά μου, είναι ψυχολόγος, οπότε...”</p>

	κινητό, θα πάω και θα τα πω μπροστά του, «Γιατί, ας πούμε, το 'κανες αυτό; Δεν ήταν καλό.»» (Δεν έχει υπάρξει η ίδια θύτης).			
Κωδικοί	1. Καμία επαφή με κακοποιητικές συμπεριφορές κατά τη χρήση των ΜΚΔ	1. Ενημέρωση εφήβων από τους γονείς σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ	1. Καμία ενημέρωση των μαθητών από το σχολείο σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ	1. Αμφιβολία σχετικά με του πού θα απευθυνθούν πρωτίστως οι έφηβοι σε περίπτωση που αντιμετωπίσουν κακοποιητικές συμπεριφορές στα ΜΚΔ
	2. Σε περίπτωση που οι έφηβοι αντιμετωπίσουν κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα ΜΚΔ, αντιδρούν με διαγραφή, αποκλεισμό και αναφορά στο θύτη	2. Κάποιες φορές οι γονείς εφιστούν την προσοχή στα παιδιά τους σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ	2. Πλημμελής ενημέρωση των μαθητών από το σχολείο σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ	2. Πιθανόν ο έφηβος να αντιμετωπίσει μόνος του κακοποιητικές συμπεριφορές που ενδέχεται να συναντήσει στα ΜΚΔ
	3. Ο έφηβος δεν έχει υπάρξει θύτης	3. Και οι δύο γονείς συζητούν για την ορθή χρήση των ΜΚΔ με τα παιδιά τους	3. Ενημέρωση των μαθητών από το σχολείο σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ	3. Οι έφηβοι δεν επιλέγουν να απευθυνθούν πρώτα στους γονείς τους, αν και γνωρίζουν πως αυτή θα ήταν η σωστή αντίδραση
	4. Οι έφηβοι προσπαθούν να προφυλάσσονται από άτομα που επιχειρούν να τους βλάψουν στα ΜΚΔ	4. Οι γονείς συμβουλεύουν τα παιδιά να αποφεύγουν τις κακοτοπιές στα ΜΚΔ	4. Οι μαθητές δε δείχνουν ενδιαφέρον σε ενημερωτικές δράσεις των σχολείων που αφορούν στην ορθή χρήση των ΜΚΔ	4. Οι περισσότεροι έφηβοι προσπαθούν να αντιμετωπίσουν μόνοι τους κακοποιητικές συμπεριφορές που αντιμετωπίζουν στα ΜΚΔ
	5. Ιδιωτικό προφίλ στα ΜΚΔ	5. Δε διαφαίνεται να υπάρχει επαρκής ενημέρωση από τους γονείς σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ	5. Οι ενημερωτικές δράσεις των σχολείων όσον αφορά στην ορθή χρήση των ΜΚΔ βοηθούν στη βελτίωση και την ωριμότητα των μαθητών	5. Οι έφηβοι θα συζητήσουν με τους γονείς τους σε περίπτωση που πέσουν θύματα κακοποιητικής συμπεριφοράς στα ΜΚΔ
	6. Αυστηρή επιλογή διαδικτυακών φίλων	6. Οι έφηβοι στηρίζονται στις δικές τους δυνάμεις για να προφυλαχθούν από τις κακοτοπιές στα ΜΚΔ	6. Οι μαθητές έχουν δυσάρεστα συναισθήματα σχετικά με την έλλειψη ενημέρωσης από το σχολείο όσον αφορά στην ορθή χρήση των ΜΚΔ	6. Πρωτίστως θα συζητήσουν μία κακοποιητική συμπεριφορά με ψυχίατρο/ψυχολόγο

	7. Καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος σε περίπτωση θυματοποίησης στα ΜΚΔ	7. Πλημμελής ενημέρωση από τους γονείς σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ σε μικρή ηλικία	7. Το σχολείο αντιμετωπίζει με προκατάληψη ζητήματα, όπως η χρήση των ΜΚΔ	7. Οι γονείς αποτελούν τη δεύτερη επιλογή σε πρόσωπα με τα οποία θα συζητούσαν μια κακοποιητική συμπεριφορά που αντιμετωπίζουν στα ΜΚΔ
	8. Πιθανότητα να έχει υπάρξει ο έφηβος θύτης, ακόμα κι εν αγνοία του	8. Οι γονείς εφιστούν συνεχώς την προσοχή στα παιδιά τους σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ	8. Οι μαθητές δε θεωρούν, πως το σχολείο δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα στην ορθή χρήση των ΜΚΔ	8. Οι έφηβοι αξιολογούν τη σοβαρότητα του περιστατικού που αντιμετωπίζουν στα ΜΚΔ και μετά επιλέγουν σε ποιον θα απευθυνθούν πρώτα.
	9. Μη καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος σε περίπτωση θυματοποίησης στα ΜΚΔ	9. Καμία ενημέρωση από τους γονείς σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ	9. Το σχολείο όφειλε να κάνει περισσότερες ενημερωτικές δράσεις σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ	9. Σε ένα σοβαρό περιστατικό κακοποιητικής συμπεριφοράς θα το συζητούσαν πρώτα με τους γονείς
	10. Εμπιστοσύνη στον εαυτό του για την επίλυση προβλημάτων που προκύπτουν κατά τη χρήση των ΜΚΔ	10. Διαρκής ενημέρωση των εφήβων από τους γονείς τους σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ		10. Οι έφηβοι θα συζητήσουν κάποιο περιστατικό κακοποιητικής συμπεριφοράς με τους φίλους τους
	11. Προσέγγιση εφήβου μέσω ΜΚΔ με σκοπό την οικονομική εκμετάλλευση	11. Οι γονείς δεν επέτρεπαν τη χρήση των ΜΚΔ στα παιδιά τους εξαιτίας των πιθανών κινδύνων και του πιθανού εθισμού		11. Οι έφηβοι θα συζητήσουν κάποιο περιστατικό κακοποιητικής συμπεριφοράς με κάποιον καθηγητή που εμπιστεύονται
	12. Αντιμέτωπιση κακοποιητικής συμπεριφοράς στα ΜΚΔ σχετικά με την εξωτερική εμφάνιση του εφήβου	12. Ενημέρωση των εφήβων σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ από το ευρύτερο οικογενειακό περιβάλλον		12. Οι έφηβοι θα συζητήσουν μια κακοποιητική συμπεριφορά στα ΜΚΔ πρώτα με τους φίλους τους
	13. Συζήτηση του περιστατικού με συνομιλήκους του			13. Οι έφηβοι θα απευθυνθούν στους γονείς τους σε περίπτωση που δε βρουν κάποια λύση με τους φίλους τους
	14. Ο έφηβος έχει υπάρξει θύτης			14. Οι έφηβοι θα απευθυνθούν στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος για κάποιο σοβαρό περιστατικό
	15. Στοιχείο και challenge ήταν οι αιτίες για την κακοποιητική συμπεριφορά που ανέπτυξε στα ΜΚΔ ο έφηβος			15. Σε περίπτωση αντιμετώπισης κακοποιητικής συμπεριφοράς στα ΜΚΔ ο πατέρας του εφήβου επεμβαίνει και δίνει τη λύση

	16. Ο έφηβος οδηγήθηκε στη δικαιοσύνη ως θύτης			16. Ο έφηβος θα το συζητήσει με τη μητέρα του σε περίπτωση που πέσει θύμα κακοποιητικής συμπεριφοράς στα ΜΚΔ
	17. Γίνονται συχνά παρεξηγήσεις στα ΜΚΔ μεταξύ των εφήβων εξαιτίας κάποιας πλάκας			17. Οι έφηβοι θα απευθυνθούν στους γονείς τους σε περίπτωση που δε βρουν κάποια λύση με τους καθηγητές τους
	18. Η αιτία της κακοποιητικής συμπεριφοράς που ανέπτυξε ο έφηβος στα ΜΚΔ είναι προσωπικά θέματα διαχείρισης θυμού			18. Υπάρχει έλλειψη εμπιστοσύνης στους γονείς, λόγω της μεγάλης ηλικίας τους
	19. Λύση προβλημάτων εξαιτίας κακοποιητικών συμπεριφορών στα ΜΚΔ με δια ζώσης συζήτηση και απολογία του θύτη			19. Οι έφηβοι δεν νιώθουν άνετα να μιλήσουν για τέτοιου είδους ζητήματα με τους γονείς τους
	20. Η έφηβη έχει πέσει θύμα χλευασμού στα ΜΚΔ, ωστόσο δεν έδωσε ιδιαίτερη σημασία			20. Ο έφηβος θα το συζητήσει με κάποιο κοντινό του πρόσωπο σε περίπτωση που πέσει θύμα κακοποιητικής συμπεριφοράς στα ΜΚΔ
	21. Προσπάθεια προσέγγισης από ψεύτικα προφίλ			
	22. Αντιμετώπιση περιπτώσεων κακοποιητικών συμπεριφορών ή διαδικτυακής απάτης με αγνόηση των θυτών			
	23. Αμφιβολία για την περίπτωση καταγγελίας στη Δίωξη Ηλεκτρονικού εγκλήματος σε περίπτωση αντιμετώπισης κάποιας κακοποιητικής συμπεριφοράς στα ΜΚΔ, εξαιτίας του αισθήματος της ντροπής			
	24. Τα κορίτσια θυματοποιούνται πολύ πιο συχνά στα ΜΚΔ σε σχέση με τα αγόρια			

	25. Προσπάθεια προσέγγισης της ανήλικης μαθήτριας με χυδαία μηνύματα στα ΜΚΔ			
	26. Άγνοια των εφήβων, σχετικά με τη διαδικασία καταγγελίας στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος			

Σχόλια

Ερευνητικό Ερώτημα 5

1. Georgia Panagiotidou

1 Φεβρουαρίου 2023 - 9:06:48 μμ

Κωδικοί:

1. Καμία επαφή με κακοποιητικές συμπεριφορές κατά τη χρήση των ΜΚΔ

2. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 4:10:21 μμ

Κωδικοί:

1. Ενημέρωση εφήβων από τους γονείς σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ
2. Κάποιες φορές οι γονείς εφιστούν την προσοχή στα παιδιά τους σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ
3. Και οι δύο γονείς συζητούν για την ορθή χρήση των ΜΚΔ με τα παιδιά τους

3. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 5:26:27 μμ

Κωδικοί:

1. Καμία ενημέρωση των μαθητών από το σχολείο σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

4. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 6:09:19 μμ

1. Αμφιβολία σχετικά με του πού θα απευθυνθούν πρωτίστως οι έφηβοι σε περίπτωση που αντιμετωπίσουν κακοποιητικές συμπεριφορές στα ΜΚΔ
2. Πιθανόν ο έφηβος να αντιμετωπίσει μόνος του κακοποιητικές συμπεριφορές που ενδέχεται να συναντήσει στα ΜΚΔ
3. Οι έφηβοι δεν επιλέγουν να απευθυνθούν πρώτα στους γονείς τους, αν και γνωρίζουν πως αυτή θα ήταν η σωστή αντίδραση
4. Οι περισσότεροι έφηβοι προσπαθούν να αντιμετωπίσουν μόνοι τους κακοποιητικές συμπεριφορές που αντιμετωπίζουν στα ΜΚΔ

5. Georgia Panagiotidou

2 Φεβρουαρίου 2023 - 5:21:24 μμ

Κωδικοί:

1. Σε περίπτωση που οι έφηβοι αντιμετωπίσουν κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα ΜΚΔ, αντιδρούν με διαγραφή, αποκλεισμό και αναφορά στο θύτη
2. Άγνοια των εφήβων, σχετικά με τη διαδικασία καταγγελίας στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος
3. Ο έφηβος δεν έχει υπάρξει θύτης
4. Οι έφηβοι προσπαθούν να προφυλάσσονται από άτομα που επιχειρούν να τους βλάψουν στα ΜΚΔ
5. Ιδιωτικό προφίλ στα ΜΚΔ
6. Αυστηρή επιλογή διαδικτυακών φίλων

6. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 4:15:24 μμ

Κωδικοί:

1. Οι γονείς συμβουλεύουν τα παιδιά να αποφεύγουν τις κακοποιίες στα ΜΚΔ
2. Δε διαφαίνεται να υπάρχει επαρκής ενημέρωση από τους γονείς σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ
3. Οι έφηβοι στηρίζονται στις δικές τους δυνάμεις για να προφυλαχθούν από τις κακοποιίες στα ΜΚΔ

7. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 5:27:44 μμ

Κωδικοί:

1. Καμία ενημέρωση των μαθητών από το σχολείο σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

8. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 9:51:26 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι θα συζητήσουν με τους γονείς τους σε περίπτωση που πέσουν θύματα κακοποιητικής συμπεριφοράς στα ΜΚΔ
2. Πρωτίστως θα συζητήσουν μία κακοποιητική συμπεριφορά με ψυχίατρο/ψυχολόγο
3. Οι γονείς αποτελούν τη δεύτερη επιλογή σε πρόσωπα με τα οποία θα συζητούσαν μία κακοποιητική συμπεριφορά που αντιμετωπίζουν στα ΜΚΔ

9. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 10:48:40 πμ

Κωδικοί:

1. Καμία επαφή με κακοποιητικές συμπεριφορές κατά τη χρήση των ΜΚΔ
2. Καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος σε περίπτωση θυματοποίησης στα ΜΚΔ
3. Πιθανότητα να έχει υπάρξει ο έφηβος θύτης, ακόμα κι εν αγνοία του

Ερευνητικό Ερώτημα 5

10. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 4:18:12 μμ

Κωδικός:

1. Πλημμελής ενημέρωση από τους γονείς σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ σε μικρή ηλικία

11. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 5:28:06 μμ

Κωδικός:

1. Καμία ενημέρωση των μαθητών από το σχολείο σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

12. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 9:55:19 μμ

Κωδικός:

1. Οι έφηβοι αξιολογούν τη σοβαρότητα του περιστατικού που αντιμετωπίζουν στα ΜΚΔ και μετά επιλέγουν σε ποιον θα απευθυνθούν πρώτα.
2. Σε ένα σοβαρό περιστατικό κακοποιητικής συμπεριφοράς θα το συζητούσαν πρώτα με τους γονείς

13. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 10:50:59 πμ

Κωδικός:

1. Καμία επαφή με κακοποιητικές συμπεριφορές κατά τη χρήση των ΜΚΔ
2. Καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος σε περίπτωση θυματοποίησης στα ΜΚΔ
3. Ο έφηβος δεν έχει υπάρξει θύτης

14. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 4:19:00 μμ

Κωδικός:

1. Ενημέρωση εφήβων από τους γονείς τους σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

15. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 5:28:36 μμ

Κωδικός:

1. Πλημμελής ενημέρωση των μαθητών από το σχολείο σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

16. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 9:57:06 μμ

Κωδικός:

1. Οι έφηβοι θα συζητήσουν κάποιο περιστατικό κακοποιητικής συμπεριφοράς με τους φίλους τους

17. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 10:52:34 πμ

Κωδικός:

1. Καμία επαφή με κακοποιητικές συμπεριφορές κατά τη χρήση των ΜΚΔ
2. Μη καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος σε περίπτωση θυματοποίησης στα ΜΚΔ
3. Εμπιστοσύνη στον εαυτό του για την επίλυση προβλημάτων που προκύπτουν κατά τη χρήση των ΜΚΔ
4. Ο έφηβος δεν έχει υπάρξει θύτης

18. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 4:28:07 μμ

Κωδικός:

1. Ενημέρωση εφήβων από τους γονείς τους σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

19. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 5:29:08 μμ

Κωδικός:

1. Ενημέρωση των μαθητών από το σχολείο σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

20. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 9:58:10 μμ

1. Οι έφηβοι θα συζητήσουν με τους γονείς τους σε περίπτωση που πέσουν θύματα κακοποιητικής συμπεριφοράς στα ΜΚΔ
2. Οι έφηβοι θα συζητήσουν κάποιο περιστατικό κακοποιητικής συμπεριφοράς με τους φίλους τους

21. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 10:56:21 πμ

Κωδικός:

1. Προσέγγιση εφήβου μέσω ΜΚΔ με σκοπό την οικονομική εκμετάλλευση
2. Εμπιστοσύνη στον εαυτό του για την επίλυση προβλημάτων που προκύπτουν κατά τη χρήση των ΜΚΔ

Ερευνητικό Ερώτημα 5

3. Καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος σε περίπτωση θυματοποίησης στα ΜΚΔ
4. Ο έφηβος δεν έχει υπάρξει θύτης

22. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 4:50:09 μμ

Κωδικοί:

1. Πλημμελής ενημέρωση από τους γονείς σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ σε μικρή ηλικία

23. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 5:29:33 μμ

Κωδικοί:

1. Καμία ενημέρωση των μαθητών από το σχολείο σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

24. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 9:59:42 μμ

Κωδικοί:

1. Πιθανόν ο έφηβος να αντιμετωπίσει μόνος του κακοποιητικές συμπεριφορές που ενδέχεται να συναντήσει στα ΜΚΔ

25. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 11:06:14 πμ

Κωδικοί:

1. Αντιμετώπιση κακοποιητικής συμπεριφοράς στα ΜΚΔ σχετικά με την εξωτερική εμφάνιση του εφήβου
2. Συζήτηση του περιστατικού με συνομιλήκούς του
3. Καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος σε περίπτωση θυματοποίησης στα ΜΚΔ
4. Ο έφηβος δεν έχει υπάρξει θύτης

26. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 4:52:03 μμ

Κωδικοί:

1. Και οι δύο γονείς συζητούν για την ορθή χρήση των ΜΚΔ με τα παιδιά τους
2. Οι γονείς εφιστούν συνεχώς την προσοχή στα παιδιά τους σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

27. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 5:29:42 μμ

Κωδικοί:

1. Καμία ενημέρωση των μαθητών από το σχολείο σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

28. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 10:01:24 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι θα συζητήσουν με τους γονείς τους σε περίπτωση που πέσουν θύματα κακοποιητικής συμπεριφοράς στα ΜΚΔ
2. Οι έφηβοι θα συζητήσουν κάποιο περιστατικό κακοποιητικής συμπεριφοράς με τους φίλους τους
3. Οι έφηβοι θα συζητήσουν κάποιο περιστατικό κακοποιητικής συμπεριφοράς με κάποιον καθηγητή που εμπιστεύονται

29. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 11:10:30 πμ

Κωδικοί:

1. Καμία επαφή με κακοποιητικές συμπεριφορές κατά τη χρήση των ΜΚΔ
2. Μη καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος σε περίπτωση θυματοποίησης στα ΜΚΔ
3. Ο έφηβος έχει υπάρξει θύτης
4. Στοίχημα και challenge ήταν οι αιτίες για την κακοποιητική συμπεριφορά που ανέπτυξε στα ΜΚΔ ο έφηβος
5. Οδηγήθηκε στη δικαιοσύνη γι'αυτήν τη συμπεριφορά του

30. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 4:55:21 μμ

Κωδικοί:

1. Ενημέρωση εφήβων από τους γονείς τους σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

31. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 5:29:54 μμ

Κωδικοί:

1. Καμία ενημέρωση των μαθητών από το σχολείο σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

32. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 10:03:19 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι θα συζητήσουν μία κακοποιητική συμπεριφορά στα ΜΚΔ πρώτα με τους φίλους τους

Ερευνητικό Ερώτημα 5

2. Οι έφηβοι θα απευθυνθούν στους γονείς τους σε περίπτωση που δε βρουν κάποια λύση με τους φίλους τους
3. Οι έφηβοι νιώθουν μεγαλύτερη άνεση να συζητούν τέτοιου είδους θέματα με τους συνομηλίκους τους

33. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 11:13:45 πμ

Κωδικοί:

1. Καμία επαφή με κακοποιητικές συμπεριφορές κατά τη χρήση των ΜΚΔ
2. Ο έφηβος δεν έχει υπάρξει θύτης ούτε σε επίπεδο "πλάκας"

34. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 4:56:29 μμ

Κωδικοί:

1. Δε διαφαίνεται να υπάρχει επαρκής ενημέρωση από τους γονείς σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ
2. Οι έφηβοι στηρίζονται στις δικές τους δυνάμεις για να προφυλαχθούν από τις κακοτοπιές στα ΜΚΔ

35. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 5:30:23 μμ

Κωδικοί:

1. Πλημμελής ενημέρωση των μαθητών από το σχολείο σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

36. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 10:06:24 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι θα συζητήσουν μία κακοποιητική συμπεριφορά στα ΜΚΔ πρώτα με τους φίλους τους
2. Οι έφηβοι αξιολογούν τη σοβαρότητα του περιστατικού που αντιμετωπίζουν στα ΜΚΔ και μετά επιλέγουν σε ποιον θα απευθυνθούν πρώτα.
3. Οι έφηβοι θα απευθυνθούν στους γονείς τους σε περίπτωση που δε βρουν κάποια λύση με τους φίλους τους
4. Οι έφηβοι θα απευθυνθούν στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος για κάποιο σοβαρό περιστατικό

37. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 11:16:29 πμ

Κωδικοί:

1. Αντιμέτωπη κακοποιητικής συμπεριφοράς στα ΜΚΔ σχετικά με την εξωτερική εμφάνιση του εφήβου
2. Καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος σε περίπτωση θυματοποίησης στα ΜΚΔ
3. Ο έφηβος έχει υπάρξει θύτης
4. Στόιχημα και challenge είναι οι αιτίες για την κακοποιητική συμπεριφορά που ανέπτυξε στα ΜΚΔ ο έφηβος
5. Γίνονται συχνά παρεξηγήσεις στα ΜΚΔ μεταξύ των εφήβων εξαιτίας κάποιων πλάκας

38. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 4:58:23 μμ

Κωδικοί:

1. Ενημέρωση εφήβων από τους γονείς τους σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

39. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 5:30:46 μμ

Κωδικοί:

1. Ενημέρωση των μαθητών από το σχολείο σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

40. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 10:09:09 μμ

Κωδικοί:

1. Σε περίπτωση αντιμετώπισης κακοποιητικής συμπεριφοράς στα ΜΚΔ ο πατέρας του εφήβου επεμβαίνει και δίνει τη λύση
2. Ο έφηβος θα το συζητήσει με τη μητέρα του σε περίπτωση που πέσει θύμα κακοποιητικής συμπεριφοράς στα ΜΚΔ

41. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 11:22:27 πμ

Κωδικοί:

1. Καμία επαφή με κακοποιητικές συμπεριφορές κατά τη χρήση των ΜΚΔ
2. Εμπιστοσύνη στον εαυτό του για την επίλυση προβλημάτων που προκύπτουν κατά τη χρήση των ΜΚΔ
3. Καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος σε περίπτωση θυματοποίησης στα ΜΚΔ
4. Ο έφηβος έχει υπάρξει θύτης
5. Η αιτία της κακοποιητικής συμπεριφοράς που ανέπτυξε ο έφηβος στα ΜΚΔ είναι προσωπικά θέματα διαχείρισης θυμού
6. Λύση προβλημάτων εξαιτίας κακοποιητικών συμπεριφορών στα ΜΚΔ με δια ζώσης συζήτηση και απολογία του θύτη

42. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 4:59:52 μμ

Κωδικοί:

Ερευνητικό Ερώτημα 5

1. Πλημμελής ενημέρωση από τους γονείς σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ σε μικρή ηλικία
2. Δε διαφαίνεται να υπάρχει επαρκής ενημέρωση από τους γονείς σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ
3. Επαρκέστερη ενημέρωση των εφήβων από το φροντιστήριο σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ σε σχέση με τους γονείς

43. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 5:31:23 μμ

Κωδικοί:

1. Ενημέρωση των μαθητών από το σχολείο σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ
2. Οι μαθητές δε δείχνουν ενδιαφέρον σε ενημερωτικές δράσεις των σχολείων που αφορούν στην ορθή χρήση των ΜΚΔ
3. Οι ενημερωτικές δράσεις των σχολείων όσον αφορά στην ορθή χρήση των ΜΚΔ βοηθούν στη βελτίωση και την ωριμότητα των μαθητών

44. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 10:38:15 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι θα συζητήσουν με τους γονείς τους σε περίπτωση που πέσουν θύματα κακοποιητικής συμπεριφοράς στα ΜΚΔ
2. Ο έφηβος θα το συζητήσει με τη μητέρα του σε περίπτωση που πέσει θύμα κακοποιητικής συμπεριφοράς στα ΜΚΔ
3. Οι έφηβοι αξιολογούν τη σοβαρότητα του περιστατικού που αντιμετωπίζουν στα ΜΚΔ και μετά επιλέγουν σε ποιον θα απευθυνθούν πρώτα.

45. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 11:29:19 πμ

Κωδικοί:

1. Καμία επαφή με κακοποιητικές συμπεριφορές κατά τη χρήση των ΜΚΔ
2. Ιδιωτικό προφίλ στα ΜΚΔ
3. Η έφηβη έχει πέσει θύμα χλευασμού στα ΜΚΔ, ωστόσο δεν έδωσε ιδιαίτερη σημασία
4. Καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος σε περίπτωση θυματοποίησης στα ΜΚΔ
5. Ο έφηβος δεν έχει υπάρξει θύτης

46. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 5:03:14 μμ

Κωδικοί:

1. Καμία ενημέρωση από τους γονείς σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

47. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 5:35:23 μμ

Κωδικοί:

1. Καμία ενημέρωση των μαθητών από το σχολείο σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

48. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 10:40:26 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι θα συζητήσουν κάποιο περιστατικό κακοποιητικής συμπεριφοράς πρώτα με κάποιον καθηγητή που εμπιστεύονται
2. Οι έφηβοι θα απευθυνθούν στους γονείς τους σε περίπτωση που δε βρουν κάποια λύση με τους καθηγητές τους
3. Υπάρχει έλλειψη εμπιστοσύνης στους γονείς, λόγω της μεγάλης ηλικίας τους
4. Οι έφηβοι δεν νιώθουν άνετα να μιλήσουν για τέτοιου είδους ζητήματα με τους γονείς τους

49. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 11:36:35 πμ

Κωδικοί:

1. Αντιμετώπιση κακοποιητικής συμπεριφοράς στα ΜΚΔ σχετικά με την εξωτερική εμφάνιση του εφήβου
2. Προσπάθεια προσέγγισης από ψεύτικα προφίλ
3. Αντιμετώπιση περιπτώσεων κακοποιητικών συμπεριφορών ή διαδικτυακής απάτης με αγνόηση των θυτών
4. Αμφιβολία για την περίπτωση καταγγελίας στη Δίωξη Ηλεκτρονικού εγκλήματος σε περίπτωση αντιμετώπισης κάποιας κακοποιητικής συμπεριφοράς στα ΜΚΔ, εξαιτίας του αισθήματος της ντροπής
5. Ο έφηβος δεν έχει υπάρξει θύτης

50. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 5:04:17 μμ

1. Διαρκής ενημέρωση των εφήβων από τους γονείς τους σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

51. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 5:35:51 μμ

Κωδικοί:

1. Καμία ενημέρωση των μαθητών από το σχολείο σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ
2. Οι μαθητές δε θεωρούν πως το σχολείο δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα στην ορθή χρήση των ΜΚΔ

Ερευνητικό Ερώτημα 5

52. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 10:46:03 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι θα συζητήσουν μία κακοποιητική συμπεριφορά στα ΜΚΔ πρώτα με τους φίλους τους
2. Οι έφηβοι αξιολογούν τη σοβαρότητα του περιστατικού που αντιμετωπίζουν στα ΜΚΔ και μετά επιλέγουν σε ποιον θα απευθυνθούν πρώτα.
3. Οι έφηβοι θα απευθυνθούν στους γονείς τους σε περίπτωση που δε βρουν κάποια λύση με τους φίλους τους

53. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 11:39:32 πμ

Κωδικοί:

1. Καμία επαφή με κακοποιητικές συμπεριφορές κατά τη χρήση των ΜΚΔ
2. Καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος σε περίπτωση θυματοποίησης στα ΜΚΔ
3. Ο έφηβος δεν έχει υπάρξει θύτης

54. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 5:05:11 μμ

Κωδικοί:

1. Ενημέρωση εφήβων από τους γονείς τους σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

55. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 5:37:01 μμ

Κωδικοί:

1. Ενημέρωση των μαθητών από το σχολείο σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

56. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 10:46:43 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι αξιολογούν τη σοβαρότητα του περιστατικού που αντιμετωπίζουν στα ΜΚΔ και μετά επιλέγουν σε ποιον θα απευθυνθούν πρώτα.
2. 1. Οι έφηβοι θα συζητήσουν με τους γονείς τους σε περίπτωση που πέσουν θύματα κακοποιητικής συμπεριφοράς στα ΜΚΔ
3. Πιθανόν ο έφηβος να αντιμετωπίσει μόνος του κακοποιητικές συμπεριφορές που ενδέχεται να συναντήσει στα ΜΚΔ

57. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 11:40:42 πμ

Κωδικοί:

1. Καμία επαφή με κακοποιητικές συμπεριφορές κατά τη χρήση των ΜΚΔ
2. Καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος σε περίπτωση θυματοποίησης στα ΜΚΔ
3. Ο έφηβος δεν έχει υπάρξει θύτης

58. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 5:05:17 μμ

Κωδικοί:

1. Ενημέρωση εφήβων από τους γονείς τους σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

59. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 5:37:20 μμ

Κωδικοί:

1. Καμία ενημέρωση των μαθητών από το σχολείο σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

60. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 10:49:40 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι θα συζητήσουν μία κακοποιητική συμπεριφορά στα ΜΚΔ πρώτα με τους φίλους τους
2. Οι έφηβοι θα απευθυνθούν στους γονείς τους σε περίπτωση που δε βρουν κάποια λύση με τους φίλους τους

61. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 11:43:12 πμ

Κωδικοί:

1. Καμία επαφή με κακοποιητικές συμπεριφορές κατά τη χρήση των ΜΚΔ
2. Καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος σε περίπτωση θυματοποίησης στα ΜΚΔ
3. Ενημέρωση των συνομηθικών σε περίπτωση θυματοποίησης στα ΜΚΔ, ώστε να προστατευθούν από αντίστοιχους κινδύνους
4. Ο έφηβος δεν έχει υπάρξει θύτης

62. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 5:05:52 μμ

Κωδικοί:

Ερευνητικό Ερώτημα 5

1. Ενημέρωση εφήβων από τους γονείς τους σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ
2. Οι γονείς δεν επέτρεπαν τη χρήση των ΜΚΔ στα παιδιά τους εξαιτίας των πιθανών κινδύνων και του πιθανού εθισμού

63. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 5:37:51 μμ

Κωδικοί:

1. Ενημέρωση των μαθητών από το σχολείο σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

64. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 10:50:39 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι θα συζητήσουν με τους γονείς τους σε περίπτωση που πέσουν θύματα κακοποιητικής συμπεριφοράς στα ΜΚΔ
2. Οι έφηβοι θα απευθυνθούν στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος για κάποιο σοβαρό περιστατικό

65. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 11:47:40 πμ

Κωδικοί:

1. Καμία επαφή με κακοποιητικές συμπεριφορές κατά τη χρήση των ΜΚΔ
2. Σε περίπτωση που οι έφηβοι αντιμετωπίσουν κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα ΜΚΔ, αντιδρούν με διαγραφή, αποκλεισμό και αναφορά στο θύτη
3. Καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος σε περίπτωση θυματοποίησης στα ΜΚΔ
4. Ο έφηβος δεν έχει υπάρξει θύτης

66. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 5:08:19 μμ

Κωδικοί:

1. Καμία ενημέρωση από τους γονείς σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

67. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 5:38:02 μμ

Κωδικοί:

1. Ενημέρωση των μαθητών από το σχολείο σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

68. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 11:25:06 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι θα συζητήσουν κάποιο περιστατικό κακοποιητικής συμπεριφοράς με τους φίλους τους

69. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 11:58:28 πμ

Κωδικοί:

1. Αντιμετώπιση κακοποιητικής συμπεριφοράς στα ΜΚΔ
2. Τα κορίτσια θυματοποιούνται πολύ πιο συχνά στα ΜΚΔ σε σχέση με τα αγόρια
3. Προσπάθεια προσέγγισης της ανήλικης μαθήτριας με χυδαία μηνύματα στα ΜΚΔ
4. Άγνοια των εφήβων, σχετικά με τη διαδικασία καταγγελίας στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος
5. Καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος σε περίπτωση θυματοποίησης στα ΜΚΔ
5. Ο έφηβος δεν έχει υπάρξει θύτης

70. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 5:08:45 μμ

Κωδικοί:

1. Και οι δύο γονείς συζητούν για την ορθή χρήση των ΜΚΔ με τα παιδιά τους
2. Ενημέρωση των εφήβων σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ από το ευρύτερο οικογενειακό περιβάλλον

71. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 5:39:31 μμ

Κωδικοί:

1. Καμία ενημέρωση των μαθητών από το σχολείο σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ
2. Οι μαθητές έχουν δυσάρεστα συναισθήματα σχετικά με την έλλειψη ενημέρωσης από το σχολείο όσον αφορά στην ορθή χρήση των ΜΚΔ
3. Πλημμελής ενημέρωση των μαθητών από το σχολείο σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ
4. Το σχολείο αντιμετωπίζει με προκατάληψη ζητήματα, όπως η χρήση των ΜΚΔ
5. Το σχολείο όφειλε να κάνει περισσότερες ενημερωτικές δράσεις σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

72. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 10:51:46 μμ

Κωδικοί:

Ερευνητικό Ερώτημα 5

1. Ο έφηβος θα το συζητήσει με τη μητέρα του σε περίπτωση που πέσει θύμα κακοποιητικής συμπεριφοράς στα ΜΚΔ
2. Ο έφηβος θα το συζητήσει με κάποιο κοντινό του πρόσωπο σε περίπτωση που πέσει θύμα κακοποιητικής συμπεριφοράς στα ΜΚΔ

73. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 12:02:35 μμ

Κωδικοί:

1. Καμία επαφή με κακοποιητικές συμπεριφορές κατά τη χρήση των ΜΚΔ
2. Καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος σε περίπτωση θυματοποίησης στα ΜΚΔ
3. Ο έφηβος δεν έχει υπάρξει θύτης

74. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 5:15:58 μμ

Κωδικοί:

1. Δε διαφαίνεται να υπάρχει επαρκής ενημέρωση από τους γονείς σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

75. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 5:51:12 μμ

Κωδικοί:

1. Καμία ενημέρωση των μαθητών από το σχολείο σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

76. Georgia Panagiotidou

3 Φεβρουαρίου 2023 - 10:53:58 μμ

Κωδικοί:

1. Οι έφηβοι θα συζητήσουν με τους γονείς τους σε περίπτωση που πέσουν θύματα κακοποιητικής συμπεριφοράς στα ΜΚΔ
2. Οι έφηβοι θα συζητήσουν κάποιο περιστατικό κακοποιητικής συμπεριφοράς με τους φίλους τους
3. Ο έφηβος θα το συζητήσει με τη μητέρα του σε περίπτωση που πέσει θύμα κακοποιητικής συμπεριφοράς στα ΜΚΔ

Υπόμνημα Ε'

Οι μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης φαίνεται πως έχουν μία σχετική συναίσθηση των κινδύνων που κρύβουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, γι' αυτό προσπαθούν στο μέτρο των ικανοτήτων τους και στο βαθμό που αντιλαμβάνονται και τα ίδια τα παιδιά, κάποιες δικλίδες ασφαλείας, όπως για παράδειγμα το ιδιωτικό προφίλ, ο περιορισμένος αριθμός διαδικτυακών φίλων, η μη αποδοχή αιτημάτων φιλίας από αγνώστους, η διαγραφή ύποπτων διαδικτυακών φίλων. Αυτό που φαίνεται όμως, είναι πως τα παιδιά δεν μπορούν να αντιληφθούν τα όρια μεταξύ της ορθής συμπεριφοράς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης – σε όρους ασφάλειας δηλαδή – και της συμπεριφοράς που πιθανόν να παρεκκλίνει και αυτό το αντιλαμβανόμαστε από το γεγονός, ότι συχνά αναφέρεται η φράση «κάναμε μία πλάκα», «συνέβη στο πλαίσιο ενός challenge». Αυτό σημαίνει πως οι έφηβοι δεν έχουν ιδιαίτερα ανεπτυγμένη την ενσυναίσθηση και δεν αντιλαμβάνονται τη σοβαρότητα κάποιων συμπεριφορών που ενδέχεται να φέρουν κάποιον συνάνθρωπό τους σε ιδιαίτερως δύσκολη θέση. Οι περισσότεροι μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης δεν έχουν πέσει θύματα παρεκκλιουσών συμπεριφορών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ενώ αρκετά παιδιά ανέφεραν, πως υπάρχει περίπτωση να έχουν υπάρξει και οι ίδιοι θύτες, απλά να μην το έχουν αντιληφθεί. Αυτό σημαίνει, πως τα παιδιά είτε δεν γνωρίζουν τα όρια του φυσιολογικού από το παρεκκλινόν ή θεωρούν κάποιες συμπεριφορές ήσσονος σημασίας. Σε κάθε περίπτωση πάντως τα παιδιά έχουν πλημμελή ενημέρωση για τις διαδικασίες που θα πρέπει να ακολουθηθούν σε περίπτωση που υπάρξουν θύματα τέτοιου είδους συμπεριφορών, όπως επίσης αμφιβάλλουν σε αρκετές περιπτώσεις, εάν θα απευθύνονταν στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος για να επιλυθεί κάποιο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν στο

Διαδίκτυο. Αρκετά παιδιά νιώθουν αίσθημα ντροπής να αναφέρουν κάποιο περιστατικό σε έναν επίσημο φορέα, ενώ υπάρχουν και παιδιά τα οποία θεωρούν πως θα αντιμετωπίσουν μόνο τους κάποιο ενδεχόμενο περιστατικό, γεγονός που μαρτυρά άγνοια κινδύνου – βασικό χαρακτηριστικό της εφηβικής ηλικίας – και υπερεκτίμηση των ικανοτήτων τους – επίσης βασικό χαρακτηριστικό της εφηβικής ηλικίας. Επίσης οι μαθήτριες του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης αναφέρουν, πως τα κορίτσια θυματοποιούνται πιο συχνά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε σχέση με τα αγόρια, ενώ αναφέρουν και περιστατικά που έχουν οι ίδιες βιώσει με παρεκκλίνουσες συμπεριφορές στο διαδίκτυο.

Όσον αφορά στην ενημέρωση των παιδιών από τους γονείς τους, οι μαθητές και οι μαθήτριες αναφέρουν πως είτε έχουν γίνει κάποιες συζητήσεις, είτε δίνονται κάποιες συμβουλές από τους γονείς τους ή από το ευρύτερο οικογενειακό περιβάλλον σχετικά με την ορθή χρήση του Διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, ωστόσο και πάλι παρατηρείται μία σχετικά πλημμελής ενημέρωση των παιδιών από τους γονείς, οι οποίοι αρκετές φορές δεν έχουν την ίδια σχέση με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που έχουν τα παιδιά τους, είτε όπως αναφέρει χαρακτηριστικά μία μαθήτρια, έχει μεγάλη διαφορά ηλικίας με τους γονείς της και νιώθει ντροπή να συζητάει για τέτοια θέματα, γεγονός που μαρτυρά πως το «χάσμα γενεών» είναι μία τροχοπέδη στη σχέση γονέων και παιδιών και λειτουργεί εις βάρος του παιδιού, το οποίο αισθάνεται ανασφάλεια να συζητήσει για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με το οικογενειακό του περιβάλλον. Και στο σημείο αυτό οφείλουμε να τονίσουμε την αξία του σχολείου, καθώς το συγκεκριμένο παιδί αναφέρει χαρακτηριστικά πως νιώθει πολύ καλύτερα να συζητήσει τέτοιου είδους θεματολογία με καθηγητές που εμπιστεύεται, ενώ σε περίπτωση που ένιωθε πως απειλείται στο Διαδίκτυο θα απευθυνόταν σε αυτούς και όχι στους γονείς του. Συμπερασματικά, μπορούμε να πούμε, πως σε γενικές γραμμές υπάρχει επικοινωνία μεταξύ γονέων και παιδιών, όμως η ενημέρωση διαφαίνεται πλημμελής.

Όσον αφορά στην ενημέρωση που έχουν λάβει οι μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης, επίσης διαφαίνεται πλημμελής. Σχεδόν όλοι οι μαθητές αναφέρουν πως δεν έχει πραγματοποιηθεί καμία επίσημη ενημέρωση από το σχολείο για την ορθή χρήση του Διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, παρά μόνο στο πλαίσιο κάποιων μαθημάτων σε ελάχιστες περιπτώσεις. Επιπλέον τα παιδιά θεωρούν, πως το σχολείο δε δίνει σημασία σε τέτοια θεματολογία, την οποία μάλιστα κάποια παιδιά χαρακτηρίζουν «ταμπού», ενώ από την άλλη πλευρά αναφέρεται, πως και τα ίδια τα παιδιά δεν παρουσιάζουν ενδιαφέρον για οποιαδήποτε είδος ενημέρωσης γίνεται από το σχολείο. Συνεπώς παρατηρούμε, πως μαθητές και σχολείο έχουν αρκετή απόσταση μεταξύ τους, ενώ τα παιδιά εκφράζουν και παράπονα σχετικά με την «αδιαφορία» του σχολείου απέναντι σε κοινωνικά ζητήματα που αφορούν στους μαθητές, ενώ ταυτόχρονα θεωρούν πως το σχολείο οφείλει να μειώσει αυτήν την απόσταση και να έρθει πιο κοντά τους, διοργανώνοντας περισσότερες ενημερωτικές δράσεις, ειδικά σε ό,τι αφορά στο Διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που είναι επίκαιρα ζητήματα και απασχολούν τους εφήβους.

Αυτό που τονίζεται ιδιαίτερος κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων και το έχουμε συναντήσει πολλές φορές στη βιβλιογραφία, είναι η αξία του φιλικού περιβάλλοντος των παιδιών και η επιρροή της παρέας. Οι μαθητές και οι μαθήτριες στη συντριπτική τους πλειοψηφία σε περίπτωση που αντιμετωπίσουν κάποια ύποπτη συμπεριφορά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θα απευθυνθούν πρωτίστως στους

φίλους τους. Θα αξιολογήσουν από κοινού την κατάσταση στην οποία έχουν περιέλθει και μόνο εάν αφορά κάτι σοβαρό θα απευθυνθούν στους γονείς τους ή σε κάποιον ενήλικο της εμπιστοσύνης τους. Αυτό όμως που είναι σημαντικό, είναι εάν τα παιδιά είναι σε θέση να αξιολογήσουν τη σοβαρότητα μίας κατάστασης, διότι όπως αναφέραμε και προηγουμένως, οι έφηβοι έχουν την τάση να υπερεκτιμούν τις ικανότητες και τις δυνατότητές τους, οπότε και δημιουργούνται αμφιβολίες για τη σωστή αξιολόγηση κάποιου γεγονότος ή κάποιας συμπεριφοράς. Τα παιδιά θα απευθυνθούν κάποια στιγμή στους γονείς τους, ωστόσο οι γονείς δεν είναι η νούμερο ένα επιλογή τους και η παρέα τους ασκεί μεγάλη επιρροή στις αποφάσεις τους. Σύμφωνα με τις αναφορές των παιδιών, όταν αποφασίσουν να απευθυνθούν στο οικογενειακό τους περιβάλλον, επιλέγουν συνήθως τη μητέρα τους κυρίως τα κορίτσια.

Ολοκληρώνοντας, αυτό που πρέπει να σημειώσουμε είναι πως οι γονείς, όπως επίσης και το σχολείο έχουν κάποια απόσταση από τα παιδιά, τα οποία νιώθουν ασφάλεια με τους γονείς τους και νιώθουν πως μπορούν να τους μιλήσουν για όσα τους απασχολούν στο Διαδίκτυο, αλλά δεν είναι η πρώτη επιλογή των παιδιών και θα καταλήξουν σε αυτούς συνήθως στην περίπτωση που νιώσουν, ότι δεν μπορούν να αντιμετωπίσουν μία δυσάρεστη κατάσταση με τους φίλους τους ή ακόμα και μόνοι τους σε αρκετές περιπτώσεις.

2.8.2. Μετάβαση από τους κωδικούς σε θέματα

1ο ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΕΡΩΤΗΜΑ

Ε.Ε.1. Με ποιον τρόπο επιτελείται η λειτουργία της επικοινωνίας από τους μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης στα ΜΚΔ;

Ε.Υπ.1. Ποια μέσα επικοινωνίας προτιμούν οι μαθητές του 4ου ΓΕΛ Κατερίνης για την επικοινωνία και την ενημέρωσή τους και γιατί;

Θέμα 1ο: Προτίμηση των μαθητών στην ενημέρωση και την επικοινωνία από το Διαδίκτυο και τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ)

Θέμα 2ο: Ιδιότητες του Διαδικτύου και των ΜΚΔ που τα καθιστούν ελκυστικά στους μαθητές

- Πληθώρα πληροφοριών
- Ευκολία στη χρήση
- Διασταύρωση πληροφοριών από πληθώρα πηγών
- Συναισθήματα χαλάρωσης
- Δυνατότητα τις επιλογής
- Οικονομία χρόνου
- Ελευθερία στους χρήστες

Θέμα 3ο: Η χρήση του Διαδικτύου/ΜΚΔ είναι χαρακτηριστικό της σύγχρονης εποχής

- Άνεση με τη χρήση του κινητού

Θέμα 4ο: Μη προτίμηση των παραδοσιακών ΜΜΕ από τους μαθητές

- Συμβίωση με ενήλικες που προτιμούν τα παραδοσιακά ΜΜΕ
- Τα παραδοσιακά ΜΜΕ δημιουργούν άγχος και στρες

Θέμα 5ο: Δυσπιστία απέναντι στα ΜΜΕ

- Έλλειψη εμπιστοσύνης στα παραδοσιακά ΜΜΕ
- Έλλειψη εμπιστοσύνης στο Διαδίκτυο και τα ΜΚΔ

Ε.Υπ.2. Ποια είναι τα πιο δημοφιλή ΜΚΔ μεταξύ των μαθητών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης;

Θέμα 1ο: Τα δημοφιλέστερα ΜΚΔ στους μαθητές του 4ου ΓΕΛ Κατερίνης είναι το Instagram

- Το Instagram είναι ιδιαίτερα δημοφιλές
- Το Tik Tok είναι δημοφιλές
- Το Messenger είναι δημοφιλές
- Το Snapchat είναι δημοφιλές
- Το Twitter είναι δημοφιλές

Θέμα 2ο: Οι μαθητές επηρεάζονται από τους συνομήλικούς τους σχετικά με το ποια ΜΚΔ χρησιμοποιούν συχνότερα

Θέμα 3ο: Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης δημιουργούν αίσθημα χαλάρωσης στους μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης

Ε.Υπ.3. Ποια είναι τα κριτήρια με τα οποία οι μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης επιλέγουν να δικτυώνονται στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης;

Θέμα 1ο: Διαχείριση αιτημάτων φιλίας από και προς αγνώστους

- Δυσπιστία απέναντι σε αιτήματα φιλίας από αγνώστους
- Αποδοχή αιτημάτων φιλίας από αγνώστους υπό προϋποθέσεις:
 - Ότι είναι διασημότητα
 - Ότι υπάρχουν κοινοί γνωστοί
 - Ότι βρίσκονται κοντά στην ηλικία με τους μαθητές
- Αποστολή αιτημάτων φιλίας σε αγνώστους με τις ίδιες προϋποθέσεις
- Η εικόνα προφίλ στα ΜΚΔ ενός αγνώστου επηρεάζει τους μαθητές στην αποδοχή ή μη ενός αιτήματος φιλίας από άγνωστο

Θέμα 2ο: Δικτύωση μαθητών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης

- Δικτύωση με οικογενειακό περιβάλλον
- Δικτύωση με φιλικό περιβάλλον
- Δικτύωση με συμμαθητές
- Δικτύωση με άτομα που ανήκουν στις ίδιες κοινωνικές ομάδες/δραστηριότητες

- Δικτύωση για εκπαιδευτικούς σκοπούς
- Προσωπική επιθυμία για αύξηση του αριθμού διαδικτυακών φίλων

Θέμα 3ο: Επιρροή από Άλλους

- Η γνώμη των Άλλων επηρεάζει την επιθυμία για αυξημένο αριθμό διαδικτυακών φίλων

Ε.Υπ.4. Επηρεάζει η χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης τις μεταξύ τους σχέσεις και με ποιον τρόπο;

Θέμα 1ο: Χαμηλή συχνότητα επίσκεψης προφίλ διαδικτυακών φίλων στα ΜΚΔ

Θέμα 2ο: Φιλικές σχέσεις στα ΜΚΔ

- Επηρεασμός φιλικών σχέσεων εξαιτίας δημοσιεύσεων ή συμπεριφορών στα ΜΚΔ
- Στα ΜΚΔ δημιουργούνται «κόντρες» μεταξύ διαδικτυακών φίλων

Θέμα 3ο: Συναισθηματικές σχέσεις στα ΜΚΔ

- Υψηλή η συχνότητα χρήσης των ΜΚΔ για την προσέγγιση πιθανού/ής συντρόφου
- Εκδήλωση συναισθηματικού ενδιαφέροντος για κάποιο άτομο με αντιδράσεις σε δημοσιεύσεις
- Χαμηλή η συχνότητα χρήσης των ΜΚΔ για προσέγγιση πιθανού/ής συντρόφου στα ΜΚΔ
- Ευκολία στη χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ

Θέμα 4ο: Σαφής προτίμηση των μαθητών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης στη δια ζώσης επαφή και επικοινωνία

- Διαχωρισμός πραγματικής ζωής από την εικονική
- Προτίμηση στη δια ζώσης προσέγγιση πιθανού/ής συντρόφου
- Προτίμηση στη δια ζώσης επίλυση των προβλημάτων που προκύπτουν στην καθημερινή ζωή των εφήβων
- Καλύτερη έκφραση συναισθημάτων στη δια ζώσης επαφή
- Αυξημένη αυτοπεποίθηση στη δια ζώσης επαφή λόγω καλύτερης επικοινωνίας

2ο ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΕΡΩΤΗΜΑ

Ε.Ε.2. Σε ποιο βαθμό φαίνεται να επιδρούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στις κοινωνικές, οικογενειακές και προσωπικές σχέσεις των εφήβων;

Ε.Υπ.1. Επηρεάζει η χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης τις σχέσεις των μαθητών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης με το οικογενειακό τους περιβάλλον;

Θέμα 1ο: Οι γονείς των μαθητών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης ως χρήστες των ΜΚΔ

- Οι γονείς διαθέτουν λογαριασμούς στα ΜΚΔ

- Χρήση του Facebook για την ενημέρωση και την επικοινωνία των γονέων
- Όχι πολύ συχνή χρήση των ΜΚΔ

Θέμα 2ο: Αντιδράσεις των γονέων σχετικά με τη χρήση των ΜΚΔ από τα παιδιά τους

- Μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης και γονείς είναι στην πλειοψηφία τους διαδικτυακοί φίλοι
- Χαμηλή συχνότητα στις παρατηρήσεις των γονέων επί των δημοσιεύσεων των παιδιών τους στα ΜΚΔ
- Συμβουλές γονέων στα παιδιά τους σχετικά με τη χρήση των ΜΚΔ, ιδίως περί εξάρτησης από αυτά
- Θετικός σχολιασμός των γονέων στις δημοσιεύσεις των παιδιών τους στα ΜΚΔ
- Καλή επικοινωνία και εμπιστοσύνη μεταξύ γονέων και παιδιών σε αρκετές περιπτώσεις
- Απουσία ενδιαφέροντος κάποιων γονέων για αλληλεπίδραση με τα παιδιά τους στα ΜΚΔ
- Απουσία ουσιαστικού ελέγχου των γονέων προς τα παιδιά τους
- Παρατηρήσεις του ευρύτερου οικογενειακού περιβάλλοντος προς τους εφήβους σχετικά με δημοσιεύσεις τους στα ΜΚΔ

Θέμα 3ο: Αντιμετώπιση της διαδικτυακής φιλίας με τους γονείς με απροθυμία από την πλευρά των εφήβων

- Σε σπάνιες περιπτώσεις δεν υφίσταται διαδικτυακή φιλία μεταξύ γονέων και παιδιών
- Η πλειοψηφία των γονέων των μαθητών τους 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης δεν κάνει παρατηρήσεις επί των δημοσιεύσεων των παιδιών τους στα ΜΚΔ
- Επιβολή περιορισμών στους γονείς στην ορατότητα των δημοσιεύσεων των παιδιών τους στα ΜΚΔ
- Μη επιθυμία για διαδικτυακή φιλία με τους γονείς στα ΜΚΔ που χρησιμοποιούνται με συνομηλίκους
- Μη επιθυμία αισθήματος ελέγχου από τους γονείς
- Αδιαφορία των μαθητών περί της άποψης των γονέων σχετικά με τη χρήση των ΜΚΔ

Ε.Υπ.2. Χρησιμοποιούν οι μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για την επικοινωνία με συμμαθητές και εκπαιδευτικούς για εκπαιδευτικούς σκοπούς;

Θέμα 1ο: Χρήση των ΜΚΔ για εκπαιδευτικούς σκοπούς με συμμαθητές

- Επικοινωνία με συμμαθητές μέσω ομαδικής συνομιλίας για θέματα που αφορούν στο σχολείο
- Χρήση του Instagram για ομαδική συνομιλία με τους συμμαθητές
- Μη επιθυμία για συμμετοχή σε ομαδική συνομιλία με συμμαθητές
- Προτίμηση στη δια ζώσης ενημέρωση σχετικά με θέματα που αφορούν στο σχολείο

- Προτίμηση προσωπικής επικοινωνίας μέσω ΜΚΔ με φίλους για θέματα του σχολείου

Θέμα 2ο: Χρήση των ΜΚΔ για εκπαιδευτικούς σκοπούς με καθηγητές του σχολείου

- Καμία επικοινωνία με καθηγητές μέσω των ΜΚΔ
- Χρήση του Viber για επικοινωνία με τους καθηγητές σε ομαδική συνομιλία για ζητήματα που αφορούν στο σχολείο
- Οι ομαδικές συνομιλίες αφορούν μόνο σε ενημέρωση
- Προτίμηση στη δια ζώσης ενημέρωση σχετικά με θέματα που αφορούν στο σχολείο

Θέμα 3ο: Χρήση των ΜΚΔ για εκπαιδευτικούς σκοπούς στα φροντιστήρια

- Επικοινωνία με καθηγητές του φροντιστηρίου
- Επικοινωνία με συμμαθητές

Ε.Υπ.3. Επηρεάζει η συμπεριφορά των εφήβων στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης την προσωπική - συναισθηματική τους ζωή και με ποιον τρόπο;

Θέμα 1ο: Συναισθηματική ζωή μαθητών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης στα ΜΚΔ

- Οι συναισθηματικές σχέσεις δεν επηρεάζονται από δημοσιεύσεις και συμπεριφορές στα ΜΚΔ
- Μη πρόκληση ρήξης σε συναισθηματικές σχέσεις εξαιτίας συμπεριφορών στα ΜΚΔ
- Συμπεριφορές στα ΜΚΔ έχουν οδηγήσει σε σοβαρές συζητήσεις
- Πρόκληση ρήξης σε συναισθηματικές σχέσεις, αλλά όχι πολύ σοβαρή

Θέμα 2ο: Απόψεις των εφήβων σχετικά με τις προσωπικές σχέσεις στα ΜΚΔ

- Τα ΜΚΔ δε θα πρέπει να επηρεάζουν τις προσωπικές σχέσεις
- Η συμπεριφορά των ανθρώπων στη διά ζώσης επαφή είναι πιο σημαντική από τη συμπεριφορά στα ΜΚΔ
- Συμπεριφορές στα ΜΚΔ επηρεάζουν τις σχέσεις των εφήβων, αλλά αυτό εξαρτάται από την προσωπικότητα του καθενός

3ο ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΕΡΩΤΗΜΑ

Ε.Ε.3. Ποιοι παράγοντες διαμορφώνουν τη διαδικτυακή ταυτότητα των μαθητών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης;

Ε.Υπ.1. Πόσο σημαντική είναι για τους μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης η εικόνα που παρουσιάζουν στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης;

Θέμα 1ο: Έγκριση δημοσιεύσεων (κυρίως φωτογραφιών) πριν τη δημοσίευση από διαδικτυακό φίλο

- Επιθυμία έγκρισης πριν τη δημοσίευση

- Μη επιθυμία έγκρισης δημοσίευσης με την προϋπόθεση ότι φαίνεται «καλά»
- Οι διαδικτυακοί φίλοι ζητούν πρωτίστως την έγκριση και μετά δημοσιεύουν
- Καμία επιθυμία δημοσίευσης φωτογραφιών, εάν δεν τους αρέσει ο εαυτός τους
- Απαίτηση για διαγραφή φωτογραφίας σε περίπτωση που δεν αρέσει σε κάποιον ο εαυτός του

Θέμα 2ο: Παραποίηση των φωτογραφιών με σκοπό τη βελτίωση της εξωτερικής εμφάνισης

- Χρήση εφαρμογών τύπου photoshop για διόρθωση ατελειών σε φωτογραφίες
- Χρήση φίλτρων για διορθώσεις σε φωτογραφίες με σκοπό τη βελτίωση της εικόνας
- Επιθυμία για ένα «ωραίο» προφίλ

Θέμα 3ο: Παρουσίαση της πραγματικής εικόνας του εαυτού στα ΜΚΔ

- Καμία επιθυμία για παραποίηση της εικόνας/ταυτότητας στα ΜΚΔ
- Καμία επιθυμία για έγκριση πριν τη δημοσίευση (από διαδικτυακό φίλο) μίας φωτογραφίας/ανάρτησης που αφορά τον έφηβο
- Καμία χρήση φίλτρων στις φωτογραφίες που δημοσιεύει ο έφηβος
- Η ειλικρινής εικόνα στα ΜΚΔ ενισχύει το αίσθημα εμπιστοσύνης

Θέμα 4ο: Παραποίηση της ηλικίας στα ΜΚΔ

- Παραποίηση της ηλικίας για να φαίνεται κάποιος μεγαλύτερος στα ΜΚΔ
- Παραποίηση της ηλικίας στα ΜΚΔ για πλάκα

Ε.Υπ.2. Υπάρχει αντιστοιχία της πραγματικής ταυτότητας των εφήβων με τη διαδικτυακή;

Θέμα 1ο: Οι έφηβοι περιγράφουν τον εαυτό τους

Θέμα 2ο: Διαφορές μεταξύ του πραγματικού εαυτού και του διαδικτυακού

- Η προσωπικότητα του εφήβου δε διαφαίνεται συνήθως στο προφίλ του στα ΜΚΔ
- Οι έφηβοι προσπαθούν να δείχνουν τον πραγματικό τους εαυτό στα ΜΚΔ
- Η προσωπικότητα των εφήβων ακούσια φαίνεται διαφορετική στα ΜΚΔ
- Η προσωπικότητα των εφήβων διαφαίνεται μερικώς στα ΜΚΔ
- Το περιεχόμενο που δημοσιεύεται στα ΜΚΔ δεν είναι αντιπροσωπευτικό των εφήβων
- Οι ίδιοι οι έφηβοι δεν επιθυμούν να δείχνουν τον πραγματικό τους εαυτό στα ΜΚΔ

Θέμα 3ο: Οι έφηβοι επιλέγουν σε ποιους δείχνουν τον πραγματικό τους εαυτό στα ΜΚΔ

- Μόνο οι φίλοι των εφήβων μπορούν να αναγνωρίσουν στοιχεία της προσωπικότητάς τους στα ΜΚΔ

- Τις περισσότερες φορές δεν μπορούν να αναγνωρίσουν όλοι στοιχεία της προσωπικότητας των εφήβων στα ΜΚΔ
- Δεν υπάρχουν αρκετές πληροφορίες στο προφίλ των εφήβων, ώστε να καταλάβει κάποιος των πραγματικό τους εαυτό

Θέμα 4ο: Τα ΜΚΔ εξ ορισμού δεν μπορούν να δείξουν τον πραγματικό εαυτό των μαθητών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης

- Οι φωτογραφίες στα ΜΚΔ δεν μπορούν να δείξουν συναισθήματα
- Οι φωτογραφίες στα ΜΚΔ δε βοηθούν στην ουσιαστική επικοινωνία
- Πεποίθηση πως στα ΜΚΔ δείχνουμε μόνο τα θετικά στοιχεία του εαυτού μας
- Οι έφηβοι θεωρούν πως στα ΜΚΔ παρουσιάζουμε έναν βελτιωμένο εαυτό, αφού απευθυνόμαστε σε διαδικτυακούς φίλους που ενδεχομένως δε μας γνωρίζουν πολύ καλά

Ε.Υπ.3. Επηρεάζουν τα σχόλια των Άλλων την αυτοπεποίθηση των μαθητών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης- χρηστών των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης;

Θέμα 1ο: Οι αυτοπεποίθηση των μαθητών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης επηρεάζεται από την ανταπόκριση των Άλλων στις αναρτήσεις τους στα ΜΚΔ

- Οι έφηβοι επιθυμούν να βλέπουν τις αναρτήσεις τους στα ΜΚΔ τα άτομα που τους ενδιαφέρουν
- Οι έφηβοι στην πλειοψηφία τους θα κατεβάσουν μία ανάρτηση στα ΜΚΔ που έχει φτωχή ανταπόκριση
- Κάποιοι έφηβοι θα κρατήσουν στο προφίλ τους μία δημοσίευση, ακόμα κι αν είχε φτωχή ανταπόκριση
- Η μεγάλη ανταπόκριση σε ανάρτηση στα ΜΚΔ εκτοξεύει την αυτοπεποίθηση των εφήβων
- Λίγοι είναι οι έφηβοι των οποίων η αυτοπεποίθηση δεν επηρεάζεται καθόλου από την ανταπόκριση των Άλλων στις αναρτήσεις τους
- Οι έφηβοι αντιλαμβάνονται, πως δε θα έπρεπε να επηρεάζεται η αυτοπεποίθησή τους από την ανταπόκριση των Άλλων στις δημοσιεύσεις τους στα ΜΚΔ

Θέμα 2ο: Οι μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης είναι αυστηροί κριτές του εαυτού τους

- Οι ίδιοι οι έφηβοι κατακρίνουν τους εαυτούς τους για τις αναρτήσεις τους
- Οι έφηβοι θα κατεβάσουν μία ανάρτηση σε περίπτωση που οι ίδιοι αλλάξουν γνώμη γι' αυτήν

Θέμα 3ο: Τα ΜΚΔ προσαρμόζονται στις απαιτήσεις των εφήβων χρηστών τους

- Κάποια ΜΚΔ δίνουν τη δυνατότητα στους χρήστες να μην εμφανίζεται ο αριθμός των αντιδράσεων σε μία δημοσίευση στους διαδικτυακούς τους φίλους, αλλά να τον βλέπει μόνο ο έφηβος
- Οι «ιστορίες» στα ΜΚΔ φαίνονται στους διαδικτυακούς φίλους για 24 ώρες, οπότε δεν απασχολεί τους εφήβους οι ανταπόκριση των Άλλων
- Οι έφηβοι αντιδρούν παθητικά στις δημοσιεύσεις των διαδικτυακών τους φίλων

4ο ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΕΡΩΤΗΜΑ

Ε.Ε.4. Ποιες είναι οι επιρροές που δέχονται οι μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης από τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης;

Ε.Υπ.1. Επηρεάζει η χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης την καταναλωτική συμπεριφορά των μαθητών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης και με ποιον τρόπο;

Θέμα 1ο: Χρήση Διαδικτύου και μέσων κοινωνικής δικτύωσης για καταναλωτική ενημέρωση

- Χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για ενημέρωση σχετικά με τις τάσεις της μόδας και των προϊόντων τεχνολογίας
- Οι διαφημίσεις στα ΜΚΔ κατευθύνουν τους εφήβους στις αγορές τους
- Οι έφηβοι ενημερώνονται από το Διαδίκτυο-ΜΚΔ για τις τάσεις της αγοράς, αλλά έχουν το δικό τους γούστο και δεν επηρεάζονται από τα ΜΚΔ

Θέμα 2ο: Η χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ για καταναλωτικούς σκοπούς είναι χαρακτηριστικό της σύγχρονης εποχής

- Χρήση Διαδικτύου-ΜΚΔ για έρευνα αγοράς
- Παρακίνηση γονέων για διαδικτυακές αγορές
- Πολύ μικρή πλειοψηφία των εφήβων δε χρησιμοποιεί το Διαδίκτυο-ΜΚΔ για έρευνα αγοράς και διαδικτυακές αγορές

Ε.Υπ.2. Δημιουργούν οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης καταναλωτικά πρότυπα για τους εφήβους;

Θέμα 1ο: Ο ρόλος των διασημοτήτων ως καταναλωτικά πρότυπα για τους εφήβους

- Οι έφηβοι ακολουθούν διασημότητες στα ΜΚΔ
- Οι έφηβοι αντιγράφουν το στυλ των διασημοτήτων που ακολουθούν στα ΜΚΔ
- Πολύ μικρή η πλειοψηφία που δεν ακολουθεί διασημότητες στα ΜΚΔ

Θέμα 2ο: Στάση των εφήβων απέναντι στον καταναλωτισμό του Διαδικτύου και των ΜΚΔ

- Οι έφηβοι αντιλαμβάνονται την έννοια του υπερκαταναλωτισμού στα ΜΚΔ και δεν επιθυμούν να είναι θύματά του
- Οι έφηβοι έχουν το δικό τους γούστο και δεν αντιγράφουν στυλιστικά τις διασημότητες που ακολουθούν στα ΜΚΔ

Ε.Υπ.3. Επηρεάζεται η καταναλωτική συμπεριφορά των εφήβων από τις διασημότητες που ακολουθούν στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης;

Θέμα 1ο: Οι επιρροές των διασημοτήτων στις διαδικτυακές αγορές των εφήβων

- Οι έφηβοι δεν κάνουν αγορές απλά και μόνο, επειδή διαφημίζουν προϊόντα οι διασημότητες που ακολουθούν
- Οι έφηβοι δεν αγοράζουν απαραίτητως προϊόντα που διαφημίζουν οι διασημότητες που ακολουθούν, διότι δεν ταιριάζουν όλα τα προϊόντα σε όλους
- Το στυλ των εφήβων δεν επηρεάζεται από τις διασημότητες που ακολουθούν στα ΜΚΔ
- Οι έφηβοι επηρεάζονται ως αθλητές από διάσημους αθλητές που ακολουθούν στα ΜΚΔ
- Η μειοψηφία των εφήβων επηρεάζεται από τις διασημότητες που ακολουθούν στα ΜΚΔ ως προς τις καταναλωτικές τους συνήθειες
- Οι έφηβοι κρίνουν αναλόγως και υιοθετούν τις τάσεις της μόδας που ταιριάζουν στην προσωπικότητα και την ηλικία τους, ασχέτως με τις διασημότητες που ακολουθούν στα ΜΚΔ

Ε.Υπ.4. Πώς εντάσσεται η συμπεριφορά των εφήβων στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης στη δομή της ευρύτερης κοινωνίας και κατά πόσο διαμορφώνουν αυτήν την νέα εποχή στην οποία έχουμε περιέλθει;

Θέμα 1ο: Η καταναλωτική συμπεριφορά των εφήβων ως κινητήριο δύναμη της οικονομίας

- Οι έφηβοι δείχνουν μία προτίμηση στις διαδικτυακές αγορές
- Οι έφηβοι είναι εγκρατείς και δε σπαταλούν τα χρήματά τους σε άσκοπες διαδικτυακές αγορές
- Το e-shopping είναι μία εύκολη και γρήγορη διαδικασία από την άνεση του σπιτιού γι' αυτό και επιλέγεται συχνά από τους εφήβους
- Τα διαδικτυακά καταστήματα διαθέτουν μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων από τα φυσικά
- Οι έφηβοι διαχειρίζονται οι ίδιοι τα οικονομικά τους
- Υπάρχει μία μερίδα εφήβων που επιλέγει τα φυσικά καταστήματα για τις αγορές του
- Η μειοψηφία των εφήβων σπαταλά χρήματα σε διαδικτυακές αγορές
- Οι έφηβοι θεωρούν τις αγορές από τα φυσικά καταστήματα κουραστικές και εξαντλητικές

Θέμα 2ο: Στάσεις και αντιλήψεις των μαθητών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης σχετικά με τη σχέση τους με τα ΜΚΔ

- Οι έφηβοι αποτιμούν θετικά τη σχέση τους με τα ΜΚΔ
- Οι έφηβοι προσπαθούν να μην κάνουν κατάχρηση των ΜΚΔ
- Η μειοψηφία των εφήβων θεωρεί πως έχει μέτρια σχέση με τα ΜΚΔ
- Οι έφηβοι θεωρούν πως οι νέες τεχνολογίες-ΜΚΔ είναι αναγκαίες για την καθημερινή τους ζωή
- Τα ΜΚΔ δεν κατέχουν πρωταρχικό ρόλο στη ζωή της πλειοψηφίας των εφήβων
- Οι έφηβοι είναι σε θέση να βάλουν όρια στον εαυτό τους

- Η πλειοψηφία των εφήβων δε θεωρεί πως επηρεάζεται η ψυχική τους υγεία από τα ΜΚΔ
- Τα ΜΚΔ είναι υπερεκτιμημένα
- Η σχέση των εφήβων με τα ΜΚΔ είναι ισορροπημένη
- Τα ΜΚΔ είναι μέρος της καθημερινότητας των εφήβων

Θέμα 3ο: Η επικοινωνία ως εμπειρία μέσω των ΜΚΔ

- Η διάδραση και η επικοινωνία μέσω των ΜΚΔ είναι μία ευχάριστη εμπειρία
- Η διαρκής χρήση των ΜΚΔ αποξενώνει τους εφήβους από τους φίλους τους
- Τα ΜΚΔ καθιστούν την επικοινωνία μία πολύ εύκολη διαδικασία
- Οι έφηβοι δεν νιώθουν την ανάγκη να γνωρίζουν μέσω των ΜΚΔ τι κάνουν οι Άλλοι στην καθημερινότητά τους
- Το Διαδίκτυο-ΜΚΔ προσφέρουν οικονομικές λύσεις ψυχαγωγίας

Θέμα 4ο: Οι συνέπειες της χρήσης των ΜΚΔ από τους εφήβους

- Η μειοψηφία των εφήβων νιώθει εξάρτηση από τα ΜΚΔ
- Η διαρκής ενασχόληση με τα ΜΚΔ έχει αρνητική επίδραση στην ψυχολογία κάποιων εφήβων
- Οι έφηβοι δαπανούν πολύτιμο χρόνο από τη ζωή τους στα ΜΚΔ, τον οποίο στερούν από τα μαθήματά τους
- Η μη ορθή χρήση των ΜΚΔ προκαλεί στενοχώρια στους εφήβους

Θέμα 5ο: Οι έφηβοι φαντάζονται τη ζωή τους χωρίς την ύπαρξη των ΜΚΔ

- Οι έφηβοι σταδιακά θα προσαρμόζονταν σε μία ζωή χωρίς ΜΚΔ
- Εάν δεν υπήρχαν τα ΜΚΔ στην καθημερινή τους ζωή, οι έφηβοι θα γνώριζαν καλύτερα τον εαυτό τους
- Η μη χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ θα στερούσε πολύτιμη γνώση από τους εφήβους
- Η μη χρήση του Διαδικτύου και των ΜΚΔ θα επηρέαζε αρνητικά την ενημέρωση και την επικοινωνία των εφήβων με τους Άλλους
- Η ζωή των εφήβων χωρίς τα ΜΚΔ θα ήταν καλύτερη και ποιοτικότερη και πιο αληθινή
- Η ζωή των εφήβων χωρίς τα ΜΚΔ θα ήταν διαφορετική, χωρίς να είναι καλύτερη ή χειρότερη από ό,τι είναι τώρα

5ο ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΕΡΩΤΗΜΑ

Ε.Ε.5. Πώς αντιλαμβάνονται και πώς αντιμετωπίζουν οι έφηβοι τους κινδύνους που ελλοχεύουν κατά τη χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης;

Ε.Υπ.1. Αντιλαμβάνονται οι μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης τους κινδύνους που τους επιφυλάσσει η μη ορθή χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης;

Θέμα 1ο: Επαφή με κακοποιητικές συμπεριφορές μέσω των ΜΚΔ

- Η πλειοψηφία των εφήβων δεν έχει αντιμετωπίσει κακοποιητικές συμπεριφορές μέσω των ΜΚΔ
- Σε περίπτωση που αντιμετωπίσουν οι έφηβοι κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα ΜΚΔ αντιδρούν με διαγραφή, αποκλεισμό του θύτη και αναφορά στην πλατφόρμα
- Προσέγγιση εφήβων με σκοπό την οικονομική εκμετάλλευση
- Αντιμέτωπιση κακόβουλων σχολίων στα ΜΚΔ σχετικά με την εξωτερική εμφάνιση
- Οι έφηβοι ως θύματα χλευασμού στα ΜΚΔ
- Προσπάθεια προσέγγισης από ψεύτικα προφίλ
- Προσπάθεια αποπλάνησης εφήβων κοριτσιών στα ΜΚΔ

Θέμα 2ο: Τρόποι αντιμετώπισης κακοποιητικών συμπεριφορών στα ΜΚΔ από τους εφήβους

- Ιδιωτικό προφίλ στα ΜΚΔ
- Αυστηρή επιλογή διαδικτυακών φίλων
- Καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος σε περίπτωση θυματοποίησης στα ΜΚΔ
- Οι έφηβοι προσπαθούν να προφυλάσσονται από άτομα που επιχειρούν να τους βλάψουν μέσω ΜΚΔ
- Οι έφηβοι έχουν εμπιστοσύνη στον εαυτό τους για την επίλυση προβλημάτων που προκύπτουν κατά τη χρήση των ΜΚΔ
- Η μειοψηφία των εφήβων δε θα προχωρούσε σε καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος σε περίπτωση αντιμετώπισης κακοποιητικών συμπεριφορών στα ΜΚΔ
- Συζήτηση του περιστατικού με συνομηλίκους τους
- Αντιμέτωπιση κακοποιητικών συμπεριφορών στα ΜΚΔ ή διαδικτυακής απάτης με αγνόηση των θυτών
- Αμφιβολία για την περίπτωση καταγγελίας στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος εξαιτίας του αισθήματος της ντροπής
- Τα κορίτσια θυματοποιούνται πιο συχνά από τα αγόρια
- Άγνοια των εφήβων σχετικά με τη διαδικασία καταγγελίας στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος

Θέμα 3ο: Οι έφηβοι ως θύτες στα ΜΚΔ

- Η πλειοψηφία των εφήβων δεν έχουν υπάρξει θύτες στα ΜΚΔ
- Πιθανότητα να έχουν υπάρξει οι έφηβοι θύτες εν αγνοία τους
- Παραδοχή κάποιων εφήβων ότι υπήρξαν θύτες στα ΜΚΔ
- Στοίχημα και «challenge» ήταν οι αιτίες για κακοποιητικές συμπεριφορές των εφήβων στα ΜΚΔ
- Αντιμέτωπιση συνεπειών των πράξεων των εφήβων ως θύτες μέσω της δικαιοσύνης
- Γίνονται συχνά παρεξηγήσεις μεταξύ εφήβων στα ΜΚΔ εξαιτίας κάποιας «πλάκας»
- Προσωπικά θέματα διαχείρισης θυμού οδηγούν τους εφήβους να γίνουν θύτες κακοποιητικών συμπεριφορών στα ΜΚΔ

- Λύση προβλημάτων εξαιτίας κακοποιητικών συμπεριφορών στα ΜΚΔ με διαζώσης συζήτηση και απολογία του εφήβου-θύτη

Ε.Υπ.2. Λαμβάνουν οι μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης επαρκή ενημέρωση από την οικογένειά τους, ώστε να προστατευθούν από τους διαδικτυακούς κινδύνους;

Θέμα 1ο: Πλημμελής ενημέρωση των εφήβων από τους γονείς τους σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

- Οι έφηβοι στηρίζονται στις δικές τους δυνάμεις για να προφυλαχθούν από τις κακοτοπιές στα ΜΚΔ
- Πλημμελής ενημέρωση από τους γονείς σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ σε μικρή ηλικία
- Καμία ενημέρωση από τους γονείς σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ
- Ενημέρωση των εφήβων σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ από το ευρύτερο οικογενειακό περιβάλλον

Θέμα 2ο: Μειοψηφία οι γονείς που επιμένουν στην πλήρη ενημέρωση των παιδιών τους σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

- Και οι δύο γονείς συζητούν για την ορθή χρήση των ΜΚΔ με τα παιδιά τους
- Οι γονείς συμβουλεύουν τα παιδιά τους να αποφεύγουν τις κακοτοπιές στα ΜΚΔ
- Οι γονείς εφιστούν συνεχώς την προσοχή στα παιδιά τους σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ
- Διαρκής ενημέρωση εφήβων από τους γονείς τους σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ
- Οι γονείς δεν επέτρεπαν τη χρήση των ΜΚΔ στα παιδιά τους εξαιτίας των πιθανών κινδύνων και του πιθανού εθισμού σε αυτά

Ε.Υπ.3. Λαμβάνουν οι μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης επαρκή ενημέρωση από το σχολείο, ώστε να προστατευθούν από τους διαδικτυακούς κινδύνους;

Θέμα 1ο: Καμία ενημέρωση των μαθητών από το σχολείο σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

- Πλημμελής ενημέρωση των μαθητών από το σχολείο σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ
- Πολύ χαμηλή συχνότητα ενημερωτικών εκδηλώσεων στο σχολείο σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ
- Οι μαθητές δε δείχνουν ενδιαφέρον σε ενημερωτικές δράσεις των σχολείων που αφορούν στην ορθή χρήση των ΜΚΔ

Θέμα 2ο: Απόψεις και αντιλήψεις των μαθητών σχετικά με την έλλειψη ενημέρωσης από το σχολείο αναφορικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

- Οι ενημερωτικές δράσεις των σχολείων όσον αφορά στην ορθή χρήση των ΜΚΔ βοηθούν στη βελτίωση και στην ωριμότητα των μαθητών
- Οι μαθητές έχουν δυσάρεστα συναισθήματα σχετικά με την έλλειψη ενημέρωσης από το σχολείο για θέματα που αφορούν στα ΜΚΔ

- Το σχολείο αντιμετωπίζει με προκατάληψη ζητήματα, όπως η χρήση των ΜΚΔ
- Οι μαθητές θεωρούν, πως το σχολείο δε δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα στην ορθή χρήση των ΜΚΔ
- Το σχολείο οφείλει να κάνει περισσότερες ενημερωτικές δράσεις σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

Ε.Υπ.4. Υπάρχουν σχέσεις εμπιστοσύνης μεταξύ γονέων και εφήβων, ώστε να νιώθουν ασφαλείς για να μιλήσουν για παρεκκλίνουσες συμπεριφορές στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης;

Θέμα 1ο: Οι γονείς δεν αποτελούν την πρώτη επιλογή των εφήβων σε περίπτωση που πέσουν θύματα κακοποιητικής συμπεριφοράς στα ΜΚΔ

- Αμφιβολία σχετικά με το πού θα απευθυνθούν πρωτίστως οι έφηβοι σε περίπτωση που αντιμετωπίσουν κακοποιητικές συμπεριφορές στα ΜΚΔ
- Οι έφηβοι δεν επιλέγουν να απευθυνθούν πρώτα στους γονείς τους, αν και γνωρίζουν πως αυτή θα ήταν η σωστή αντίδραση
- Οι έφηβοι θα απευθυνθούν πρώτα σε ψυχολόγο/ψυχίατρο σε περίπτωση που αντιμετωπίσουν κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα ΜΚΔ
- Οι έφηβοι θα απευθυνθούν στους γονείς τους σε περίπτωση που δε βρουν κάποια λύση με τους φίλους τους
- Οι έφηβοι θα απευθυνθούν στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος για κάποιο σοβαρό περιστατικό
- Οι έφηβοι θα απευθυνθούν στους γονείς τους σε περίπτωση που δε βρουν λύση με τους καθηγητές τους
- Έλλειψη εμπιστοσύνης στους γονείς, λόγω της μεγάλης ηλικίας τους
- Οι έφηβοι δεν νιώθουν άνετα να μιλήσουν για τέτοια ζητήματα με τους γονείς τους
- Οι έφηβοι θα συζητήσουν με κάποιο κοντινό πρόσωπο του ευρύτερου οικογενειακού κύκλου σε περίπτωση κακοποιητικής συμπεριφοράς στα ΜΚΔ

Θέμα 2ο: Οι έφηβοι προσπαθούν να αντιμετωπίσουν μόνοι τους κακοποιητικές συμπεριφορές στα ΜΚΔ

- Υπάρχει πιθανότητα οι έφηβοι να μην απευθυνθούν σε κανέναν και να προσπαθήσουν να αντιμετωπίσουν μόνοι τους μία δυσάρεστη κατάσταση στα ΜΚΔ
- Οι περισσότεροι έφηβοι προσπαθούν να αντιμετωπίζουν μόνοι τους δυσάρεστες καταστάσεις στα ΜΚΔ

Θέμα 3ο: Οι έφηβοι αξιολογούν μία κακοποιητική συμπεριφορά στα ΜΚΔ και αναλόγως ζητούν βοήθεια από το πρόσωπο που θεωρούν, ότι πράγματι μπορεί να βοηθήσει

- Σε ένα σοβαρό περιστατικό κακοποιητικής συμπεριφοράς οι έφηβοι θα απευθυνθούν πρωτίστως στους γονείς τους

Θέμα 4ο: Οι συνομήλικοι αποτελούν τα πρώτα πρόσωπα στα οποία συνήθως απευθύνονται οι έφηβοι, σε περίπτωση που αντιμετωπίσουν κακοποιητικές συμπεριφορές στα ΜΚΔ

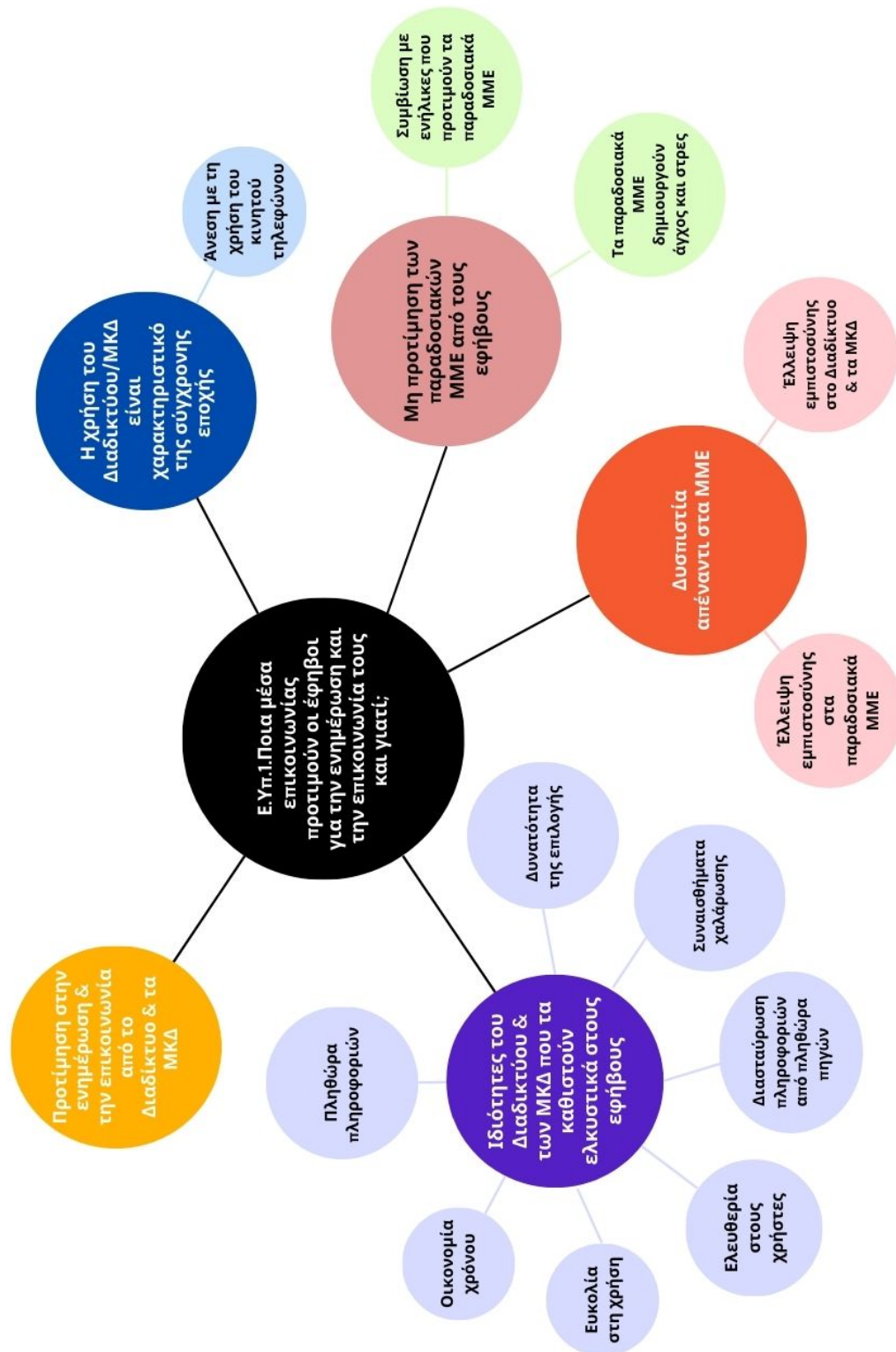
- Η πλειοψηφία των εφήβων επιλέγει την παρέα του για να συζητήσει περιστατικά κακοποιητικών συμπεριφορών που αντιμετωπίζει στα ΜΚΔ
- Οι έφηβοι θα απευθυνθούν στους γονείς τους σε περίπτωση που δεν καταφέρουν να βρουν λύση με τους φίλους τους

Θέμα 5ο: Η μειοψηφία των εφήβων απευθύνεται απευθείας στους γονείς, όταν συναντά κακοποιητικές συμπεριφορές στα ΜΚΔ

- Οι έφηβοι θα συζητήσουν με τους γονείς τους σε περίπτωση που πέσουν θύματα κακοποιητικών συμπεριφορών στα ΜΚΔ
- Σε περίπτωση κάποιου περιστατικού οι έφηβοι σπάνια επιλέγουν να απευθυνθούν στον πατέρα τους
- Σε περίπτωση κάποιου περιστατικού οι έφηβοι – συνήθως τα κορίτσια – επιλέγουν να απευθυνθούν πρωτίστως στη μητέρα τους

2.8.3. Σχηματική απεικόνιση θεμάτων

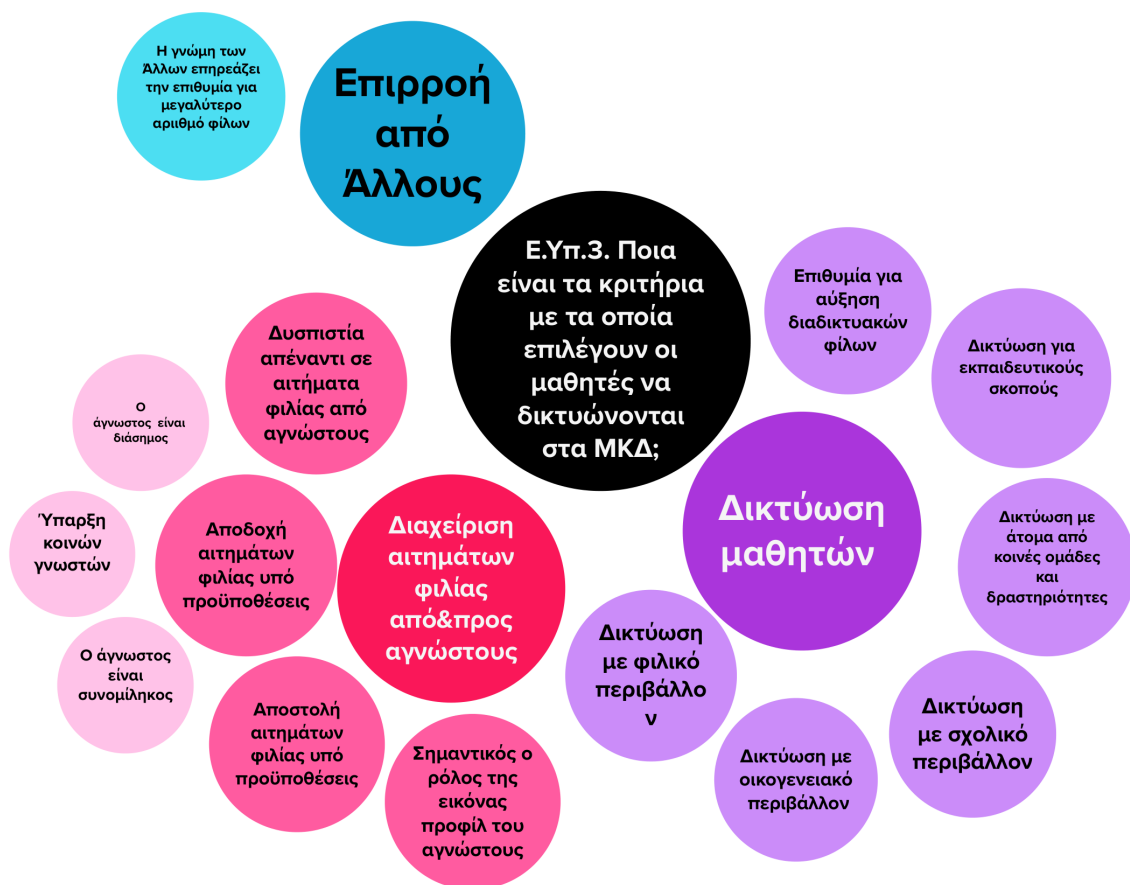
Ε.Ε.1. Με ποιον τρόπο επιτελείται η λειτουργία της επικοινωνίας από τους μαθητές του 4ου ΓΕΛ Κατερίνης στα ΜΚΔ;



Σχήμα 8. Ε.Ε.1./Ε.Υπ.1. - Θέματα και κωδικοί



Σχήμα 9. Ε.Ε.1./Ε.Υπ.2. - Θέματα και κωδικοί

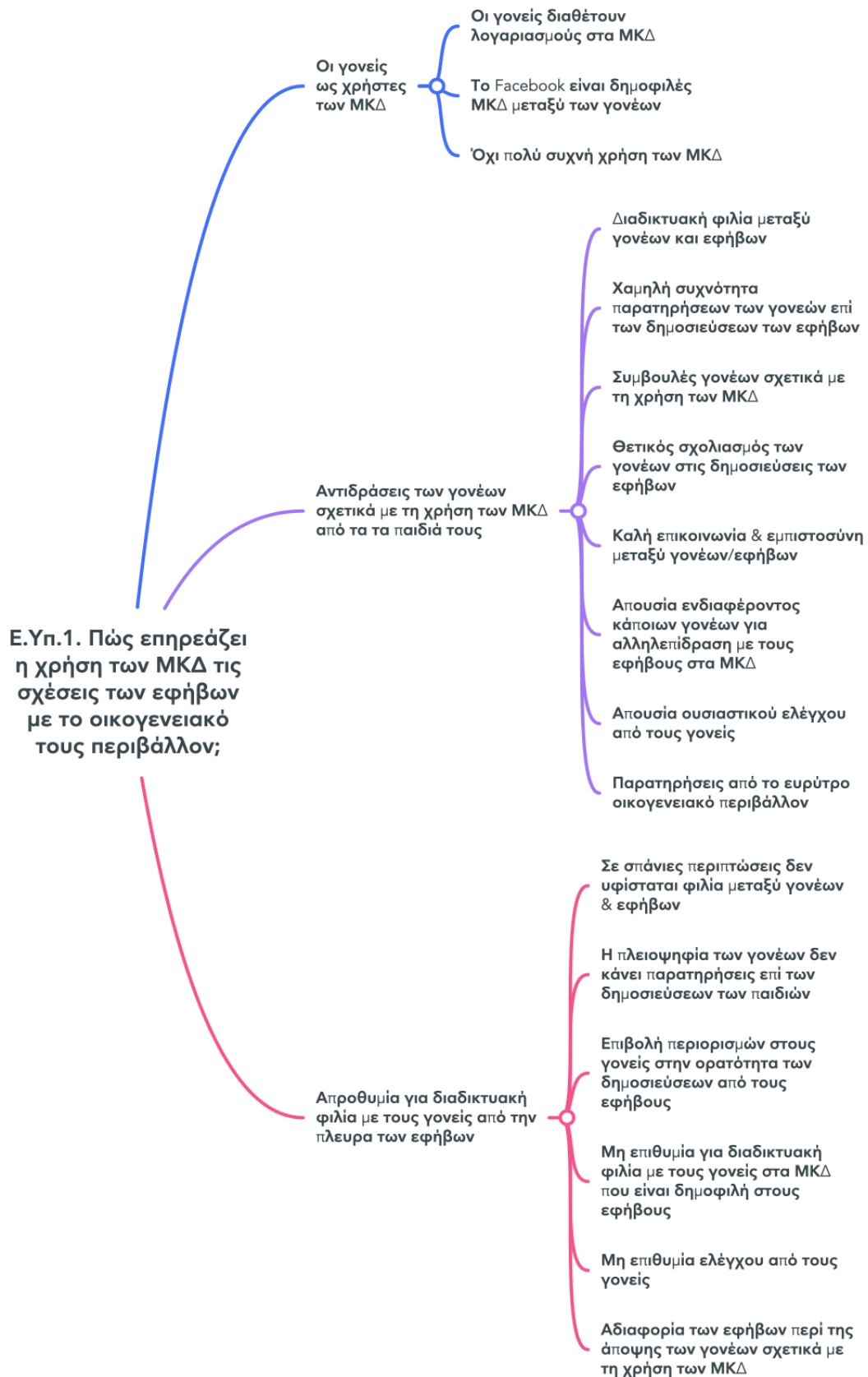


Σχήμα 10. Ε.Ε.1./Ε.Υπ.3. - Θέματα και κωδικοί

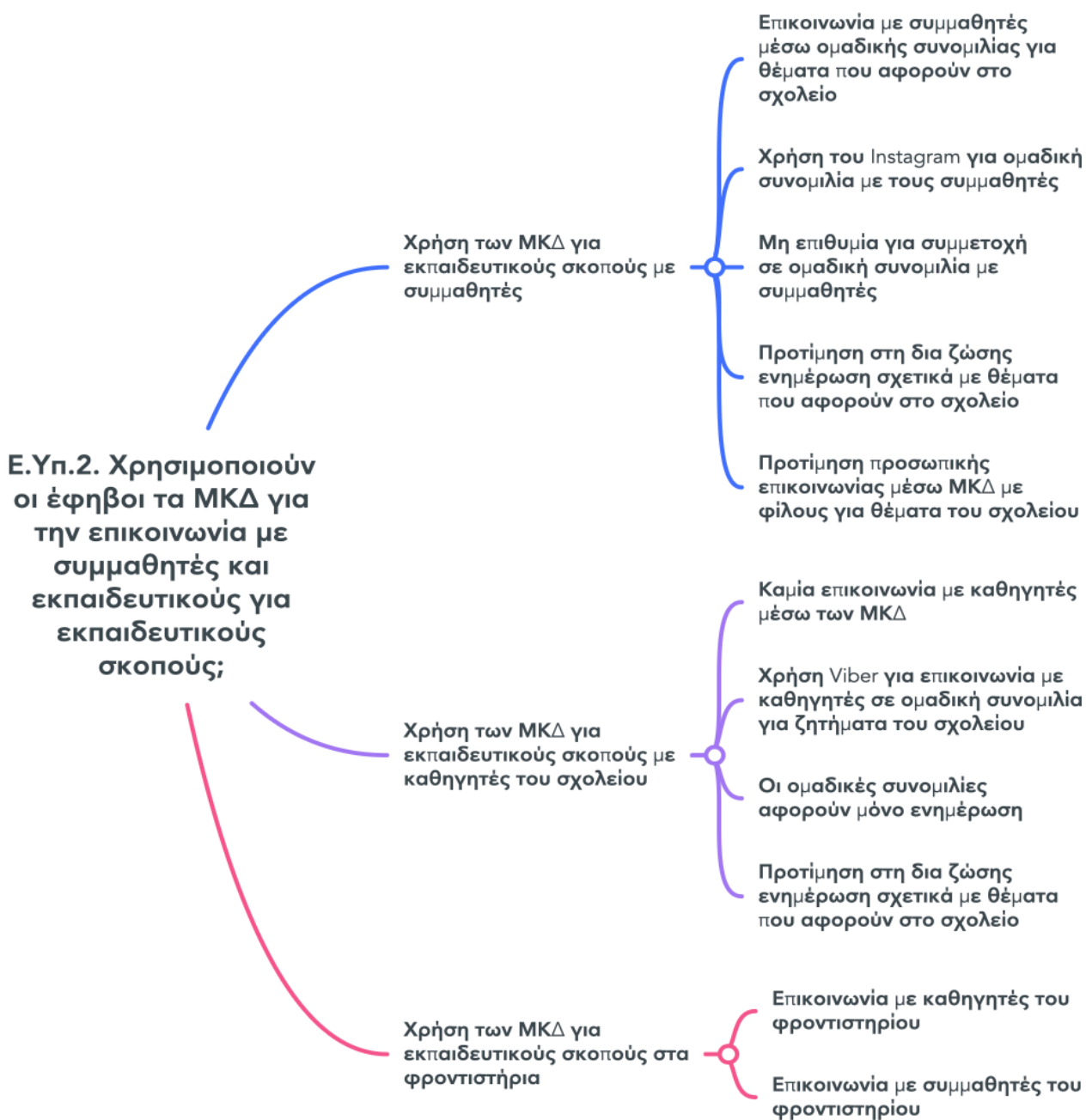


Σχήμα 11. Ε.Ε.1./Ε.Υπ.4. - Θέματα και κωδικοί

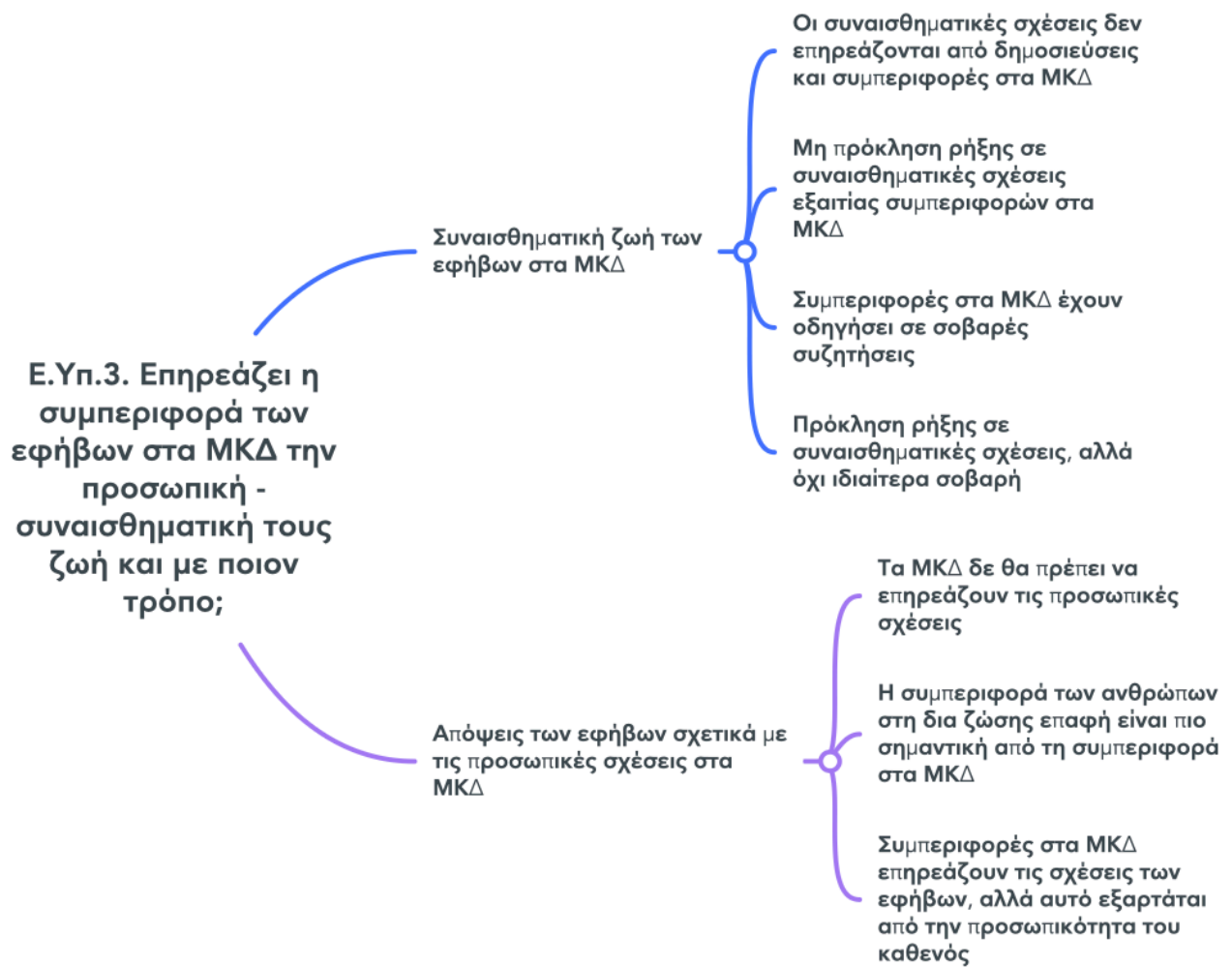
Ε.Ε.2. Σε ποιο βαθμό φαίνεται να επιδρούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στις κοινωνικές, οικογενειακές και προσωπικές σχέσεις των εφήβων;



Σχήμα 12. Ε.Ε.2./Ε.Υπ.1. - Θέματα και κωδικοί

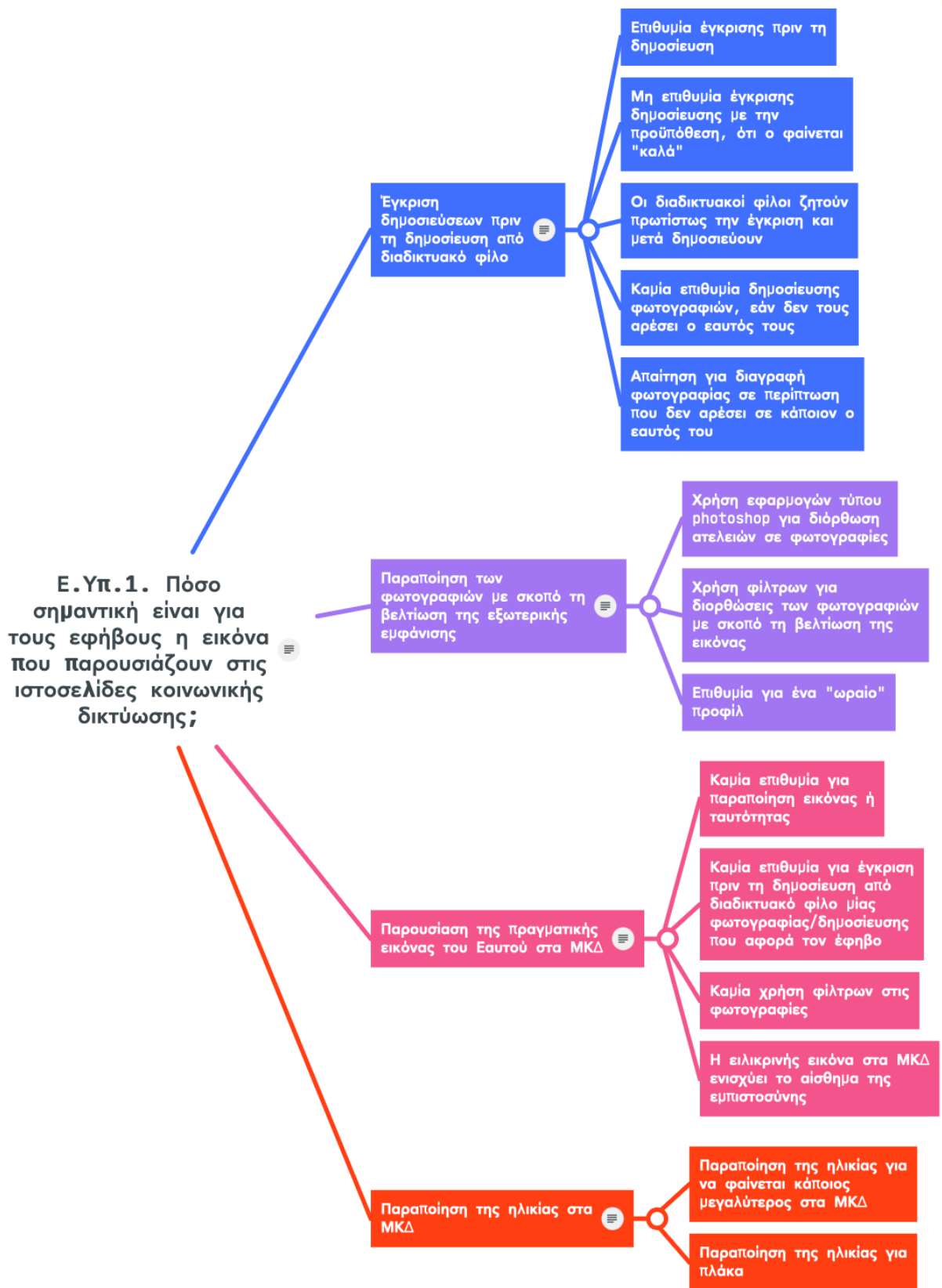


Σχήμα 13. Ε.Ε.2./Ε.Υπ.2. - Θέματα και κωδικί

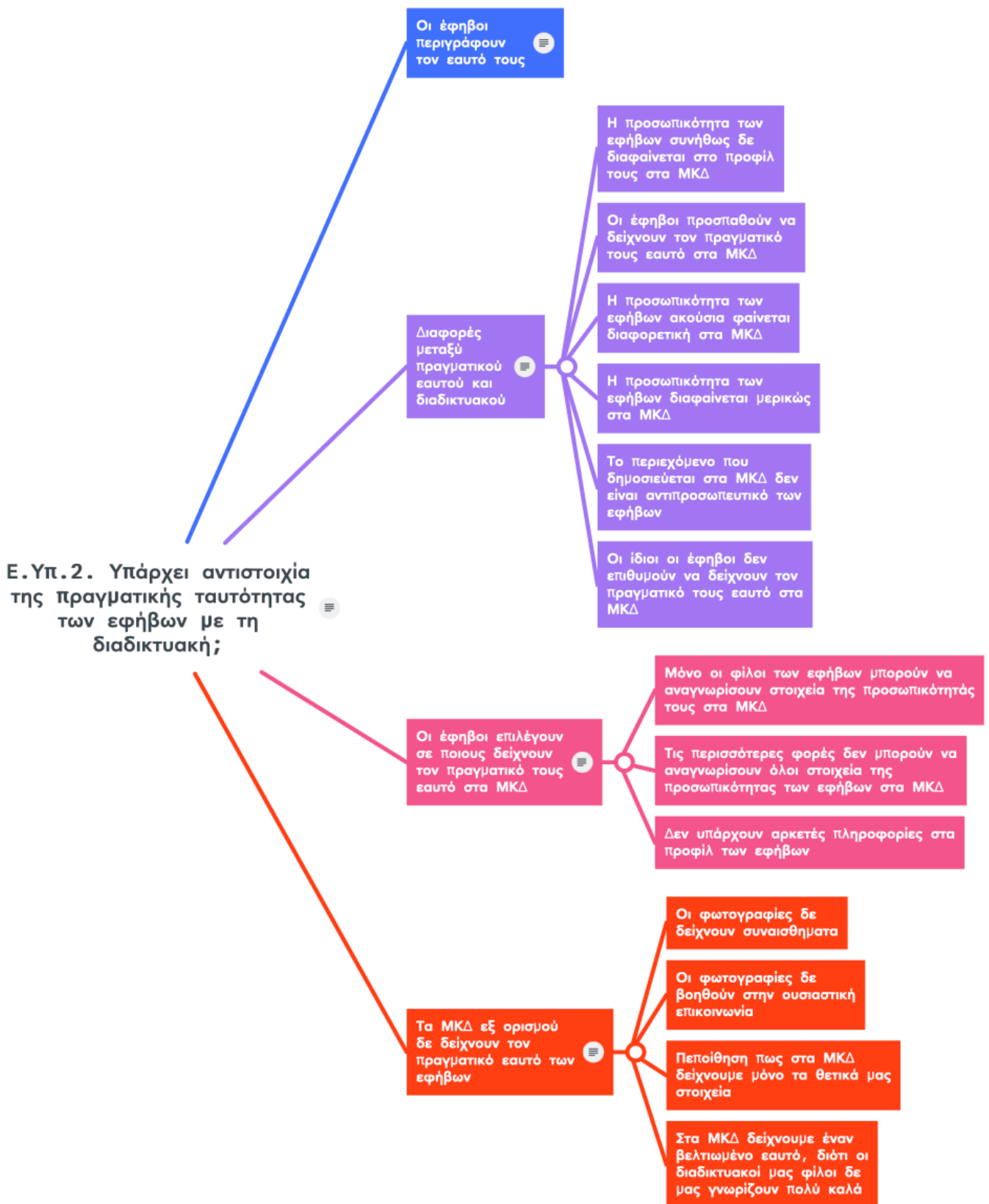


Σχήμα 14. Ε.Ε.2./Ε.Υπ.3. - Θέματα και κωδικοί

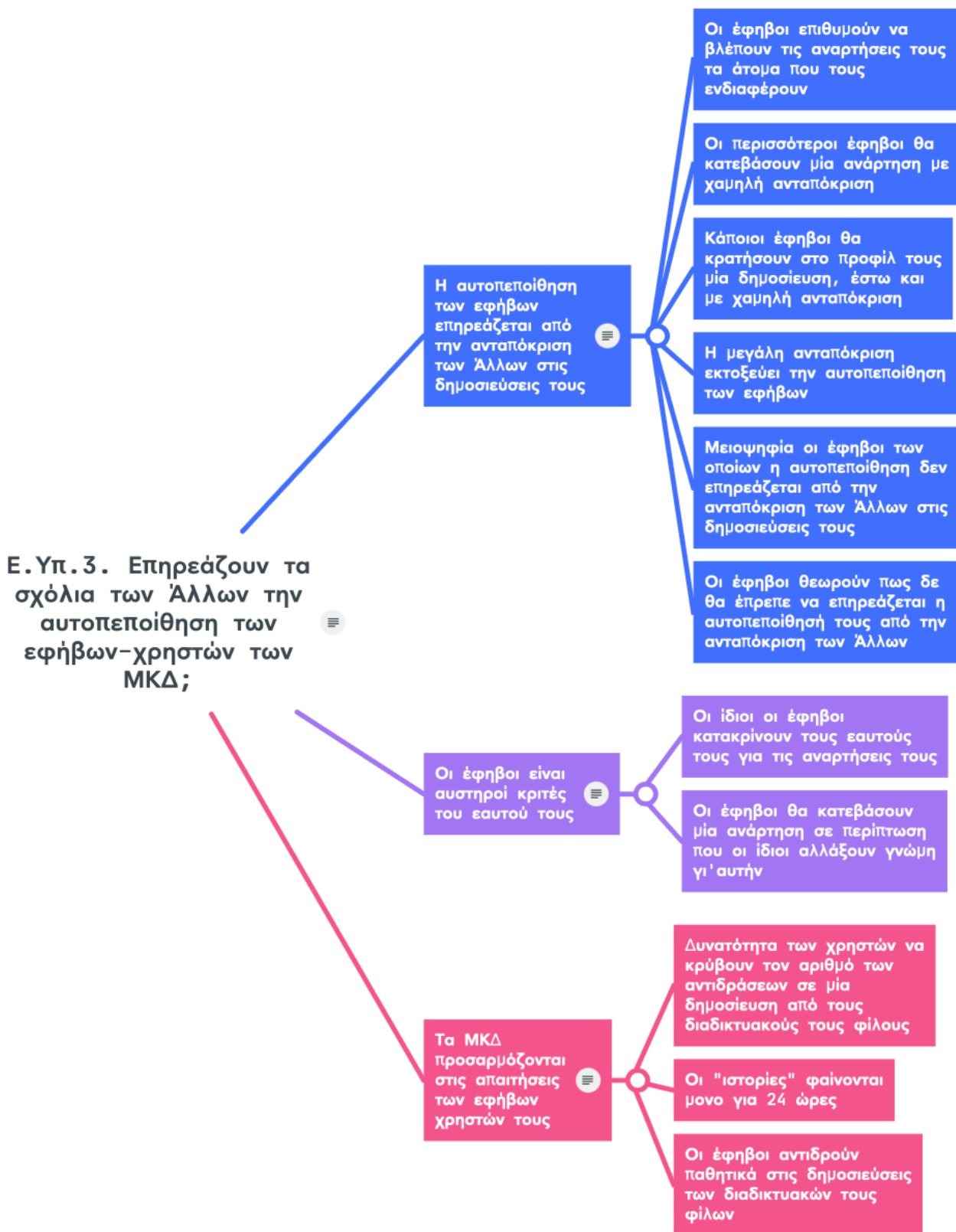
Ε.Ε.3. Ποιοι παράγοντες διαμορφώνουν τη διαδικτυακή ταυτότητα των μαθητών του 4ου ΓΕΛ Κατερίνης;



Σχήμα 15. Ε.Ε.3./Ε.Υπ.1. - Θέματα και κωδικοί

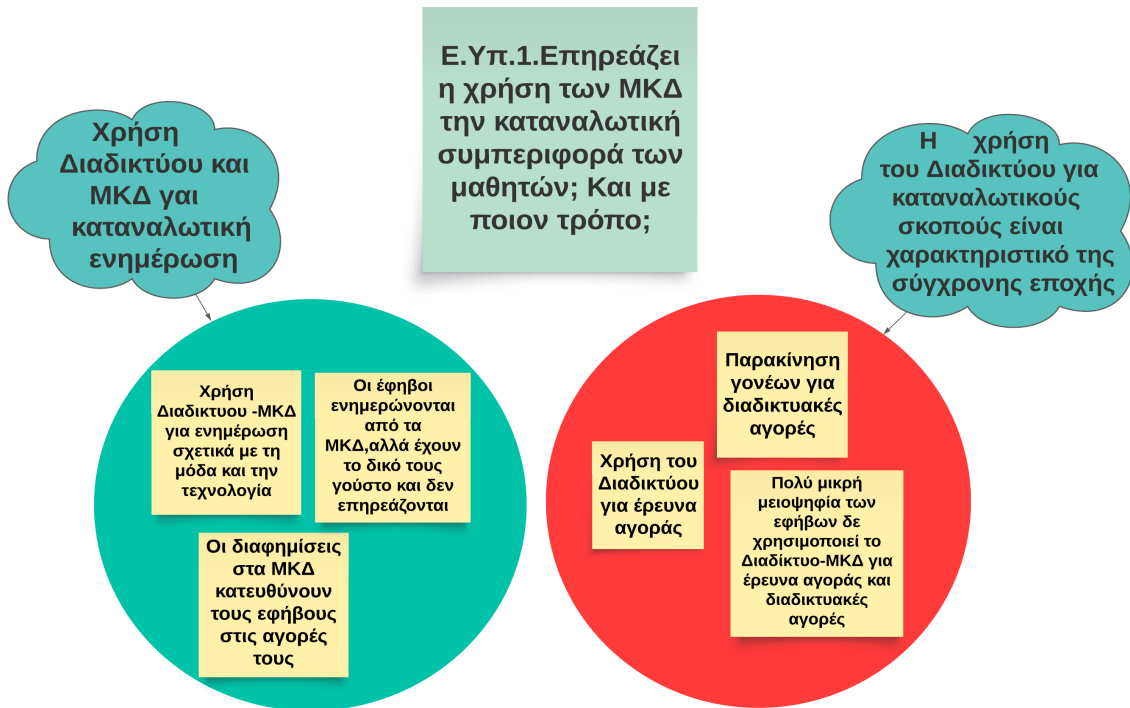


Σχήμα 16. Ε.Ε.3./Ε.Υπ.2. - Θέματα και κωδικοί

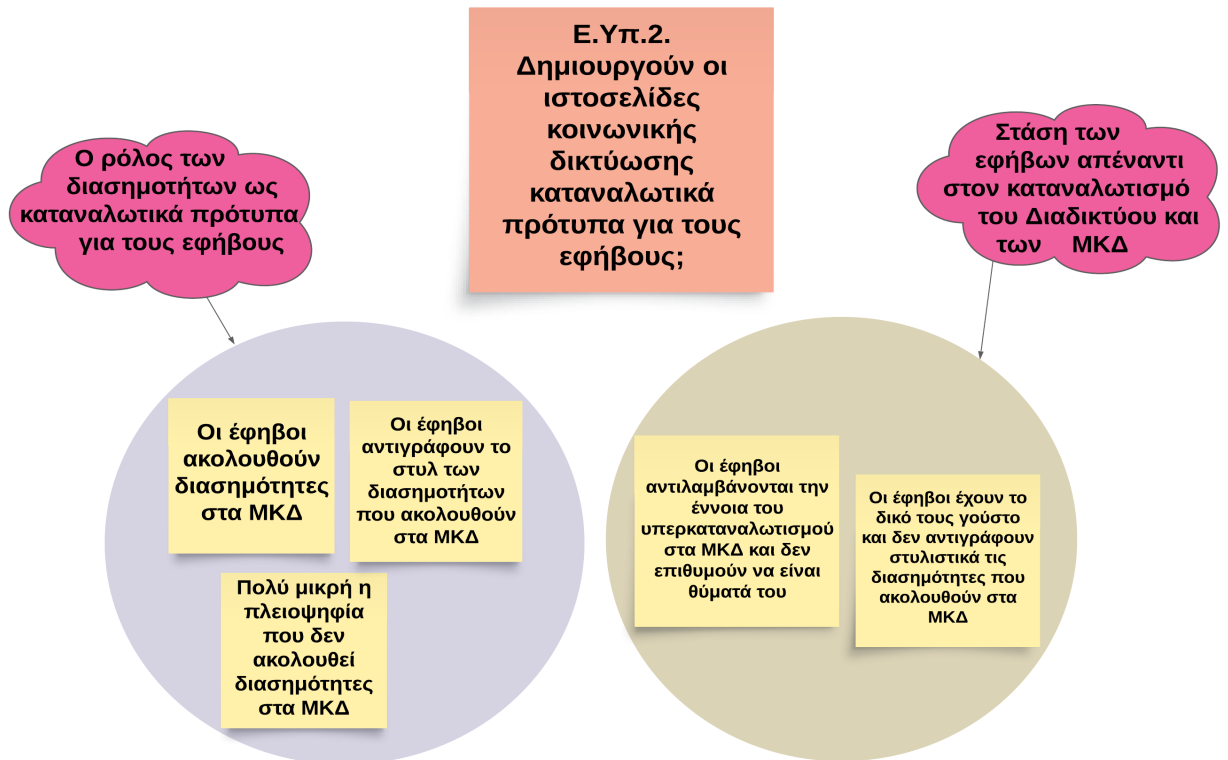


Σχήμα 17. Ε.Ε.3./Ε.Υπ.3. - Θέματα και κωδικοί

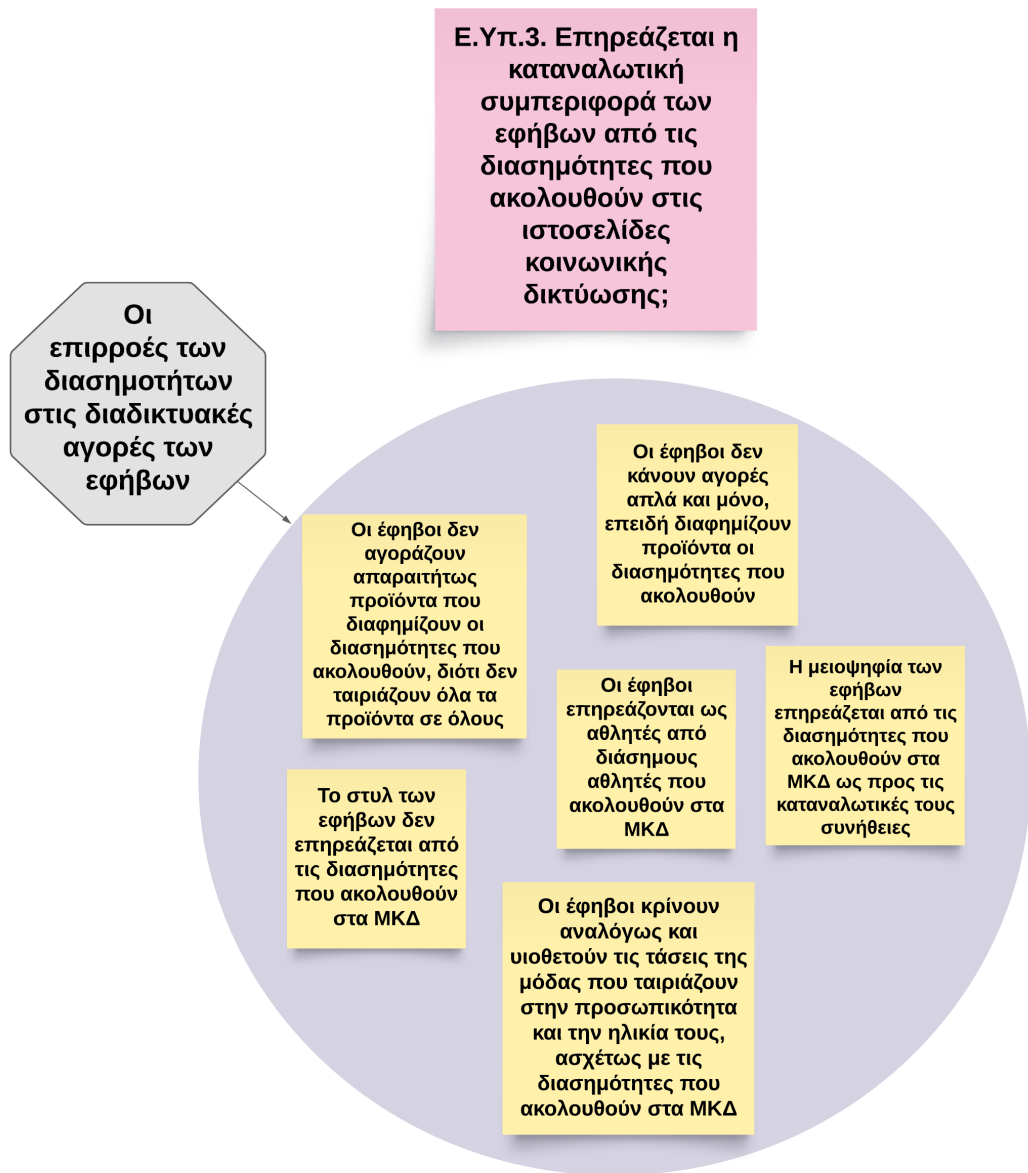
Ε.Ε.4. Ποιες είναι οι επιρροές που δέχονται οι μαθητές του 4ου ΓΕΛ Κατερίνης από τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης;



Σχήμα 18. Ε.Ε.4./Ε.Υπ.1. - Θέματα και κωδικοί



Σχήμα 19. Ε.Ε.4./Ε.Υπ.2. - Θέματα και κωδικοί



Σχήμα 20. Ε.Ε.4./Ε.Υπ.3. - Θέματα και κωδικοί

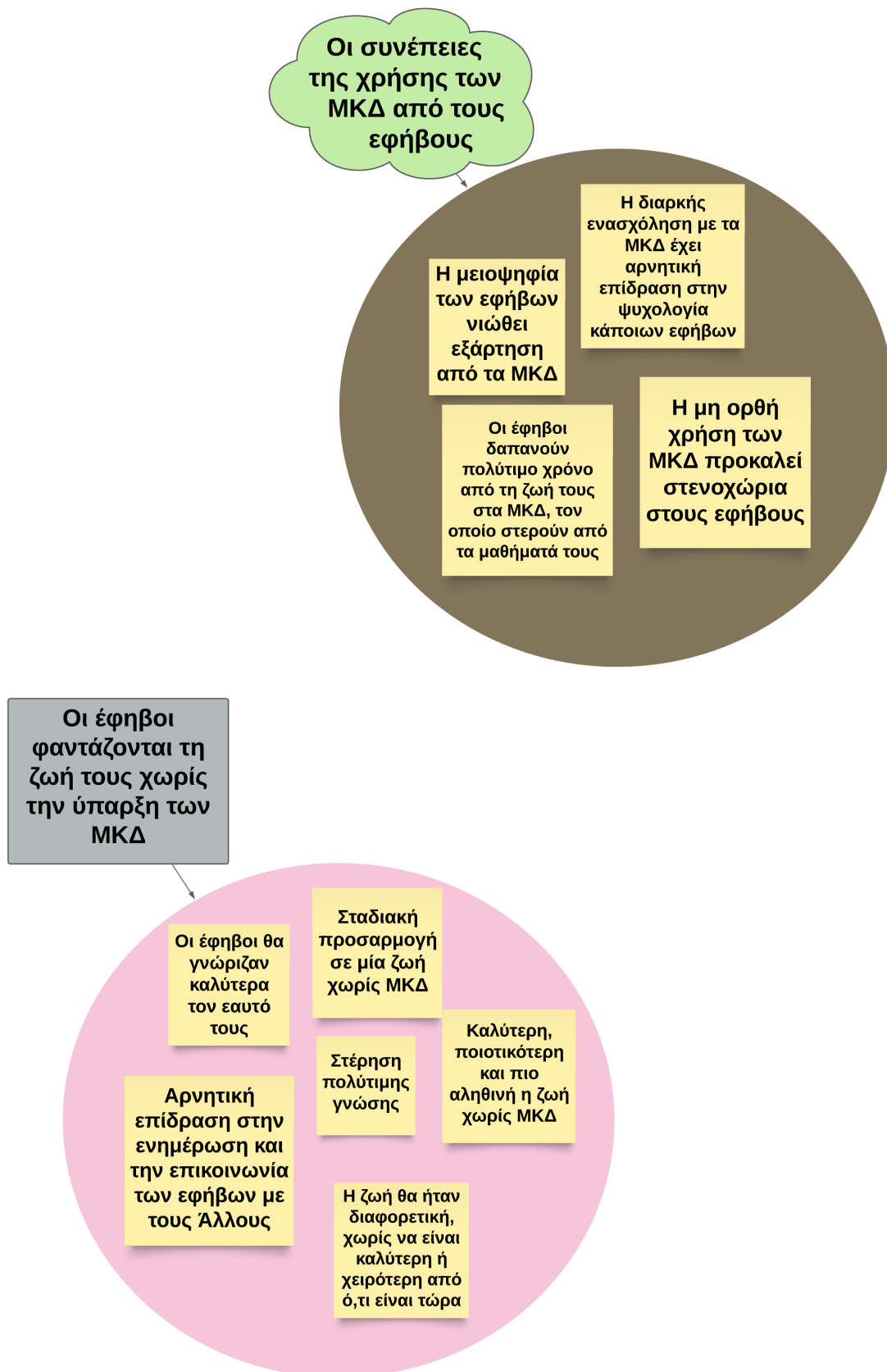
Ε.Υπ.4. Πώς εντάσσεται η συμπεριφορά των εφήβων στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης στη δομή της ευρύτερης κοινωνίας και κατά πόσο διαμορφώνουν αυτήν την νέα εποχή στην οποία έχουμε περιέλθει;

Η καταναλωτική συμπεριφορά των εφήβων ως κινητήριο δύναμη της οικονομίας



Στάσεις και αντιλήψεις των μαθητών σχετικά με τη σχέση τους με τα ΜΚΔ





Σχήμα 21. Ε.Ε.4./Ε.Υπ.4. - Θέματα και κωδικοί

Ε.Ε.5. Πώς αντιλαμβάνονται και πώς αντιμετωπίζουν οι έφηβοι τους κινδύνους που ελλοχεύουν κατά τη χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης;



Σχήμα 22. Ε.Ε.5./Ε.Υπ.1. - Θέματα και κωδικοί

Ε.Υπ.2. Λαμβάνουν οι μαθητές επαρκή ενημέρωση από την οικογένειά τους, ώστε να προστατευθούν από τους διαδικτυακούς κινδύνους;

Πλημμελής ενημέρωση των εφήβων από τους γονείς τους σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

Μειοψηφία οι γονείς που επιμένουν στην πλήρη ενημέρωση των παιδιών τους σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

Οι έφηβοι στηρίζονται στις δικές τους δυνάμεις για να προφυλαχθούν από τις κακοτοπιές στα ΜΚΔ

Πλημμελής ενημέρωση από τους γονείς σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ σε μικρή ηλικία

Και οι δύο γονείς συζητούν για την ορθή χρήση των ΜΚΔ με τα παιδιά τους

Οι γονείς συμβουλεύουν τα παιδιά τους να αποφεύγουν τις κακοτοπιές στα ΜΚΔ

Καμία ενημέρωση από τους γονείς σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

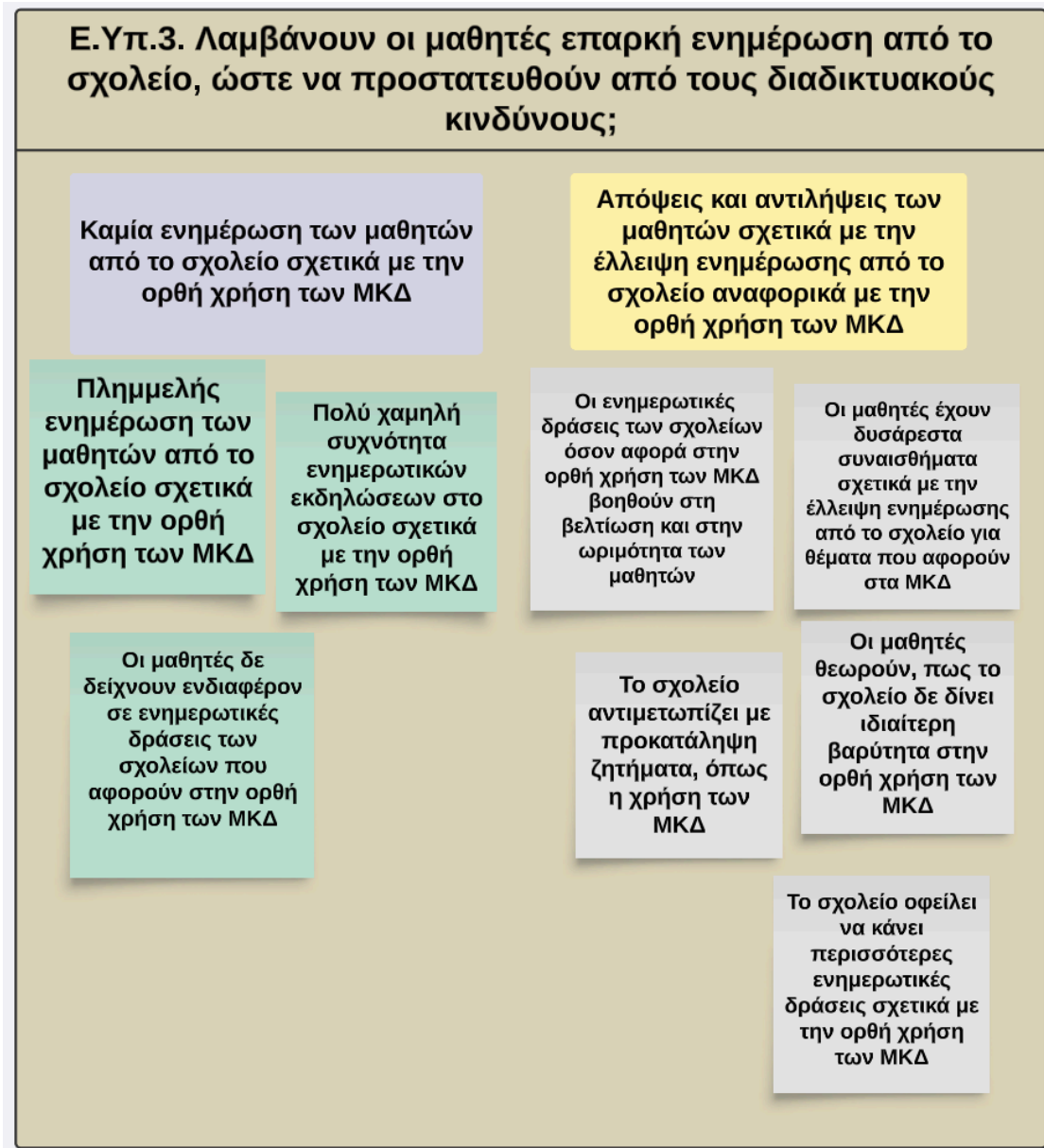
Ενημέρωση των εφήβων σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ από το ευρύτερο οικογενειακό περιβάλλον

Οι γονείς εφιστούν συνεχώς την προσοχή στα παιδιά τους σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

Διαρκής ενημέρωση εφήβων από τους γονείς τους σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ

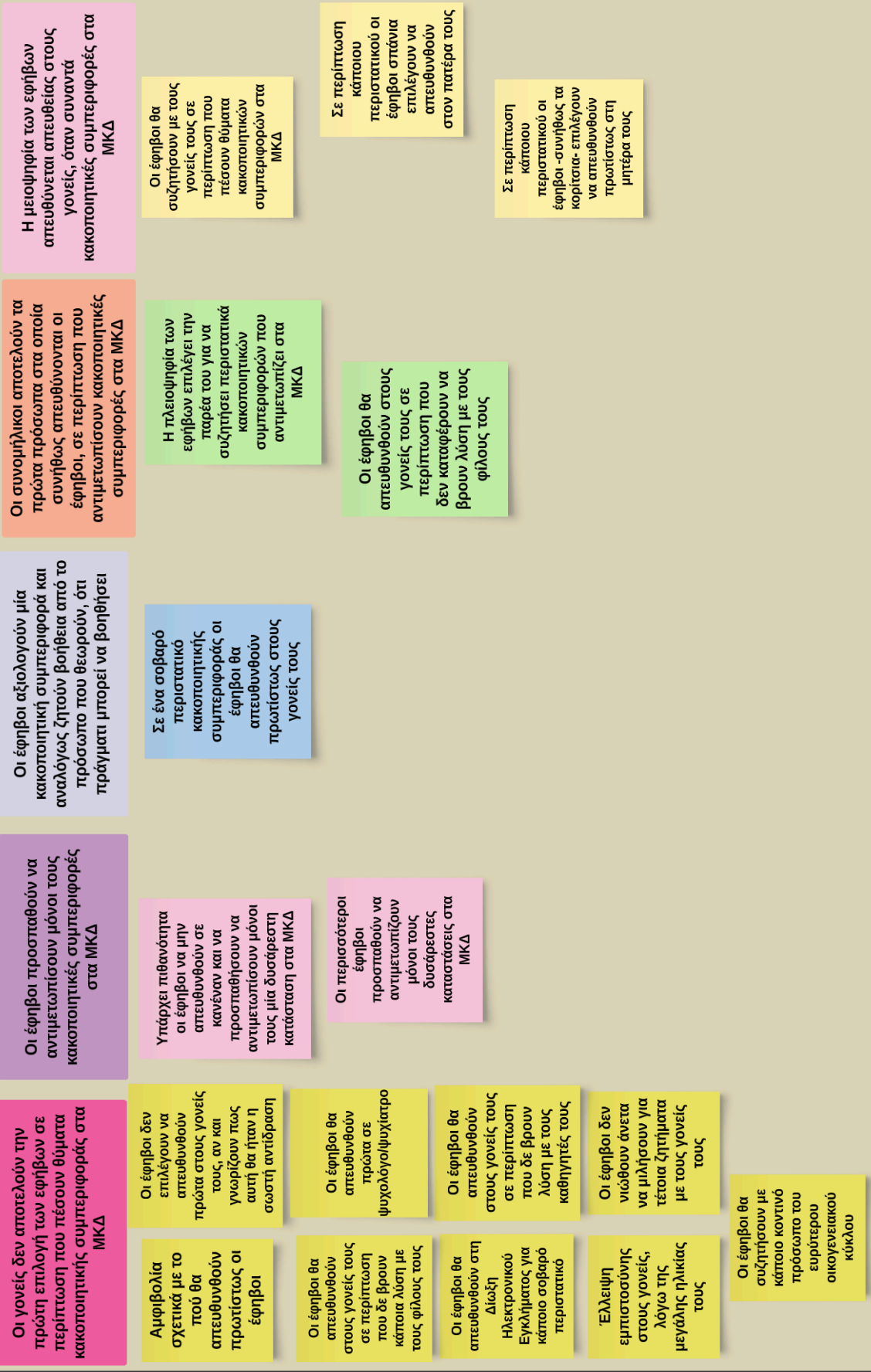
Οι γονείς δεν επέτρεπαν τη χρήση των ΜΚΔ στα παιδιά τους εξαιτίας των πιθανών κινδύνων και του πιθανού εθισμού σε αυτά

Σχήμα 23. Ε.Ε.5./Ε.Υπ.2. - Θέματα και κωδικοί



Σχήμα 24. Ε.Ε.5./Ε.Υπ.3. - Θέματα και κωδικοί

Ε.Υπ.4. Υπάρχουν σχέσεις εμπιστοσύνης μεταξύ γονέων και εφήβων, ώστε να νιώθουν ασφαλείς για να μιλήσουν για παρεκκλίνοσες συμπεριφορές στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης;



Σχήμα 25. Ε.Ε.5./Ε.Υπ.4. - Θέματα και κωδικοί

2.8.4. Έκθεση των αποτελεσμάτων της θεματικής ανάλυσης περιεχομένου

Η ολοκλήρωση της ανάλυσης των ερευνητικών δεδομένων σήμανε και τη λήξη μίας δύσκολης μα εξαιρετικά δημιουργικής διαδικασίας, κατά την οποία ήρθαμε σε αλληλεπίδραση με τα πρωτογενή μας δεδομένα. Το πρώτο στάδιο της συλλογής των δεδομένων με τις συνεντεύξεις των μαθητών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης, ήδη είχε φωτίσει κάποιες πτυχές του ερευνητικού μας προβλήματος. Η απομαγνητοφώνηση και η μετεγγραφή των συνομιλιών μας, επίσης μας έφερε ακόμα πιο κοντά στις απαντήσεις κάποιων από τα ερευνητικά ερωτήματα και υποερωτήματα που τέθηκαν, ενώ η κωδικοποίηση και ο τεμαχισμός των απαντήσεων των παιδιών και εν συνεχεία η δημιουργία των θεμάτων σε συνδυασμό με την παραγωγική σκέψη καθ' όλο το χρονικό διάστημα αυτής της διαδικασίας έφερε στην επιφάνεια συνδυασμούς απαντήσεων και μοτίβα που εκ πρώτης όψεως δεν ήταν δυνατόν να γίνουν αντιληπτά. Παρατηρώντας τα θέματα που προέκυψαν και τους υπαγόμενους σε αυτά κωδικούς, οι οποίοι υπέστησαν πολλές φορές επεξεργασία για να καταλήξουν σε αυτήν τη μορφή, κατά την οποία είτε ερμηνεύουν, είτε περιγράφουν ένα απόσπασμα ομιλίας, οδηγηθήκαμε σε απαντήσεις στα ερευνητικά ερωτήματα και υποερωτήματα, ενώ δομείται μία ολοκληρωμένη, πλήρης και τεκμηριωμένη εικόνα της χρήσης των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης από τους μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης, απαντώντας στο ερευνητικό μας πρόβλημα που ήταν **ο ρόλος της ηλεκτρονικά μεσοποιημένης επικοινωνίας στην εφηβική ηλικία και συγκεκριμένα, η επίδραση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στους εφήβους ηλικίας 15 έως 18 ετών**. Σκοπός μας ήταν μέσα από τις στάσεις και τις απόψεις των εφήβων να γνωρίσουμε και να ερμηνεύσουμε τα βαθύτερα κίνητρά τους από τη χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης, να μάθουμε τους τρόπους με τους οποίους επιλέγουν να επικοινωνήσουν μεταξύ τους, να διερευνήσουμε το πώς οι ίδιοι αντιλαμβάνονται τους τρόπους με τους οποίους διαμορφώνει τις μεταξύ τους σχέσεις η δράση που αναπτύσσουν στα social media, καθώς επίσης και να αναζητήσουμε και το αποτύπωμα αυτής τους της συμπεριφοράς στη γενικότερη εικόνα της σημερινής κοινωνίας υπό το πρίσμα των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών που φέρει η εφηβική ηλικία και προς αυτήν την κατεύθυνση μας οδήγησε η θεματική ανάλυση περιεχομένου.

Καθ' όλη την ερευνητική διαδικασία τα ερευνητικά μας ερωτήματα και υποερωτήματα αποτέλεσαν τον οδηγό μας, συνεπώς με το ίδιο μοτίβο θα παρουσιάσουμε και τα αποτελέσματα της μελέτης περίπτωσης που διεξήχθη, ώστε να δοθούν και οι σαφείς απαντήσεις στα εν λόγω ερωτήματα. Αρχικά θα πρέπει να κατανοήσουμε, πως οι μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης, αν και είναι μόλις 15 έως 18 ετών, είναι πολίτες ενός παγκοσμιοποιημένου περιβάλλοντος και έχουν την ίδια πρόσβαση πλέον στην πληροφορία, όπως έχουν όλοι οι ενήλικοι, ενώ κάποια χρόνια πριν οι έφηβοι δεν είχαν καμία πρόσβαση σε μία παγκόσμια δεξαμενή πληροφοριών από την οποία δεν αντλούν μόνο πρωτογενείς πληροφορίες, τις οποίες οι ίδιοι επεξεργάζονται, αλλά είναι ήδη επεξεργασμένες και στοχεύουν στην προσέλκυσή τους.

Οι συμμετέχοντες στη μελέτη περίπτωσης δείχνουν σαφή προτίμηση στο Διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για την ενημέρωση, αλλά και για την επικοινωνία τους και ταυτόχρονα μας εξηγούν και τους λόγους για τους οποίους προτιμώνται έναντι των παραδοσιακών μέσων. Η πληθώρα πληροφοριών, οι γρήγορες ταχύτητες και η ευκολία στη χρήση είναι δύο βασικές ιδιότητες των νέων τεχνολογιών που τις καθιστούν ιδιαίτερα ελκυστικές στους εφήβους, ενώ ταυτόχρονα έχουν την ευκαιρία να μη μαθαίνουν τα γεγονότα μονομερώς, αλλά να διασταυρώνουν τις πηγές τους εξασφαλίζοντας μία σχετική αξιοπιστία στα όσα μαθαίνουν από το Διαδίκτυο, το οποίο τους προσφέρει μεγάλη ευελιξία και ελευθερία κινήσεων, όπως επίσης και πολλές επιλογές για να διαλέξουν τα ίδια τα παιδιά από πού θα ενημερωθούν και με ποιον τρόπο. Επίσης αρκετές φορές αναφέρθηκε πως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν το αίσθημα της «χαλάρωσης», σε αντίθεση με τα παραδοσιακά μέσα, τα οποία δημιουργούν άγχος και στρες, αφού παρουσιάζουν διαρκώς δυσάρεστα γεγονότα και ειδήσεις. Ένα μοτίβο που συναντήσαμε αρκετές φορές κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων είναι πως συχνά οι έφηβοι παρακολουθούν τηλεόραση αναγκαστικά, γιατί συμβιώνουν με τους ενήλικες γονείς τους ή ακόμα και τους παππούδες τους, οι οποίοι δείχνουν σαφή προτίμηση στα παραδοσιακά μέσα. Ωστόσο αυτό που έχει αρκετό ενδιαφέρον είναι η μεγάλη δυσπιστία που δείχνουν απέναντι στα παραδοσιακά μέσα, αλλά και στο μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Ενώ δηλαδή, προτιμούν το Διαδίκτυο, κατανοούν, ότι στον κυβερνοχώρο η παραπληροφόρηση είναι βασικό χαρακτηριστικό και γι'

αυτό το λόγο διατηρούν πάντα τις αμφιβολίες τους για ό,τι διαβάζουν, ενώ επιλέγουν συνήθως επίσημους φορείς για την ενημέρωσή τους, όπως χαρακτηριστικά αναφέρει η μαθήτρια ΚΜΗΑ3 «Πρέπει να προσέχουμε παρά πολύ από πού (ενημερωνόμαστε), ποιος είναι ο πομπός της πληροφορίας, άμα είναι έγκυρη η πηγή ή όχι. Αυτές της κυβέρνησης, κάποιας εφημερίδας πολύ γνωστής που έχει κάνει και ιστοσελίδες και είναι εδώ και χρόνια, αυτό, ναι». Επίσης αυτό που παρατηρούμε να λέγεται συχνά στις συνεντεύξεις των συμμετεχόντων είναι πως τα παιδιά έχουν γεννηθεί μέσα στη εποχή της τεχνολογίας και όλα αυτά που οι ενήλικοι θεωρούν καινοτομίες, για τα ίδια τα παιδιά είναι απλά μία πραγματικότητα και η καθημερινότητά τους, όπως αναφέρει και ο μαθητής ΑΚΔΓ3 «παιδιά του Διαδικτύου είμαστε τώρα».

Οι περισσότεροι συμμετέχοντες διατηρούν λογαριασμούς σε αρκετά μέσα κοινωνικής δικτύωσης, με δημοφιλέστερο το Instagram, το οποίο χρησιμοποιούν κυρίως για την επικοινωνία τους, ενώ ακολουθεί το Tik Tok, το οποίο χρησιμοποιούν κατά κύριο λόγο για την ψυχαγωγία τους βλέποντας βίντεο. Αρκετά συχνά αναφέρεται το Messenger, το Snapchat, αλλά και το Twitter, κυρίως από τα αγόρια. Στο σημείο αυτό να αναφέρουμε πως ο ρόλος της παρέας είναι καταλυτικός σχετικά με το ποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης προτιμάται από τους συμμετέχοντες, όπως αναφέρει και ο μαθητής ΑΒΛΒ3 «το Instagram είναι, οι περισσότεροι φίλοι μου, εκεί όλοι έχουνε», αλλά και η μαθήτρια ΚΖΚΒ3 «το Instagram θα πω ναι, για να μιλάω με τους φίλους μου».

Όσον αφορά στα πρόσωπα με τα οποία οι συμμετέχοντες επιλέγουν να δικτυώνονται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι κατά κύριο λόγο οι φίλοι τους, είτε από το σχολείο, είτε από τις δραστηριότητες και τις κοινωνικές ομάδες στις οποίες συμμετέχουν, η οικογένειά τους και συγγενικά τους πρόσωπα, ενώ υπάρχει μία σαφέστατη δυσπιστία σχετικά με τη διαχείριση των αιτημάτων φιλίας που δέχονται ή αποστέλλουν τα ίδια τα παιδιά σε αγνώστους. Τα παιδιά αναφέρουν πως είναι εξαιρετικά επιφυλακτικά απέναντι σε αγνώστους που τα πλησιάζουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όμως ενώ αρχικά στο ερώτημά μας απαντούσαν κατηγορηματικά, πως δε δημιουργούν διαδικτυακές φιλίες με αγνώστους σε μία μικρή συζήτηση γύρω από αυτό το ζήτημα, η συντριπτική πλειοψηφία παραδέχθηκε πως υπό προϋποθέσεις καί δέχονται, αλλά καί αποστέλλουν αίτημα φιλίας σε αγνώστους. Οι προϋποθέσεις αυτές είναι συνήθως «εάν κάποιος είναι γνωστός

γνωστού», «όταν βλέπω, ότι ακολουθείται από κάποιον που ξέρω και μου εξηγεί ποιος είναι αυτός», «αν δεν έχουμε καμία κοινή επαφή, όχι», «αν τον ξέρω λίγο φατσικά και τον ακολουθούν οι φίλοι μου», εάν έχουν τον ίδιο τόπο διαμονής, ή εάν είναι κάποιο διάσημο πρόσωπο. Επιπλέον θα δημιουργήσουν με κάποιον άγνωστο διαδικτυακή φιλία, εάν παρουσιάζει ένα καλό προφίλ, «συμμαζεμένο», εάν είναι κοντά στην ηλικία, όπως αναφέρει χαρακτηριστικά η μαθήτρια ΚΖΚΒ3 «άμα είναι πολύ μεγαλύτεροι από εμένα, δεν τους αποδέχομαι φυσικά». Γενικά τα κορίτσια, θέτουν πιο αυστηρά κριτήρια σε σχέση με τα αγόρια, όσον αφορά στα αιτήματα φιλίας από αγνώστους, ενώ διαφαίνονται γενικότερα πιο αυστηρές και κατηγορηματικές, όταν αναφέρουν πως σε καμία περίπτωση δεν αποδέχονται αιτήματα φιλίας από ανθρώπους που δε γνωρίζουν καθόλου, καθώς δεν έχουν εμπιστοσύνη σε κανέναν άγνωστο και τους δημιουργούνται εκτός από αισθήματα δυσπιστίας και αισθήματα φόβου. Επιπλέον οι συμμετέχοντες παραδέχονται τη δύναμη της εικόνας, καθώς πιστεύουν πως η φωτογραφία που έχει στο προφίλ του κάποιος – ακόμα κι αν είναι άγνωστος – είναι ιδιαίτερα καθοριστική στο εάν θα αποδεχθούν ένα αίτημα φιλίας, καθώς όπως αναφέρει και η μαθήτρια ΚΚΚΒ3 «ε είναι το πρώτο μέσο για να καταλάβεις περί τίνος πρόκειται», αλλά και η μαθήτρια ΚΜΗΑ3 «πάρα πολύ μετράει, είναι πολύ σημαντικό, παίζει μεγάλο ρόλο για εμένα, πάντα βλέπω ποιος είναι, γιατί καταλαβαίνω την ηλικία του, ίσως με τι ασχολείται, αν τον ξέρω μπας και τον έχω δει, τον σκανάρω κάπως κατά μία έννοια». Ωστόσο σχετικά με τον αριθμό των διαδικτυακών φίλων που σχετίζεται και με την αποδοχή η μη αιτημάτων φιλίας από αγνώστους, αναφέρεται χαρακτηριστικά από έναν μαθητή, η κοινωνική πίεση που ασκείται και η άποψη των Άλλων «ας πούμε τώρα είμαι στη φάση που θέλω να τους σβήσω όλους, γιατί νομίζω δεν υπάρχει λόγος να έχουμε πολλούς...Ναι, αλλά μετά σε τρώει κι αυτό τώρα έχω λίγους, θα λένε οι άλλοι καλά αυτός έχει λίγους (φίλους)..». Συνεπώς παρατηρείται μία σχέση μεταξύ της συμπεριφοράς που έχουν κάποιοι έφηβοι στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με την άποψη των Άλλων που σημαίνει, πως ασκείται και κάποιος βαθμός επιρροής από τους Άλλους προς τους εφήβους, αν και αυτό δεν αποτελεί τον κανόνα, καθώς μόνο ένας μαθητής αναφέρθηκε σχετικά.

Οι συμμετέχοντες μαθητές και μαθήτριες αναφέρουν πως δεν επισκέπτονται συχνά τα προφίλ των διαδικτυακών τους φίλων, καθώς τα μέσα κοινωνικής

δικτύωσης έχουν φροντίσει κάθε τι νέο να εμφανίζεται στο «newsfeed»³²⁵. Επιπλέον αρκετά παιδιά αναφέρουν πως δεν ενδιαφέρονται να μαθαίνουν τι κάνει ο καθένας στη ζωή του, συνεπώς είτε από αδιαφορία είτε από διακριτικότητα αποφεύγουν να μπαίνουν στο προφίλ των διαδικτυακών τους φίλων, άλλωστε μαθαίνουν δια ζώσης τι συμβαίνει στη ζωή των κοντινών τους ανθρώπων. Αυτό είναι ένα μοτίβο που το συναντήσαμε αρκετά συχνά, δηλαδή ότι αν και δεν επιθυμούν να «ψάξουν» το προφίλ Άλλων, ωστόσο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης φροντίζουν τα ίδια να ενημερώνουν τους χρήστες. Και αυτό είναι σημαντικό, διότι τα ίδια τα μέσα αναπτύσσουν μία λογική «κλειδαρότρυπας», ενώ ο γνωστός σε όλους πλέον «αλγόριθμος» έχει σαφώς την τάση να εμφανίζει πάντοτε πρωτίστως τις αναρτήσεις και τις δημοσιεύσεις των ατόμων με τα οποία αλληλοεπιδρούμε περισσότερο.

Σε γενικές γραμμές οι συμμετέχοντες θεωρούν πως οι αναρτήσεις και οι δημοσιεύσεις των διαδικτυακών τους φίλων δεν επηρεάζουν και την προσωπική τους σχέση στην πραγματική ζωή, όμως διαφαίνεται μία μικρή επίδραση, ειδικά όταν οι «φίλοι» εκφράζουν απόψεις ή επικίνδυνες ρητορικές μίσους που δε συνάδουν με τις απόψεις των συμμετεχόντων. Ο μαθητής ΑΠΔΑ2 αναφέρει «αναλόγως τι είναι αυτή η ανάρτηση, ας πούμε αν είναι κάποιο πρόβλημα που αφορά την κοινωνία τότε ίσως επηρεαστεί, πολύ ελάχιστα, αλλά άμα είναι καμιά χαζομάρα ξέρω 'γω που θα αναρτήσει, κάτι ξέρω 'γω τώρα π.χ. για κάποια τρομοκρατική οργάνωση που δεν υποστηρίζω, τότε τον ξεκόβω κατευθείαν, γιατί δε συμφωνώ». Επίσης, ο μαθητής ΑΒΑΓ1 αναφέρει χαρακτηριστικά «ναι, θα με επηρεάσει, ναι. Γιατί ουσιαστικά πιστεύω, το Instagram κι αυτά είναι ένας καθρέφτης της προσωπικότητας του άλλου». Συνεπώς οι έφηβοι, σε κάποιο βαθμό, δίνουν αρκετή σημασία στις αναρτήσεις και τις δημοσιεύσεις των διαδικτυακών τους φίλων, γιατί πιστεύουν πως κατά κάποιο τρόπο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μας δείχνουν ένα δείγμα της προσωπικότητας του Άλλου. Οι έφηβοι παρατηρούν και κρίνουν κατά περίπτωση. Όσον αφορά στις φίλιες τους στην πραγματική ζωή επίσης σε κάποιο βαθμό επηρεάζονται, διότι όπως αναφέρει και η μαθήτρια ΚΖΔΑ1 «νομίζω θα το σχολιάσω, δηλαδή θα κάνω μία συζήτηση για να του πω, ότι ας πούμε δε μου άρεσε ή έχω

³²⁵Ως newsfeed αναφέρεται η ροή των ειδήσεων που εμφανίζεται στην αρχική σελίδα του προφίλ ενός χρήστη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

αντίθετη άποψη, αλλά μέχρι εκεί. Αν δω, ότι δεν καταλαβαίνει, θα τον σταματήσω». Αυτή η παραδοχή λοιπόν, εξηγεί και γιατί οι συμμετέχοντες αναφέρουν πως στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δημιουργούνται αρκετά συχνά «κόντρες» και παρεξηγήσεις μεταξύ των διαδικτυακών φίλων και τονίζουν και για ακόμα μία φορά τη σαφή τους προτίμηση στη δια ζώσης επικοινωνία.

Όσον αφορά στις συναισθηματικές σχέσεις των συμμετεχόντων μαθητών η συντριπτική πλειοψηφία τους είτε αγόρια είτε κορίτσια χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να προσεγγίσουν μία πιθανή/ έναν πιθανό σύντροφο. Οι έφηβοι συνήθως εκδηλώνουν το ενδιαφέρον τους με «αντιδράσεις» σε δημοσιεύσεις, ενώ με τον τρόπο αυτό προσδοκούν και την πιθανή αντίδραση του προσώπου που τους ενδιαφέρει, ώστε να ξεκινήσει ένας διάλογος. Τα παιδιά παραδέχονται πως η ευκολία του Διαδικτύου είναι καταλυτική για την εξεύρεση συντρόφου, ωστόσο όμως αν και το πρώτο βήμα μπορεί να γίνει στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης η δια ζώσης επικοινωνία είναι επιβεβλημένη, διότι αν και σε μικρή ηλικία, κατανοούν και αναφέρουν συχνά, πως η εικονική πραγματικότητα είναι πολύ διαφορετική από την πραγματική ζωή.

Ολοκληρώνοντας την πρώτη αυτή ενότητα, συμπεραίνουμε πως οι μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης έχουν εργαλειοποιήσει τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τόσο για την ενημέρωση, όσο και την επικοινωνία τους. Σε κάθε περίπτωση τονίζουν την προτίμησή τους στη δια ζώσης επαφή και επικοινωνία, την οποία θεωρούν αναντικατάστατη και γι' αυτό το λόγο, όταν προκύπτει κάποιο πρόβλημα δεν επιθυμούν να το λύσουν μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, παρά μόνο εάν είναι κάτι πολύ απλό που δε χρειάζεται περαιτέρω συζήτηση. Τα παιδιά θεωρούν πως μόνο στη δια ζώσης επαφή μπορούν να εκφραστούν σωστά, γιατί στο γραπτό λόγο δε διαφαίνονται όλα τα συναισθήματά τους, καθώς οι χειρονομίες, ο τόνος της φωνής, αλλά και η γλώσσα του σώματος είναι καθοριστικά στοιχεία για την επικοινωνία τους και η φύση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δεν ευνοεί στη σωστή κατανόηση του μηνύματος μεταξύ πομπού και δέκτη. Ως εκ τούτου η συντριπτική πλειοψηφία νιώθει μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση στη δια ζώσης επικοινωνία, η οποία είναι και ουσιώδες συστατικό για τις ανθρώπινες σχέσεις στην πραγματική ζωή, στην οποία διαπιστώνεται, πως οι μαθητές έχουν πλήρη συναίσθηση, ότι διαβιούν.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν εισχωρήσει πλέον σε μεγάλο βάθος στην καθημερινή ζωή των ανθρώπων και θα μπορούσαμε να πούμε, πως παίζουν έναν καθοριστικό ρόλο στις καθημερινές μας συνήθειες, στο επάγγελμα, στις προσωπικές και κοινωνικές σχέσεις, στην εκπαίδευση. Αυτό που δεν πρέπει να ξεχνάμε είναι πως οι συμμετέχοντες στη μελέτη περίπτωσης στις ηλικίες 15 έως 18 ετών γεννήθηκαν από το 2005 και μετά, που σημαίνει, ότι δεν έχουν γνώση της ζωής πριν την επέλαση της τεχνολογίας, του Διαδικτύου και βεβαίως των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Έχοντας κατά νου αυτό το πλαίσιο, εξετάσαμε τους τρόπους χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε σχέση με την οικογένεια, με το σχολείο και με τη συναισθηματική ζωή των εφήβων. Όπως διαφαίνεται και από τις απαντήσεις των παιδιών, οι γονείς τους είναι επίσης χρήστες, ωστόσο χρησιμοποιούν πολύ λιγότερο τα social media σε σχέση με τα παιδιά τους και υπάρχει και μία διαφοροποίηση στις προτιμήσεις, καθώς οι γονείς των μαθητών φαίνεται πως προτιμούν κατά κύριο λόγο το Facebook και μετέπειτα το Instagram. Γονείς και παιδιά συνήθως είναι διαδικτυακοί φίλοι, ωστόσο τα παιδιά νιώθουν αρκετές φορές το αίσθημα του ελέγχου από τους γονείς τους, οι οποίοι όμως δεν είναι συνήθως παρεμβατικοί, αλλά ανταποκρίνονται θετικά στις δημοσιεύσεις και τις συμπεριφορές των παιδιών, χωρίς οι παρατηρήσεις τους να έχουν αρνητική χροιά. Και πάλι στο σημείο αυτό, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν φροντίσει να ενσωματώσουν ένα σημαντικό εργαλείο κατά τη χρήση τους που είναι οι «ιστορίες», κατά τις οποίες μία δημοσίευση παραμένει για μόλις 24 ώρες και μετά εξαφανίζεται, ενώ ο χρήστης μπορεί να ελέγξει την ορατότητα αποκλείοντας, όποιους διαδικτυακούς φίλους επιθυμεί, χωρίς να απαιτείται η διαγραφή του εν λόγω «φίλου». Με αυτόν τον τρόπο, οι μαθητές παραδέχονται, πως ναι με ανεβάζουν ό,τι επιθυμούν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όμως οι γονείς τους αρκετές φορές αποκλείονται από το κοινό που μπορεί να δει την «ιστορία» τους, με αποτέλεσμα να μειώνεται το αίσθημα του ελέγχου από τους γονείς προς τα παιδιά τους. Αυτό το μοτίβο το συναντήσαμε αρκετές φορές κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων, όπου τα παιδιά αναφέρουν πως είναι διαδικτυακοί φίλοι με τους γονείς τους, αλλά δεν κάνουν συχνά αναρτήσεις, ενώ ανεβάζουν «ιστορίες» αποκλείοντας το οικογενειακό τους περιβάλλον από την πρόσβαση σε αυτήν την πληροφορία. Σημαντική είναι και η αναφορά της μαθήτριας ΚΖΔΑ1, η οποία δεν είναι διαδικτυακή φίλη με τους γονείς της και εξηγεί τους λόγους

«εντάξει, δε θα ανέβαζα ακριβώς ό,τι θα ήθελα να ανεβάσω. Αν ήθελα να πετάξω καμία σπόντα για κάποιον, δε θα μπορούσα γιατί θα το έβλεπε ο μπαμπάς μου, ας πούμε. Δεν είναι, ότι ανεβάζω κάτι περίεργο, απλά ναι...». Η έννοια του ελέγχου λοιπόν, είναι αρκετά έντονη μεταξύ γονέων και παιδιών και είναι καθοριστική για τη σχέση που αναπτύσσουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Ο έλεγχος είναι ούτως ή άλλως μία συνθήκη που επηρεάζει τις σχέσεις των εφήβων με τους γονείς τους και στην πραγματική ζωή, όχι μόνο στην εικονική και καθορίζει γενικότερα τις μεταξύ τους σχέσεις, γι' αυτό ακόμα και η διαδικτυακή φιλία αντιμετωπίζεται συνήθως με απροθυμία από την πλευρά των εφήβων. Ο μαθητής ΑΝΔΓ2 αναφέρει χαρακτηριστικά «ναι, δυστυχώς (ακολουθούμε ο ένας τον άλλον). Όχι, εντάξει, για πλάκα το είπα», ενδυναμώνοντας το προαναφερθέν επιχείρημα σχετικά με την απροθυμία των παιδιών να είναι διαδικτυακοί φίλοι με τους γονείς τους. Συνεπώς, το μοτίβο «διαδικτυακή φιλία», αλλά με «απροθυμία» συναντάται συχνά στις περισσότερες συνεντεύξεις των συμμετεχόντων μαθητών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης.

Η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι αρκετά διευρυμένη και πλέον η επικοινωνία μέσω αυτών επεκτείνεται και στη σχολική αίθουσα, ενώ δεν αφορά μόνο τους μαθητές, αλλά και τους καθηγητές τους. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με το εργαλείο της ομαδικής συνομιλίας, έχουν δώσει την ευκαιρία να συγκροτηθούν ομάδες χρηστών στις πλατφόρμες, κατά τις οποίες μπορούν πολλά άτομα να επικοινωνούν ταυτόχρονα. Με εξαίρεση μία μαθήτρια, οι υπόλοιποι συμμετέχοντες στη μελέτη περίπτωσης είναι μέλη ομαδικών συνομιλιών που έχουν δημιουργηθεί με πρωτοβουλία των μαθητών, ώστε να επικοινωνούν για τα μαθήματα του σχολείου ή γενικότερα για να ενημερώνονται και να συζητούν θέματα που αφορούν στο σχολείο, ενώ για τις ομαδικές τους συνομιλίες χρησιμοποιούν κατά κύριο λόγο το Instagram. Όσον αφορά στη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης των μαθητών με τους καθηγητές τους, βλέπουμε πως σπανίως καθηγητές συμμετέχουν σε ομαδικές συνομιλίες, παρά μόνο σε περίπτωση που θεωρείται αναγκαίο, όταν για παράδειγμα χρησιμοποιούνται οι πλατφόρμες για να επικοινωνήσουν για θέματα σχολικών δραστηριοτήτων, όπως για παράδειγμα αναφέρεται συχνά το ERASMUS. Αυτή η συνθήκη όμως αφορά, τους καθηγητές του σχολείου, διότι οι συμμετέχοντες αναφέρουν πως χρησιμοποιούν τις ομαδικές συνομιλίες με τους καθηγητές των φροντιστηρίων στα οποία φοιτούν. Συνεπώς εδώ δημιουργείται ένα δίπολο

«μαθητές-καθηγητές σχολείου» και «μαθητές-καθηγητές φροντιστηρίου». Δεν αναφέρονται οι λόγοι για τους οποίους συμβαίνει αυτό, ωστόσο είναι μία καταγεγραμμένη πραγματικότητα, η οποία προφανώς σχετίζεται με τις αποστάσεις που διατηρούν οι καθηγητές του σχολείου με τους μαθητές τους (όπως αναφέρει χαρακτηριστικά ο μαθητής ABΛB3 «με τους καθηγητές του σχολείου δεν έχουμε επαφές»), σε αντίθεση με την καλύτερη επικοινωνία που φαίνεται να διατηρούν οι μαθητές με τους καθηγητές του φροντιστηρίου. Ωστόσο και σε αυτήν την περίπτωση οι συμμετέχοντες τονίζουν την ανάγκη για προσωπική δια ζώσης επικοινωνία με τους καθηγητές τους, όπως τονίζει και η μαθήτρια ΚΣΜΒ2 «προτιμώ βέβαια ό,τι μπορώ να το κάνω δια ζώσης, θα το κάνω δια ζώσης, αλλά σε τέτοιες περιπτώσεις, προφανώς και θα επιλέξω να μου στείλει κάποιος τα μαθήματα, γιατί εντάξει, για να μην πήγα σημαίνει, ότι έχω κάποιο λόγο».

Όσον αφορά στις συναισθηματικές σχέσεις των εφήβων και το πώς αυτές επηρεάζονται από τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, οι συμμετέχοντες θεωρούν, πως οι σχέσεις τους δεν κινδυνεύουν από συμπεριφορές και αναρτήσεις στα μέσα, αν και οι περισσότεροι παραδέχονται, πως έχει τύχει να προκληθούν σοβαρές συζητήσεις, ενώ σπάνια τα παιδιά ανέφεραν και την ολοκληρωτική ρήξη στη σχέση τους. Σε γενικές γραμμές όμως, οι συναισθηματικές σχέσεις των εφήβων δε φαίνεται να εξαρτώνται από τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, ενώ αναφέρουν, πως οι προσωπικές σχέσεις των ανθρώπων δε θα πρέπει να επηρεάζονται από τέτοιου είδους παράγοντες, όπως επίσης και πως η συμπεριφορά τους στη δια ζώσης επαφή είναι πολύ πιο σημαντική από αυτήν που ενδεχομένως να έχουν στα social media. Επιπλέον οι μαθητές αναφέρουν, πως υπάρχει το ενδεχόμενο κάποιες σχέσεις τους να επηρεάζονται από συμπεριφορές που αναπτύσσονται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ωστόσο αυτό σχετίζεται με την προσωπικότητα του καθενός και εξαρτάται από το πώς επιλέγει ο καθένας να χειρίζεται τα προσωπικά ζητήματα που προκύπτουν, όπως αναφέρει η μαθήτρια ΚΑΜΑ1 «πιστεύω, ότι αναλόγως με το άτομο θα επηρέαζε, αλλιώς δεν πιστεύω, ότι θα υπήρχε κάτι αρνητικό ανάμεσα σε αυτούς τους δυο. Ναι πιστεύω είναι αναλόγως με το άτομο και την προσωπικότητά του».

Όπως έχει ήδη αναφερθεί με αφορμή προηγούμενο ερευνητικό υποερώτημα, η εικόνα για τους μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης έχει σημαντική

δύναμη. Για τους εφήβους δεν είναι σημαντική μόνο η εικόνα των Άλλων, αλλά ακόμα πιο σπουδαία είναι η δική τους εικόνα και κυρίως αυτή που προβάλλουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Για το λόγο αυτό τα περισσότερα παιδιά δήλωσαν, πως επιθυμούν να εγκρίνουν οποιαδήποτε δημοσίευση και κυρίως φωτογραφίες πριν κάποιος διαδικτυακός τους φίλος την αναρτήσει στο δικό του προφίλ. Η μόνη προϋπόθεση για την οποία τα παιδιά θεωρούν πως δε θα χρειαζόταν να εγκρίνουν μία ανάρτηση που τους αφορά, θα ήταν να φαίνονται «καλά» στη φωτογραφία. Ωστόσο, επειδή σχεδόν όλοι οι συμμετέχοντες εκφράζουν την ίδια άποψη παραδέχονται πως οι φίλοι τους δεν αναρτούν ποτέ κάτι στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης χωρίς πρωτίστως να εξασφαλίσουν τη συναίνεσή τους, ενώ σε περίπτωση που μία φωτογραφία τους δεν έχει πάρει τη δική τους έγκριση απαιτούν τη διαγραφή της. Μάλιστα η δύναμη της εικόνας είναι τόσο σημαντική για τους μαθητές, που παραποιούν συνήθως τις φωτογραφίες τους με σκοπό να βελτιώσουν την εξωτερική τους εμφάνιση, ενώ ακόμα κάποιοι παραδέχονται πως χρησιμοποιούν ακόμη και εφαρμογές τύπου photoshop για να διορθώσουν ατέλειες στις φωτογραφίες τους. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να τονίσουμε, πως αρχικά τα παιδιά δεν παραδεχόντουσαν πως χρησιμοποιούν διάφορα φίλτρα για να βελτιωθεί κάποια φωτογραφία τους, όμως με λίγη περισσότερη συζήτηση ανέφεραν, ότι κάποιες φορές τα χρησιμοποιούν χωρίς ωστόσο να επιθυμούν να αλλοιώσουν την εικόνα τους, ενώ αναφέρθηκε, πως επιθυμούν να δείχνουν ένα «ωραίο προφίλ». Εκτός από τους μαθητές που χρησιμοποιούν φίλτρα – και τα δύο φύλα – υπάρχουν και κάποιοι μαθητές, αλλά και μαθήτριες, που ανέφεραν πως δεν επιθυμούν να παραποιούν την πραγματική τους εικόνα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και όπως μας αναφέρει χαρακτηριστικά η μαθήτρια ΚΑΜΑ1 «τα αποφεύγω. Πιστεύω, ότι δεν μπορεί, βασικά αλλάζει κάτι πολύ, κάτι που δεν είμαι και δε θέλω άνθρωποι να βλέπουν εμένα στο Instagram έτσι και μετά... Μπορεί να βλέπουν μια 20χρονη και μετά να είναι ένα 15χρονο». Σε αυτό το απόσπασμα, ακόμα και η αλλαγή γένους είναι πολύ σημαντική. Η μαθήτρια φαίνεται στα social media ως μία 20χρονη «γυναίκα» ενώ στην πραγματικότητα είναι ένα 15χρονο «παιδί». Οι έφηβοι θεωρούν πως μία ειλικρινής εικόνα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενισχύει ταυτόχρονα και το αίσθημα εμπιστοσύνης μεταξύ διαδικτυακών φίλων. Επιπλέον κατά τη διάρκεια της συζήτησης για την παραποίηση της ηλικίας των μαθητών, οι περισσότεροι ανέφεραν,

πως δεν παραποιούν με δόλο την ηλικία τους, ενώ σε κάποιες ελάχιστες περιπτώσεις – κυρίως αγόρια – την παραποιούν για να φαίνονται μεγαλύτεροι ή ακόμα και «για πλάκα».

Στη συνέχεια, κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να περιγράψουν τον εαυτό τους. Οι απαντήσεις τους ήταν εξαιρετικά ενδιαφέρουσες, ενώ δε δίστασαν να αναφέρουν ακόμα και αρνητικούς χαρακτηρισμούς προσπαθώντας να είναι όσο το δυνατόν περισσότερο ειλικρινείς. Αυτό που έχει εξαιρετικό ενδιαφέρον, είναι ότι εκτός από ελάχιστες περιπτώσεις, η συντριπτική πλειοψηφία θεωρεί πως στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δε διαφαίνεται η πραγματική τους προσωπικότητα και αυτό συμβαίνει γιατί ακόμα κι αν προσπαθούν να δείξουν ποιοι είναι στην πραγματική τους ζωή, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης εξ ορισμού δείχνουν κάποια άλλη πραγματικότητα, ή δείχνουν ένα μέρος αυτής. Αυτό που είναι κοινώς αποδεκτό από όλους τους συμμετέχοντες είναι ότι το περιεχόμενο που δημοσιεύεται δεν είναι αντιπροσωπευτικό των εφήβων, ενώ επίσης τις περισσότερες φορές οι ίδιοι οι έφηβοι δεν επιθυμούν να δείξουν τον πραγματικό εαυτό τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Επιπλέον εκφράστηκε από τη μαθήτρια ΚΑΔΓ2 και η άποψη πως «πάντα στα social media εκφράζουμε μόνο τα θετικά μας» ενδυναμώνοντας την αντίληψη που επικρατεί, πως στο Διαδίκτυο παρουσιάζεται συνήθως μία εξωραϊσμένη πραγματικότητα, η οποία δεν αντιστοιχεί πάντοτε στην αληθινή ζωή. Συνεπώς παρατηρούμε, πως σύμφωνα με τα λεγόμενα των συμμετεχόντων, πράγματι υπάρχει διαφορά μεταξύ της πραγματικής και της διαδικτυακής ταυτότητας, όμως αυτό που είναι εξίσου σημαντικό, είναι πως οι ίδιοι οι έφηβοι καθορίζουν τις διαφορές κατά το δοκούν και αυτό ενισχύεται ακόμα περισσότερο από τα λεγόμενά τους, αφού αναφέρουν πως οι ίδιοι επιλέγουν σε ποιους θα δείξουν τον πραγματικό εαυτό τους, όπως επίσης, μόνο οι φίλοι τους μπορούν να αναγνωρίσουν στοιχεία της προσωπικότητά τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ενώ συνήθως τα προφίλ τους δεν εμπεριέχουν αρκετές πληροφορίες, οπότε παρουσιάζεται μία πλημμελής εικόνα, την οποία δεν έχουν όλοι οι διαδικτυακοί φίλοι τους την ευκαιρία να κατανοήσουν.

Ένα από τα ζητήματα γύρω από τα οποία δημιουργούνται αρκετές συζητήσεις είναι η αυτοπεποίθηση των εφήβων και πώς αυτή επηρεάζεται από τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και συγκεκριμένα ποιες είναι οι επιρροές που ασκούν

οι Άλλοι στην αυτοπεποίθησή τους. Κατά γενική ομολογία πράγματι η γνώμη των Άλλων είναι σημαντική για τα παιδιά και κυρίως η γνώμη των σημαντικών Άλλων, όπως είναι οι φίλοι τους, οι σύντροφοι, η οικογένεια. Οι συμμετέχοντες αν και δεν παραδέχονται εξ αρχής, πως πράγματι τους ενδιαφέρει τι σκέφτονται γι' αυτούς οι Άλλοι, εντούτοις αναφέρουν, πως τους ενδιαφέρει να γνωρίζουν και να εγκρίνουν οι φίλοι τους τις κινήσεις τους στα social media, όπως επίσης, αρκετοί από τους συμμετέχοντες ενδεχομένως να κατεβάσουν κάποια ανάρτησή τους που δεν έχει την αναμενόμενη ανταπόκριση, δηλαδή όπως λένε και τα ίδια τα παιδιά «δεν έχει αρκετά likes». Δεν είναι λίγοι όμως και οι συμμετέχοντες που μας αναφέρουν πως αν και θα επηρεαστεί έστω και λίγο η αυτοπεποίθησή τους, ωστόσο δεν πρόκειται να κατεβάσουν την εν λόγω δημοσίευση, γιατί στην πραγματικότητα δεν τους ενδιαφέρει και πάρα πολύ η αποδοχή των Άλλων. Όπως αναφέρει και ο μαθητής ΑΣΚΒ3 «όχι, πιο πολύ δεν παρακολουθώ τα likes, παρακολουθώ πρώτα τι θα ανεβάσω και μετά από εκεί και πέρα ό,τι ανταπόκριση θέλει, ας έρθει», αντιθέτως ο μαθητής ΑΝΔΓ2 παραδέχεται πως «ε ναι, με εκτοξεύει, ναι». Αν και τα αποσπάσματα από τις συνεντεύξεις μας οδηγούν στο συμπέρασμα πως εν τέλει η αυτοπεποίθηση των εφήβων πράγματι επηρεάζεται από τις αντιδράσεις των Άλλων στις αναρτήσεις τους, τα παιδιά αντιλαμβάνονται πως δε θα έπρεπε να συμβαίνει κάτι τέτοιο και μάλιστα είναι οι ίδιοι αυστηροί κριτές του εαυτού τους, καθώς δεν είναι λίγοι οι μαθητές του θεωρούν, πως κατακρίνουν τους εαυτούς τους για τις δημοσιεύσεις τους και παραδέχονται, πως θα κατεβάσουν μία ανάρτησή τους κυρίως σε περίπτωση που αλλάξουν οι ίδιοι γνώμη γι' αυτήν. Επιπλέον δε θα πρέπει να αγνοούμε, πως όπως προαναφέρθηκε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν αφουγκραστεί τις επιθυμίες και τον τρόπο που χρησιμοποιούν οι έφηβοι τα social media, οπότε το εργαλείο των «ιστοριών» που καθιστά μία δημοσίευση ενεργή για μόλις 24 ώρες είναι αρκετά χρήσιμο στα χέρια των παιδιών, αφού ακόμα κι αν μετανιώσουν για μία ανάρτηση, ή εάν η ανάρτηση αυτή έχει φτωχή ανταπόκριση, σε ένα 24ωρο θα κατέβει αυτόματα. Ένα επίσης καινούριο εργαλείο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι αυτό που επιτρέπει στο χρήστη να βλέπει μόνο ο ίδιος τις αντιδράσεις των διαδικτυακών του φίλων, οι οποίες δεν είναι προσβάσιμες από κανέναν άλλον πέραν του ίδιου του χρήστη. Εν κατακλείδι η αυτοπεποίθηση των συμμετεχόντων φαίνεται πως όντως

επηρεάζεται από τα σχόλια και τις αντιδράσεις των Άλλων στις δημοσιεύσεις τους, ακόμα κι αν τα παιδιά αντιλαμβάνονται πως δε θα έπρεπε να συμβαίνει κάτι τέτοιο.

Η τεχνολογία δεν έχει εισβάλλει απλά στην καθημερινή μας ζωή. Η χρήση των τεχνολογικών επιτευγμάτων έχει πραγματικά επηρεάσει δραστικά κάθε πτυχή της καθημερινότητάς μας, με το Διαδίκτυο να έχει μετουσιωθεί σε μία παγκόσμια αγορά, στην οποία το εμπόριο γίνεται απρόσκοπτα και έχει παγκοσμιοποιηθεί σε τέτοιο βαθμό, που οι διεθνείς αγορές έχουν πλέον οργανωθεί σε ένα υπερμεγέθους δίκτυο συναλλαγών σε μάκρο αλλά και μικρο-επίπεδο. Μέσα σε αυτήν παγκόσμια αγορά ο καταναλωτισμός ανθεί και οι πολίτες κάθε χώρας έχουν πρόσβαση σε αγαθά που μπορεί να βρίσκονται χιλιάδες μίλια μακριά τους απλώς με το πάτημα ενός κουμπιού. Όπως συναντήσαμε πολλάκις στη βιβλιογραφία, οι έφηβοι αποτελούν ένα δυναμικό κοινό, πολύ δραστήριο και ενεργό καταναλωτικό κοινό μάλιστα, το οποίο αποτελεί target group των μεγαλύτερων διεθνών κολοσσών. Όπως είναι λογικό, από τη στιγμή που οι έφηβοι ως ηλικιακή ομάδα, έχουν τόσο μεγάλη δύναμη στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αποτελούν ταυτόχρονα και μία ομάδα, η οποία βάλλεται διαρκώς από διαφημίσεις και δράσεις που στοχεύουν στην προσέλκυσή τους με σκοπό τις πωλήσεις και την αύξηση των κερδών τους. Οι μαθητές που συμμετείχαν στη μελέτη περίπτωσης φαίνεται πως αντιλαμβάνονται αυτήν την έξαρση του καταναλωτισμού, αλλά του υπερκαταναλωτισμού και δεν επιθυμούν να είναι θύματά του. Ωστόσο τα παιδιά αν και αναφέρουν πως έχουν το δικό τους γούστο και δεν επηρεάζονται τόσο πολύ από τις εικόνες που προβάλλονται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, εν τούτοις η συντριπτική πλειοψηφία ακολουθεί διασημότητες, οι οποίες διαφημίζουν διαρκώς προϊόντα και υπηρεσίες, αλλά και αντιγράφουν το στυλ των εν λόγω διασημοτήτων, ακόμα και αν αυτό σημαίνει πως θα το προσαρμόσουν στο δικό τους γούστο και τις δικές τους προτιμήσεις. Οι μαθητές βέβαια που δεν ακολουθούν καμία διασημότητα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ελάχιστοι, ωστόσο ακόμα κι αυτοί χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο και τα social media για να κάνουν έρευνα αγοράς, να ενημερωθούν για τις τάσεις της μόδας και τα νέα προϊόντα τεχνολογίας. Τα παιδιά παραδέχονται πως διαβιώντας στην εποχή του Διαδικτύου είναι αναπόφευκτο να μην το χρησιμοποιήσει κανείς για καταναλωτικούς σκοπούς, αν και προσπαθούν να το χρησιμοποιούν με σύνεση, όπως χαρακτηριστικά μας αναφέρει ο μαθητής ΑΓΓΒ2 «ΑΓΓΒ2 σκέψου το, το χρειάζεσαι; Μπορεί να το βγάλει μετά πιο φθηνό, να το βρεις

αλλού». Γενικά τα παιδιά αν και δηλώνουν πως είναι εγκρατή στις διαδικτυακές αγορές, ωστόσο διαφαίνεται πως τα καταναλωτικά πρότυπα που δημιουργούνται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζουν και κατευθύνουν τις καταναλωτικές συνήθειες των μαθητών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης. Τα παιδιά μας αναφέρουν πως δεν αγοράζουν προϊόντα από το Διαδίκτυο μόνο και μόνο επειδή διαφημίζονται από διασημότητες που ακολουθούν, αλλά κάθε φορά πριν προβούν στις αγορές τους φιλτράρουν τις επιθυμίες τους, ώστε να κατανοήσουν εάν πράγματι χρειάζεται να αγοράσουν κάτι, εάν αυτό που επιθυμούν να αγοράσουν συνάδει με το γούστο τους καθώς επίσης κι εάν έχουν την οικονομική δυνατότητα να ξοδέψουν αυτά τα χρήματα. Ο μαθητής ΑΒΛΒ3 μας ανέφερε «Εντάξει, από ρούχα συνήθως θα αγοράσω ό,τι θέλω εγώ ό,τι μ' αρέσει εμένα, δε θα κοιτάξω ξέρω 'γω τι ανέβασε ο άλλος ή τι είπε το μοντέλο, ότι είναι στη μόδα». Τα κορίτσια φαίνονται λίγο πιο επιρρεπή στις τάσεις της μόδας, όπως αναφέρει και η μαθήτρια ΚΜΗΑ3 «πάντα παίρνω έτσι ερεθίσματα, αυτό δε σημαίνει, ότι θα το κάνω εντελώς αντιγραφή, θα κρατήσω κάποια που μου αρέσουν για την προσωπικότητά μου και για την ηλικία μου και τα άλλα θα τα αφήσω».

Παρατηρούμε λοιπόν, πως ακόμα κι αν οι έφηβοι δέχονται τρομερές πιέσεις από την παγκόσμια βιομηχανία της μόδας και των τεχνολογικών κολοσσών, προφανώς επηρεάζονται μεν, όμως μέσα σε αυτόν τον κυκεώνα του υπερκαταναλωτισμού προσπαθούν στο μέτρο του δυνατού να διατηρήσουν το προσωπικό τους γούστο, να προσαρμόσουν τα μηνύματα που τα καταιγίζουν καθημερινά και να χαλιναγωγήσουν τις επίπλαστες επιθυμίες που μπορεί η υπερπροβολή κάποιων προϊόντων να τους προκαλεί.

Όπως προαναφέρθηκε αρκετές φορές, οι έφηβοι, αν και πρόωρα, έχουν την ίδια πρόσβαση σε μία παγκόσμια δεξαμενή πληροφοριών, όπως ακριβώς και οι ενήλικοι. Σε περίπτωση που δεν εφαρμόζεται κάποιος γονικός έλεγχος για την πρόσβαση στο Διαδίκτυο, τα παιδιά μπορούν να μετέχουν σε ένα παγκόσμιο δίκτυο πληροφοριών, συναλλαγών και καταναλωτικών προτύπων που κρύβει πολύ σοβαρούς κινδύνους και δυνητικά μπορεί να χειραγωγήσει ανθρώπους που δεν έχουν ακόμα την ωριμότητα αναπτυξιακά να διαχειριστούν την υπερπληροφόρηση και τις ισχυρές επιρροές που ασκεί αυτή η νέα εικονική πραγματικότητα στη ζωή του σύγχρονου ανθρώπου. Οι μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης είναι ήδη καταναλωτικά

υποκείμενα που χρησιμοποιούν κατά κύριο λόγο το ηλεκτρονικό εμπόριο για τις αγορές τους. Τα παιδιά πραγματοποιούν αγορές, κάνουν συναλλαγές, διαχειρίζονται χρήματα στον παγκόσμιο ιστό, όπως ακριβώς κι ένας ενήλικας. Υπάρχει μία σαφής προτίμηση στις διαδικτυακές αγορές από τους συμμετέχοντες και όπως μας εξηγούν αυτό συμβαίνει, γιατί «στα φυσικά καταστήματα λίγο υπάρχει μία κούραση, δεν ξέρω κουράζομαι ψυχικά όταν βγαίνω για ψώνια, δεν μπορώ, ιδρώνω ειδικά όταν πάμε για ρούχα, ιδρώνω, δεν αντέχω, δεν μπορώ. Ενώ όταν είναι online, κάθεται με την ησυχία σου, το ψάχνεις μια μέρα δύο και μετά αποφασίζεις», μας είπε η μαθήτρια ΚΜΗΑ3. Επίσης υπάρχουν και κάποιες προϋποθέσεις, όπως για παράδειγμα μας αναφέρει ο μαθητής ΑΣΚΒ3 «προτιμώ το e-shopping, αλλά τα επώνυμα καταστήματα για να ξέρω τι ποιότητα αγοράζω». Βέβαια υπάρχουν και κάποιοι μαθητές και μαθήτριες, που θεωρούν πως οι αγορές από το διαδίκτυο είναι επικίνδυνες και φοβούνται τις διαδικτυακές συναλλαγές, όπως επίσης θεωρούν πως στα φυσικά καταστήματα οι αγορές είναι πιο εύκολες, γιατί μπορείς να δοκιμάσεις τα προϊόντα που επιθυμείς, αν και παραδέχονται πως τα διαδικτυακά καταστήματα έχουν σαφώς μεγαλύτερη ποικιλία.

Όσον αφορά στη διαχείριση των χρημάτων τους, η πλειοψηφία των συμμετεχόντων εμφανίζει μία εγκράτεια, όσον αφορά στις διαδικτυακές αγορές, ενώ θα μπορούσαμε να πιθανολογήσουμε πως αυτό συμβαίνει, διότι στην ηλικία αυτή τα παιδιά δεν είναι οικονομικά ανεξάρτητα, συνεπώς οι γονείς τους έχουν τον έλεγχο των οικονομικών τους. Παρατηρείται ωστόσο μία ωριμότητα θα μπορούσαμε να πούμε από την πλευρά των εφήβων, που δείχνουν να γνωρίζουν την αξία των χρημάτων, αν και παρατηρούμε πως τα κορίτσια είναι πιο επιρρεπή στις διαδικτυακές σπατάλες σε αντίθεση με τα αγόρια που εμφανίζονται πιο συγκροτημένα. Συγκεκριμένα μας αναφέρει η μαθήτρια ΚΑΔΓ2 «όχι, γιατί είμαι κι εγώ σαν άτομο που δε μ' αρέσει να ξοδεύω πάρα πολύ, εκτός άμα έχω δει κάτι μπροστά μου και μ' αρέσει πάρα πολύ και λέω αυτό θα το πάρω πάση θυσία».

Σχετικά με τις στάσεις και τις αντιλήψεις των μαθητών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης, όσον αφορά στη σχέση τους με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι έφηβοι αποτιμούν θετικά τη σχέση αυτή και μάλιστα προσπαθούν να μην κάνουν κατάχρηση των μέσων, αλλά να τα αξιοποιούν παραγωγικά στην καθημερινότητά τους για την επικοινωνία και την ενημέρωσή τους. Κάποια παιδιά ωστόσο, περιγράφουν τη σχέση

αυτή ως «μέτρια», ενώ αρκετοί από τους συμμετέχοντες παραδέχονται πως κάποιες φορές ξοδεύουν αρκετό χρόνο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή ακόμα νιώθουν και κατά περιόδους εθισμένοι. Η μαθήτρια ΚΑΜΑ1 αναφέρει χαρακτηριστικά «περνάω καλά το χρόνο μου, γιατί κατά τη δικιά μου άποψη το διαχειρίζομαι σωστά. Το 'χουμε συζητήσει κι αυτό (με τους γονείς), μια χαρά το χειρίζομαι, μπορεί κάποιες φορές χωρίς να το καταλαβαίνω να κάθομαι περισσότερες ώρες, αλλά... ναι, μπορώ να με σταματήσω, να πω τώρα σταμάτα, πήγαινε διάβασε». Επίσης η μαθήτρια ΚΚΕΒ3 μας είπε «εντάξει, ότι είμαι αρκετά κολλημένη γενικά. Περνάω όλη μέρα, κάποια στατιστικά που βλέπω», ενώ η μαθήτρια ΚΖΔΑ1 παραδέχεται «θεωρητικά είμαστε όλοι λίγο εθισμένοι και μπορεί ας πούμε να έχω να κάνω κάτι και από αυτήν την ώρα που έχω για να το τελειοποιήσω να φάω δέκα λεπτά για να κάτσω στα social media και αν δεν τα είχα θα ήμουν καλύτερα πιστεύω». Σε κάθε περίπτωση, ακόμα και αν τα παιδιά δυσκολεύονται να κρατήσουν ισορροπίες στη σχέση τους με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ωστόσο τα θεωρούν αναγκαία στην καθημερινή τους ζωή και προσπαθούν να θέσουν τα όριά τους. Ελάχιστοι συμμετέχοντες ανέφεραν πως τα social media δεν κατέχουν πρωταρχικό ρόλο στη ζωή τους, αλλά ακόμα και τα παιδιά που θεωρούν πως είναι σε κάποιο βαθμό καταχρηστική η σχέση τους με το Διαδίκτυο, αναφέρουν πως δεν επηρεάζεται η ψυχική τους υγεία από αυτό και πως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι υπερτιμημένα και δε θα έπρεπε να τους αποδίδουμε τόσο μεγάλη αξία, αποδεικνύοντας πως τα παιδιά αντιμετωπίζουν με διαύγεια και σύνεση την πραγματική τους σχέση με τα social media.

Οι συμμετέχοντες στη μελέτη περίπτωσης θεωρούν πως η λειτουργία της επικοινωνίας πλέον επιτελείται, ειδικά στη νέα γενιά, μέσω των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης. Η διάδραση και η επικοινωνία με αυτόν τον τρόπο είναι μία ευχάριστη διαδικασία, η οποία διευκολύνει την καθημερινή ζωή των εφήβων, ωστόσο μειώνει τις ευκαιρίες για δια ζώσης επαφή, γεγονός που σημαίνει πως υπάρχει μία αποξένωση από τις φίλιες, αλλά και την οικογένειά τους. Αν και τα social media προσφέρουν πολλές πληροφορίες για τους χρήστες, ωστόσο τα παιδιά δεν μπαίνουν στη λογική της «κλειδαρότρυπας» και δεν νιώθουν την ανάγκη να γνωρίζουν τι κάνουν οι Άλλοι στη ζωή τους. Όπως φαίνεται, οι συμμετέχοντες έχουν πλούσια δράση στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, αν όμως αναλογιστούμε τον τρόπο με τον οποίο τα παιδιά περιγράφουν τους τρόπους χρήσης των μέσων

κοινωνικής δικτύωσης και βάλουμε στο μικροσκόπιο τα λεγόμενά τους θα δούμε κυρίως, ότι αυτές οι ηλικίες κατά κύριο λόγο εκμεταλλεύονται στο έπακρο κάθε δυνατότητα που τους προσφέρουν οι νέες τεχνολογίες και όπως χαρακτηριστικά μας αναφέρει η μαθήτρια ΚΑΜΑ1, σε περίπτωση που για κάποιο λόγο έπαυαν να λειτουργούν οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης «θα στενοχωριόμουν λίγο παραπάνω για κάτι βιβλία που διάβαζα μέσω ίντερνετ». Βασικές λειτουργίες πλέον επιτελούνται μέσω του Διαδικτύου και η μη ύπαρξη αυτού θα προκαλούσε δυσάρεστα συναισθήματα στα παιδιά, διότι οι ενήλικοι έχουν γνώση των παραδοσιακών τρόπων που θα μπορούσε να επιτελεστεί μία λειτουργία, τα σημερινά παιδιά όμως όχι.

Οι συνέπειες της χρήσης και ιδιαιτέρως της κακής χρήσης, των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι εμφανείς στους εφήβους, όπως προαναφέρθηκε και σε προηγούμενες ενότητες. Ο εθισμός είναι μία κοινή και πολύ σημαντική παρεκκλίνουσα συμπεριφορά που παρατηρείται πολύ συχνά στις υπό εξέταση ηλικίες, ωστόσο οι συμμετέχοντες στη μελέτη περίπτωσης, δηλώνουν πως έχουν την ικανότητα να θέσουν όρια στον εαυτό τους, αν και παραδέχονται σε αρκετές περιπτώσεις, πως οι γονείς τους παρεμβαίνουν συχνά και τους εφιστούν την προσοχή σχετικά με την πολύωρη ενασχόληση με τις διαδικτυακές πλατφόρμες. Η μειοψηφία των μαθητών έχει νιώσει εξάρτηση από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όμως δεν αναφέρθηκε πως έχει επηρεαστεί η ψυχική τους υγεία από τη χρήση τους, αν και η διαρκής ενασχόληση, παραδέχονται πως έχει κάποια αρνητική επίδραση στην ψυχολογία τους. Ο μαθητής ΑΝΔΓ2 αναφέρει χαρακτηριστικά πως σε περίπτωση που δεν υπήρχαν πλέον τα social media «από τη μία θα ήταν σίγουρα δύσκολη και περίεργη (η ζωή μου), από την άλλη θα με βοηθούσε σε άλλα πράγματα, όπως να γνωρίσω καλύτερα τον εαυτό μου, να μην εξαρτώμαι ουσιαστικά τόσο πολύ απ' τα διαδικτυακά μέσα». Επίσης ένα απόσπασμα που περιγράφει με ακρίβεια πώς νιώθει ο μαθητής ΑΠΔΑ2 είναι το εξής «ναι, παλιά ήμουν όλη μέρα πάνω από το κινητό ή μια τηλεόραση κι αυτά και μετά δεν ένιωθα εντάξει, ας πούμε σαν κατάθλιψη, ότι δεν έκανα κάτι άλλο και τώρα προσπαθώ να το χρησιμοποιώ όσο πιο λίγο γίνεται». Επίσης ο μαθητής ΑΣΜΒ4 επισημαίνει «είμαι πολλές ώρες την ημέρα και αφιερώνω πολύ χρόνο εκεί άσκοπα». Αυτό που συχνά αναφέρεται κι επίσης το έχουμε ήδη εντοπίσει σε προηγούμενες έρευνες, είναι πως οι μαθητές δαπανούν αρκετό χρόνο

στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τον οποίο κυρίως στερούν από το διάβασμά τους με αποτέλεσμα η αλόγιστη ενασχόληση με τα social media να έχει συνέπειες και στην επίδοσή τους στο σχολείο. Σε κάθε περίπτωση τα παιδιά φαίνεται να είναι σε θέση να αναγνωρίσουν την κακή χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και φανερώνουν μία διάθεση διόρθωσης αυτής της κατάστασης, καθώς αντιλαμβάνονται πως η αλόγιστη χρήση και η σπατάλη του χρόνου τους θα έχει αρνητικά αποτελέσματα σε διάφορες πτυχές της ζωής τους, όπως οι φιλίες τους, η σχολική επίδοση, οι οικογενειακές και προσωπικές σχέσεις, η πληθώρα δραστηριοτήτων στις οποίες θα μπορούσαν να συμμετέχουν, αν δε δαπανούσαν τον προσωπικό τους χρόνο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Ο μαθητής ΑΣΚΒ3 επισημαίνει «θα ξόδευα πολλές ώρες με τους φίλους μου έξω, πιο πολλές ώρες στο διάβασμα και σε άλλα πράγματα που τώρα μπορεί να μου τα στερεί». Οι έφηβοι κατανοούν την έννοια της στέρησης των αγαπημένων τους δραστηριοτήτων, εξαιτίας της κακής χρήσης των social media και αυτό τους προκαλεί δυσάρεστα συναισθήματα.

Ολοκληρώνοντας τη διερεύνηση αυτής της ενότητας, ζητήθηκε από τους μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης να περιγράψουν πώς φαντάζονται τη ζωή τους χωρίς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Σχεδόν όλοι συμμετέχοντες ανέφεραν πως η ζωή τους θα ήταν διαφορετική, ενώ αρκετά παιδιά θεωρούν πως πιθανόν να ήταν καλύτερη, ποιοτικότερη και πιο αληθινή. Ο μαθητής ΑΣΜΒ4 μας ανέφερε «διαφορετική, όχι χειρότερη, ούτε καλύτερη» σχετικά με το πώς φαντάζεται την καθημερινότητά του. Ωστόσο αρκετά παιδιά επεσήμαναν πως η ζωή τους θα είχε κάποιες δυσκολίες χωρίς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, κυρίως γιατί δε θα μπορούσαν να αξιοποιήσουν τις δυνατότητες που τους προσφέρουν οι νέες τεχνολογίες, όπως για παράδειγμα «στην εύρεση πληροφοριών, επειδή κι εγώ βασικά είμαι και σαν μουσικός κι αυτά, το χρειάζομαι πάρα πολύ το διαδίκτυο για να βρίσκω τραγούδια χίλια δυο κι αυτά και...» ή «θα με επηρέαζε αρνητικά αυτό το πράγμα, γιατί χρησιμοποιώ το Internet για να μάθω και κάποια άλλα πράγματα, όπως για επιχειρήσεις και τέτοια online που με ενδιαφέρουν και θα ήθελα να το κάνω αυτό το πράγμα σε τρία χρόνια», ενώ σημαντική είναι και η απάντηση της μαθήτριας ΚΑΜΑ1 «δεν πιστεύω ότι με επηρεάζει τόσο πολύ στην ψυχική μου υγεία και περνάω καλά διαβάζοντας αυτά τα βιβλία που δεν μπορώ λόγω οικονομικών λόγων να πάρω κάποια και να τα διαβάσω όλα αυτά γιατί τα διαβάζω και γρήγορα, οπότε... Μόνο γι' αυτό θα στενοχωριόμουν»

τόσο πολύ». Στο σημείο αυτό παρατηρούμε, πως οι συμμετέχοντες δεν εστιάζουν στην ψυχαγωγία και τη διασκέδαση που προσφέρουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αλλά κυρίως αναφέρουν δραστηριότητες και ενδιαφέροντα που έχουν αναπτύξει στις πλατφόρμες, οι οποίες σχετίζονται με αγαπημένες τους συνήθειες, όπως το διάβασμα ή με τα όνειρά τους για το μέλλον, επιθυμώντας να αξιοποιήσουν τις δυνατότητες που τους προσφέρει το Διαδίκτυο για την προσωπική εξέλιξη και ανέλιξή τους. Σαφώς αναφέρεται συχνά και η απώλεια της εύκολης και γρήγορης επικοινωνίας, όμως σε κάθε περίπτωση, ενώ δημιουργείται η εντύπωση πως η σχέση των παιδιών με το Διαδίκτυο είναι ρηχή και επιφανειακή, συνειδητοποιούμε πως οι μαθητές αυτοί, που τώρα βρίσκονται στο Λύκειο έχουν μάθει να ζουν με την τεχνολογία και την έχουν ενσωματώσει στα όνειρά τους για το μέλλον, στα επαγγελματικά τους σχέδια, στη μόρφωσή τους, ενώ την έχουν εργαλειοποιήσει για να κατακτήσουν τους στόχους τους και τίποτα περισσότερο.

Το Διαδίκτυο και συγκεκριμένα οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, αν και διαρκώς προσπαθούν να εξασφαλίσουν την ασφαλή πλοήγηση και την προστασία των χρηστών τους με διάφορα εργαλεία που ενσωματώνουν, συνεχίζουν να είναι πεδία στα οποία αναπτύσσονται παρεκκλίνουσες συμπεριφορές και οι έφηβοι καλούνται αρκετές φορές να αντιμετωπίσουν δυσάρεστες και προβληματικές καταστάσεις, οι οποίες είναι επιβλαβείς τόσο για τη σωματική, όσο και για την ψυχική τους υγεία με ολέθριες συνέπειες, όπως συναντήσαμε στη βιβλιογραφία. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν φέρει σε επαφή τους μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης με τέτοιου είδους συμπεριφορές. Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων δεν έχει αντιμετωπίσει σοβαρά περιστατικά, ενώ φαίνεται, πως τα παιδιά αντιλαμβάνονται τον κίνδυνο και με γρήγορα αντανακλαστικά σε συνδυασμό με τα εργαλεία (για παράδειγμα, διαγραφή και αποκλεισμός ατόμου που παρενοχλεί και αναφορά της ανάρμοστης συμπεριφοράς του στο εκάστοτε μέσο κοινωνικής δικτύωσης) που τους προσφέρουν οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης είναι σε θέση να αντιμετωπίσουν, έστω και πρόσκαιρα κάποιον διαδικτυακό κίνδυνο. Οι μαθητές αναφέρουν πως έχουν προσεγγιστεί από επικίνδυνους λογαριασμούς χρηστών με σκοπό την οικονομική τους εκμετάλλευση, όπως επίσης έχουν πέσει θύματα χλευασμού για την εξωτερική τους εμφάνιση, ενώ έχουν γίνει προσπάθειες να προσεγγιστούν τα παιδιά από ψεύτικα προφίλ. Αρκετά σημαντική είναι και η

μαρτυρία της μαθήτριας ΚΣΜΒ2 που καταδεικνύει τους διαδικτυακούς κινδύνους που αντιμετωπίζουν κυρίως τα κορίτσια «συμβαίνει πολύ. Εγώ πλέον νομίζω, ότι ειδικά στο γυναικείο πληθυσμό, η πλειοψηφία το αντιμετωπίζει αυτό. Προχθές τώρα ήταν ένας που μου ζητούσε να του στείλω γυμνές. Μια μέρα ήταν ένας από Κατερίνη, μου φαινόταν και φυσιολογικά γνωστός, αλλά δεν παίρνω κι όρκο, ότι τον έχω δει, αλλά κάτι μου θύμιζε το πρόσωπό του, που μου έστειλε μηνύματα χυδαίου περιεχομένου». Τα κορίτσια είναι ο κύριος στόχος τέτοιους είδους συμπεριφορών. Η προσπάθεια αποπλάνησής τους από επικίνδυνους χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι μία καθημερινότητα, την οποία ζουν οι έφηβες και δεν είναι λίγες οι φορές που τα κορίτσια θυματοποιούνται με καταστροφικές συνέπειες ακόμα και για τη μετέπειτα ζωή τους.

Οι συμμετέχοντες φαίνεται να αντιλαμβάνονται τους διαδικτυακούς κινδύνους που ενδεχομένως να συναντήσουν κατά τη χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης, ενώ φροντίζουν να παίρνουν και κάποια μέτρα για την προστασία τους, όπως η δημιουργία ιδιωτικού προφίλ, η αυστηρή επιλογή διαδικτυακών φίλων, η καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος σε περίπτωση αντιμετώπισης σοβαρών περιστατικών. Αυτό που συναντήσαμε συχνά σε απαντήσεις των μαθητών και είναι κλασικό χαρακτηριστικό της εφηβικής ηλικίας είναι η υπερεκτίμηση των δυνατοτήτων τους και η μεγάλη εμπιστοσύνη που επιδεικνύουν οι έφηβοι στον εαυτό τους, όταν αναφέρουν, ότι μπορούν να αντιμετωπίσουν μόνοι τους τις κακοποιητικές συμπεριφορές που συναντούν κατά τη χρήση των μέσων. Μάλιστα υπάρχει ένα μικρό ποσοστό των συμμετεχόντων που δεν θα κατήγγειλε το περιστατικό στη Δίωξη Ηλεκτρονικού εγκλήματος, αλλά θα προτιμούσαν να ζητήσουν βοήθεια από συνομηλίκους τους, όπως αναφέρει χαρακτηριστικά και ο μαθητής ΑΣΚΒ3 «όχι, το συζήτησα πιο πολύ με άλλους τέσσερεις φίλους μου», ενώ η μαθήτρια ΚΖΚΒ3 μας αναφέρει σχετικά με το αν θα προχωρούσε σε καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος σε περίπτωση που έπεφτε θύμα κακοποιητικής συμπεριφοράς «δεν ξέρω, μπορεί και να φοβόμουν είναι η αλήθεια και να ντρεπόμουν ίσως». Το αίσθημα της ντροπής είναι αρκετά συχνό σε αυτές τις ηλικίες, καθώς τα παιδιά είναι ενοχικά και θεωρούν πως τα ίδια προκάλεσαν μία κατάσταση και αυτό επιβεβαιώνεται από τα λεγόμενα της μαθήτριας, η οποία αναφέρει τόσο το αίσθημα του φόβου, όσο και αυτό της ντροπής.

Ένα πολύ σημαντικό εύρημα κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων είναι πως οι μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης έχουν άγνοια των διαδικασιών σε περίπτωση που θυματοποιηθούν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι ο μαθητής ΑΓΓΒ2 «γίνεται; (σχετικά με το αν θα προχωρούσε σε καταγγελία στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος) Και πώς την κάνεις; Δηλαδή, αν εγώ, ας πούμε τώρα, μου στείλει κάποιος, ό,τι να 'ναι στο Instagram... Και τι πας εκεί, λες αυτός ο λογαριασμός... Α στο καλό... Να ξέρω για...». Η άγνοια των διαδικασιών από επίσημους φορείς από τους εφήβους αποτελεί ένα σημαντικό σημείο, στο οποίο θα πρέπει να επιμείνουμε. Η ενημέρωση των παιδιών και η επεξήγηση των κινήσεων, στις οποίες θα πρέπει να προβούν για την αντιμετώπιση κακόβουλων συμπεριφορών είναι κομβικής σημασίας για την ορθή χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Ωστόσο εξαιρετικό ενδιαφέρον παρουσιάζει και η οπτική των συμμετεχόντων από την πλευρά του θύτη και όχι του θύματος. Αν και η πλειοψηφία των μαθητών αναφέρει, πως δεν έχουν υπάρξει θύτες στα social media, υπάρχουν κάποια παιδιά, τα οποία παραδέχτηκαν, πως κατά καιρούς έχουν αναπτύξει κάποιες κακοποιητικές συμπεριφορές, όπως για παράδειγμα μας αναφέρει η μαθήτρια ΚΑΜΑ1 «πιστεύω υπήρχε μία περίοδος της ζωής μου που δεν ξέρω πώς, είχα κάτι θέματα θυμού, εντάξει τα έχω ξεπεράσει λίγο αυτά, αλλά είχα ξεσπάσει σε μια φίλη μου μέσω μηνυμάτων, αλλά αμέσως το μετάνιωσα, για πάντα σκέφτομαι, πώς νιώθει ο άλλος». Επίσης αρκετές φορές συναντήσαμε τις λέξεις «challenge» και «πλάκα», όπως βλέπουμε στην περιγραφή του μαθητή ΑΣΜΒ4 «ποιοι λόγοι με... δεν ήτανε, ήτανε... βάλαμε ένα στοίχημα... ένα challenge να το πω έτσι και όποιος χάσει θα κάνει εκείνο το fake προφίλ που είπαμε πιο πριν και θα στείλει μήνυμα σε ένα παιδί. Ε κι αυτό το παιδί το πήρε πολύ στραβά και είχε καλέσει αστυνομίες». Σε γενικές γραμμές παρατηρούμε πως οι έφηβοι δε λαμβάνουν ιδιαίτερα σοβαρά τις συνέπειες των πράξεών τους και χωρίς πολλή σκέψη και όχι πάντα με δόλο προβαίνουν σε ενέργειες, που πιθανόν να είναι επιβλαβείς. Τα παιδιά δείχνουν μία σχετική απερισκεψία και δεν είναι σε θέση να κατανοήσουν απόλυτα, ότι η δράση τους ενδεχομένως να φέρει αντίδραση, όπως επίσης φαίνεται, πως δεν μπορούν να ξεχωρίσουν τη σοβαρότητα των πράξεών τους και τον αντίκτυπο που ενδεχομένως αυτές να έχουν στους Άλλους.

Ένα ζήτημα το οποίο συζητήθηκε εκτενώς με τους μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης είναι η σχέση που έχουν με τους γονείς τους και το οικογενειακό τους περιβάλλον και πώς αυτή δρα καταλυτικά στην προστασία τους από τους διαδικτυακούς κινδύνους. Από τα λεγόμενα των παιδιών συμπεραίνουμε, πως οι γονείς βρίσκονται κοντά τους και τα συμβουλεύουν σχετικά με την ορθή χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, όπως επίσης και τους εφιστούν την προσοχή, ώστε να είναι σε θέση να αναγνωρίσουν τους διαδικτυακούς κινδύνους και να τους αποφύγουν. Δε διαφαίνεται ωστόσο μία συστηματική και διεξοδική ενημέρωση των εφήβων, θα μπορούσαμε να χαρακτηρίσουμε την ενημέρωση που λαμβάνουν από το οικογενειακό περιβάλλον πλημμελή, ενώ υπάρχουν και μαθητές που αναφέρουν πως δεν έχουν συζητήσει ποτέ το ζήτημα της ασφάλειάς τους στο Διαδίκτυο με τους γονείς τους. Η παραδοχή αυτή, σε συνδυασμό με το γεγονός, ότι οι έφηβοι έχουν την τάση να υπερεκτιμούν τις ικανότητές τους σχετικά με την αυτοπροστασία τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, μας δείχνει, ότι βρίσκονται σε κίνδυνο και η οικογένεια ίσως να μην είναι σε θέση να μπορέσει να αντιμετωπίσει ένα ενδεχόμενο περιστατικό. Οι γονείς που συζητούν διαρκώς με τα παιδιά τους θέματα ασφάλειας στο Διαδίκτυο φαίνεται, πως είναι μειοψηφία, ενώ αναφέρεται, πως υπάρχουν οικογένειες που δεν επέτρεπαν τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στα παιδιά τους μέχρι πρόσφατα που ξεκίνησαν το Λύκειο, εξαιτίας των πιθανών κινδύνων και τους ενδεχόμενου εθισμού σε αυτά. Όσον αφορά στο ρόλο του σχολείου, οι μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης, αναφέρουν πως δεν έχουν καμία ενημέρωση σχετικά με την ορθή χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης και μάλιστα αυτό του προκαλεί δυσάρεστα συναισθήματα, καθώς θεωρούν, πως το σχολείο δε δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα σε τέτοιους είδους ζητήματα και μάλιστα τα αντιμετωπίζει με προκατάληψη, ενώ όφειλε να κάνει περισσότερες ενημερωτικές δράσεις σχετικά με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, εφ' όσον αποτελούν σημαντικό μέρος της ζωής των εφήβων.

Ένα εξαιρετικά σημαντικό εύρημα της μελέτης περίπτωσης των μαθητών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης, είναι πως οι γονείς και το οικογενειακό περιβάλλον δεν αποτελούν συνήθως την πρώτη επιλογή στην οποία θα στραφούν οι έφηβοι σε περίπτωση που βιώσουν κάποια διαδικτυακή απειλή. Τα παιδιά συνήθως διατηρούν τις αμφιβολίες τους σχετικά με το πού θα απευθυνθούν πρωτίστως και παρά το γεγονός, ότι

αναγνωρίζουν πως η καλύτερη λύση θα ήταν οι γονείς τους, εν τούτοις καταφεύγουν σε άλλες επιλογές, όπως ο ψυχολόγος, ο ψυχίατρος, η Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος, οι καθηγητές τους, ενώ η παρέα τους είναι η δημοφιλέστερη απάντηση που δόθηκε. Τα παιδιά αναφέρουν πως θα απευθυνθούν στους γονείς τους μεν, αλλά κατά κύριο λόγο αφού έχουν ήδη ενημερώσει τους φίλους τους και δεν έχουν καταφέρει να βρουν μία ικανοποιητική διέξοδο στο πρόβλημά τους. Ο μαθητής ΑΣΜΒ4 αναφέρει χαρακτηριστικά «τους κολλητούς μου πρώτα και αν δε βρίσκαμε λύση μετά... Μετά με τους γονείς. (Οι φίλοι) είναι πιο άνετοι», όπως επίσης και ο μαθητής ΑΒΑΓ1 «στους φίλους μου. Ναι. Πρώτα θα έλεγα στους φίλους μου βασικά και μετά αν ήταν τόσο σοβαρό, θα έλεγα και στους γονείς μου και μετά στη Δίωξη». Τα παιδιά φαίνεται πως νιώθουν καλύτερα να συζητάνε τέτοιου είδους θέματα με τους φίλους τους, καθώς τους δημιουργείται ένα αίσθημα ντροπής, ίσως και φόβου να αναφερθούν στους γονείς τους, όπως επίσης ένα σημαντικό στοιχείο που αναφέρθηκε είναι και το ζήτημα του χάσματος γενεών που ανέφερε η μαθήτρια ΚΖΔΑ1 «νομίζω σε καθηγητή που εμπιστεύομαι. Έχω μεγαλύτερη εμπιστοσύνη, γιατί κυρίως δε συζητάω πολλά πράγματα με τους γονείς μου, γιατί δεν είμαι πολύ κοντά με τους γονείς μου. Δηλαδή ο μπαμπάς μου, μπορεί να μοιάζει, κυριολεκτικά μπορεί να μοιάζει 40, μπορεί και μικρότερος από 40 και είναι 53, δηλαδή τι να συζητήσω μαζί του; Νιώθω άβολα να το συζητήσω. Αλλά, όταν υπάρχει πρόβλημα, πιστεύω πως ναι». Αναδεικνύεται για ακόμα μία φορά δηλαδή, η απόσταση που επιθυμούν να κρατήσουν οι έφηβοι από τους γονείς τους, αλλά και η προσπάθειά τους αντιμετώπισουν μόνοι τους καταστάσεις πριν χρειαστεί να απευθυνθούν σε κάποιον άλλον. Συνήθως όπως φαίνεται από τα λεγόμενά τους, αρχικά προσπαθούν να αξιολογήσουν τη σοβαρότητα ενός περιστατικού και αναλόγως να ζητήσουν βοήθεια από το πρόσωπο που θεωρούν καταλληλότερο για κάθε περίπτωση, ωστόσο σε ένα σοβαρό γεγονός ή τουλάχιστον σε ένα γεγονός που κατά την κρίση τους είναι εξαιρετικά σοβαρό και επικίνδυνο, τότε θα απευθυνθούν πρωτίστως στην οικογένειά τους, ώστε να αξιολογήσουν από κοινού την κατάσταση με σκοπό την εξεύρεση της καταλληλότερης λύσης.

Ολοκληρώνοντας την ενότητα αυτή, φαίνεται πως μία μικρή μειοψηφία των μαθητών – κυρίως κορίτσια – θα απευθυνόταν απευθείας στους γονείς σε περίπτωση διαδικτυακού κινδύνου, ενώ υπάρχει μία σαφής προτίμηση στη μητέρα και

μετέπειτα στον πατέρα. Συμπερασματικά πάντως, μπορούμε να πούμε, πως υπάρχει μία δυσκολία από την πλευρά των εφήβων να καταφύγουν στο οικογενειακό τους περιβάλλον για να βοηθηθούν σε μία δυσάρεστη κατάσταση κατά τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, καθώς υπερισχύει το αίσθημα της ντροπής που νιώθουν απέναντι στους γονείς τους, το οποίο ενισχύεται από τη διαφορά ηλικίας, ενώ όσο πιο μεγάλη η διαφορά των ετών, τόσο πιο δύσκολη είναι η ουσιαστική επαφή με τους γονείς.

Η μελέτη περίπτωσης που διεξήχθη στο 4^ο ΓΕΛ Κατερίνης έριξε φως σε αρκετά σκοτεινά σημεία της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από τους μαθητές που βρίσκονται στις ηλικίες από 15 έως 18 ετών, ενώ είχαμε την ευκαιρία να γνωρίσουμε τον τρόπο με τον οποίο επιτελείται η λειτουργία της επικοινωνίας μεταξύ των εφήβων, όπως επίσης και τους τομείς της κοινωνικής τους ζωής που φαίνεται να επηρεάζονται κατά κύριο λόγο από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Επιπλέον, οι συμμετέχοντες μας διαφώτισαν σχετικά με τα χαρακτηριστικά της διαδικτυακής τους ταυτότητας, την οποία συνέκριναν με την πραγματική και συζητήσαμε διεξοδικά τις διαφορές τους. Οι επιρροές που δέχονται οι μαθητές του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτέλεσαν έναν από τους ερευνητικούς πυλώνες της μελέτης περίπτωσης, βάζοντας στο μικροσκόπιο τις καταναλωτικές συνήθειες των εφήβων, τα πρότυπα που παρουσιάζονται στις ιστοσελίδες που χρησιμοποιούν, αλλά και το αποτύπωμα της συμπεριφοράς τους στη δομή της ευρύτερης κοινωνίας. Τέλος, αρκετά διαφωτιστικές ήταν οι απαντήσεις των συμμετεχόντων σχετικά με την επάρκεια της ενημέρωσης που λαμβάνουν από το οικογενειακό και σχολικό περιβάλλον αναφορικά με την ορθή χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και την αντιμετώπιση κακόβουλων και επικίνδυνων συμπεριφορών στο Διαδίκτυο, ενώ εξαιρετικό ενδιαφέρον είχαν οι απαντήσεις των παιδιών, όσον αφορά στην πραγματική διάσταση των σχέσεων μεταξύ αυτών και των γονέων τους και την ύπαρξη ή μη εμπιστοσύνης, ώστε να δημιουργηθούν αισθήματα ασφάλειας που θα εξασφαλίσουν την προσέγγιση του οικογενειακού περιβάλλοντος σε περίπτωση που οι έφηβοι αντιμετωπίσουν κάποια κακοποιητική κι επικίνδυνη συμπεριφορά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

3. Η ποσοτική έρευνα ως μεθοδολογική προσέγγιση

Η ποσοτική έρευνα θεωρείται συνήθως ως η επικρατούσα μορφή ερευνητικής πρακτικής, ενώ όπως αναφέρθηκε σε προηγούμενες ενότητες σε επίπεδο επιστημολογίας η ποιοτική και η ποσοτική μέθοδος νοούνται ως δύο διαφορετικά Παραδείγματα, καθώς αποτελούν διαδικασίες που εκκινούν από διαφορετική θέση της ερευνητικής διαδικασίας κι έχουν πολύ διαφορετικές οπτικές και αντιλήψεις επί του αντικειμένου που εξετάζουν. Σε αντίθεση με την ποιοτική έρευνα, στην ποσοτική τα δεδομένα που προκύπτουν μετατρέπονται σε μετρήσιμα αριθμητικά στοιχεία και μετασχηματίζονται σε μεταβλητές, ώστε να είναι δυνατή η χρήση της στατιστικής ανάλυσης για να μπορέσουν να αναγνωριστούν οι μεταξύ τους σχέσεις με σκοπό να προκύψουν γενικότερα συμπεράσματα που θα είναι αξιοποιήσιμα για τη μελέτη ενός φαινομένου (Babbie, 2018; Cohen et al., 2007; Παπαναστασίου & Παπαναστασίου, 2014; Τσιώλης, 2013³²⁶). Στη βιβλιογραφία συναντήσαμε ποικίλους ορισμούς που περιγράφουν την ποσοτική έρευνα με βάση τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της. Σύμφωνα με τους Coghlan και Brydon-Miller (2014)³²⁷, η ποσοτική μέθοδος είναι το κυρίαρχο ερευνητικό πλαίσιο των κοινωνικών ερευνών. Αναφέρεται σε ένα πλέγμα στρατηγικών, τεχνικών και υποθέσεων που συνήθως χρησιμοποιούνταν για να μελετηθούν ψυχολογικές, κοινωνικές και οικονομικές διαδικασίες μέσω της εξερεύνησης αριθμητικών μοτίβων. Επιπροσθέτως, συγκεντρώνονται μετρήσιμα δεδομένα, εκ των οποίων κάποια είναι εγγενώς ποσοτικά, ενώ σε κάποιες περιπτώσεις η μετρική τους δομή κατά κάποιον τρόπο υπαγορεύεται δευτερογενώς. Σκοπός της ποσοτικής έρευνας είναι να γενικεύσει τη γνώση και να δημιουργήσει μία συνθήκη αντίληψης του κοινωνικού κόσμου. Ποσοτικές μέθοδοι χρησιμοποιούνται από κοινωνικούς επιστήμονες, συμπεριλαμβανομένων των ερευνητών της επικοινωνίας, καθώς μελετώνται φαινόμενα ή περιπτώσεις, οι οποίες επηρεάζουν το

³²⁶ Τσιώλης, Γ. (2016). Ανάλυση ποιοτικών δεδομένων: διλήμματα, δυνατότητες, διαδικασίες. Στο Πυργιωτάκης, Γ. & Χρ. Θεοφιλίδης (Επιμ.) *Ερευνητική Μεθοδολογία στις Κοινωνικές Επιστήμες και στην Εκπαίδευση. Συμβολή στην επιστημολογική θεωρία και την ερευνητική πράξη* (σελ. 422-450). Αθήνα: Πεδίο.

³²⁷ Coghlan, D., Brydon-Miller, M. (2014). *The SAGE encyclopedia of action research* (Vols. 1-2). London: SAGE Publications Ltd.

άτομο (Allen, 2017)³²⁸. Σύμφωνα με τον Τσιώλη (2016), «η ποσοτική προσέγγιση αποσκοπεί στην αποκάλυψη γενικών κανονικοτήτων ή τάσεων, που διέπουν τα κοινωνικά φαινόμενα, μέσω της διερεύνησης των φαινομένων αυτών σε πλήθος περιπτώσεων. Μέσω της εξέτασης μεγάλου όγκου περιπτώσεων εξισορροπούνται οι ιδιομορφίες των μεμονωμένων περιπτώσεων και, ως εκ τούτου, οι κανονικότητες ή οι τάσεις που προκύπτουν μπορούν να θεωρηθούν ως γενικώς ισχύουσες». Σε προηγούμενη ενότητα, όπου αναλύσαμε τη μελέτη περίπτωσης που εκπονήσαμε, αναφέραμε, ότι το συγκεκριμένο είδος έρευνας έχει τη μοναδική ιδιότητα να αυτοπεριορίζεται, καθώς τα αποτελέσματα που προκύπτουν, δεν είναι δυνατόν να γενικευθούν στον πληθυσμό. Εξαιτίας αυτής της ιδιαιτερότητας της μελέτης περίπτωσης, θεωρήσαμε πως για να έχουμε μία πλήρη και ολιστική προσέγγιση στο υπό εξέταση ερευνητικό μας πρόβλημα, θα πρέπει να εκπονήσουμε μία ακόμη έρευνα, αυτήν τη φορά ποσοτική, με την προσδοκία τα ερευνητικά δεδομένα που θα προκύψουν να εναρμονίζονται με τα ερευνητικά δεδομένα της μελέτης περίπτωσης, ώστε να μπορέσουμε να γενικεύσουμε στον πληθυσμό των εφήβων ηλικίας 15 έως 18 τα συμπεράσματα που θα προκύψουν. Με την τριγωνοποίηση, όχι μόνο ενισχύουμε την αξιοπιστία και την εγκυρότητα και των δύο ερευνών που εκπονήσαμε, αλλά ταυτόχρονα πετυχαίνουμε να καλύψουμε τα μεθοδολογικά κενά που ενδεχομένως υπάρχουν εξ ορισμού και στις δύο μεθοδολογικές προσεγγίσεις. Για το λόγο αυτό, το ερευνητικό μας πρόβλημα, η ερευνητική υπόθεση, τα ερευνητικά ερωτήματα και υποερωτήματα παραμένουν ίδια και για τις δύο εκπονηθείσες έρευνες.

Σύμφωνα με τον Creswell (1994)³²⁹, η ποσοτική μέθοδος αντιμετωπίζει την πραγματικότητα ως αντικειμενική και μοναδική, χωρίς να επηρεάζεται από τον ερευνητή, ο οποίος είναι ανεξάρτητος από το υπό έρευνα φαινόμενο. Επιπλέον, η ποσοτική έρευνα είναι αμερόληπτη, βασίζεται σε ένα τυπικό αξιακό σύστημα, δεν έχει προσωπικό χαρακτήρα και αποτελεί μία παραγωγική διαδικασία, κατά την οποία φανερώνονται αιτιακές σχέσεις μέσω στατικών κατηγοριών, οι οποίες είναι

³²⁸ Allen, M. (2017). *The SAGE encyclopedia of communication research methods* (Vols. 1-4). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.

³²⁹ Creswell, J.W. (1994). *Research Design: Qualitative & Quantitative Approaches*. London: SAGE Publications.

προαποφασισμένες πριν τη διενέργεια της έρευνας. Η γενίκευση των δεδομένων που προκύπτουν οδηγούν σε πρόβλεψη, επεξήγηση, κατανόηση, ενώ τα δεδομένα αυτά είναι ακριβή και αξιόπιστα (Creswell, 1994). Τα δείγματα των ποσοτικών ερευνών είναι συνήθως αρκετά μεγάλα και γι' αυτό το λόγο θεωρούνται αντιπροσωπευτικά του εξεταζόμενου πληθυσμού (Martin & Bridgmon, 2012³³⁰; Queirós, Faria & Almeida, 2017³³¹), ενώ υιοθετούνται δομημένες διαδικασίες και τυπικά ερευνητικά εργαλεία, τα οποία ωστόσο δεν είναι ευέλικτα, όπως για παράδειγμα οι συνεντεύξεις. Τα δεδομένα συλλέγονται συστηματικά και χωρίς παρεμβάσεις κατά τη διαδικασία, ενώ στη συνέχεια τα η ανάλυση των μετρήσιμων αποτελεσμάτων που προκύπτουν παρουσιάζονται μέσω στατιστικής, αρκετά συχνά με τη χρήση του λογισμικού SPSS, R ή το πρόγραμμα Stata (Queirós, Faria & Almeida, 2017).

Οι ποσοτικές έρευνες έχουν αρκετά πλεονεκτήματα, τα οποία διευκολύνουν το ρόλο του ερευνητή. Όπως αναφέραμε προηγουμένως, το δείγμα συνήθως είναι αρκετά μεγάλο, γεγονός που σημαίνει, ότι σε αυτό το είδος ερευνών προτιμώνται κατά κύριο λόγο τα ερωτηματολόγια, τα οποία δίνουν τη δυνατότητα γρήγορης και εύκολης συλλογής ερευνητικών δεδομένων. Συνεπώς, ένα σημαντικό πλεονέκτημα των ποσοτικών ερευνών είναι η ταχύτητα της ταυτόχρονης συλλογής των δεδομένων και η γρήγορη και εύκολη ανάλυσή τους με προγράμματα στατιστικής ανάλυσης, με την προϋπόθεση βέβαια, ότι ο ερευνητής είναι γνώστης χειρισμού των αντίστοιχων λογισμικών. Σε αυτό το σημείο, αξίζει να αναφερθούμε και στο κόστος μία ποσοτικής έρευνας, το οποίο σχεδόν μηδενίζεται σε περίπτωση που το ερωτηματολόγιο αποστέλλεται ηλεκτρονικά ή υπάρχει η δυνατότητα συμπλήρωσής του διαδικτυακά. Το ουσιαστικό πλεονέκτημα όμως, των ποσοτικών ερευνών είναι η δυνατότητα γενίκευσης στον πληθυσμό και αυτό είναι καθοριστικής σημασίας, διότι με τον τρόπο αυτό ο ερευνητής μπορεί με ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα να εξάγει ασφαλή και αντικειμενικά συμπεράσματα, χωρίς να απαιτείται να μελετήσει όλον τον πληθυσμό (Babbie, 2018; Cohen et al., 2007; Martin & Bridgmon, 2012; Παπαναστασίου & Παπαναστασίου, 2014; Queirós, Faria & Almeida, 2017; Rahman, 2017).

³³⁰ Martin, W. & Bridgmon, K. (2012). *Quantitative and statistical research methods: from hypothesis to results*. New Jersey, USA: Jossey-Bass.

³³¹ Queirós, A., Faria, D., & Almeida, F. (2017). Strengths and Limitations of Qualitative and Quantitative Research Methods. *European Journal of Education Studies*, 3, 369-387.

Η ποσοτική μέθοδος έχει σαφώς και κάποια μειονεκτήματα. Το βασικό της μειονέκτημα, είναι πως οι απαντήσεις που μπορούν να δοθούν είναι κλειστές, συγκεκριμένες και προκαθορίζονται κατά κάποιον τρόπο από τον ερευνητή, που σημαίνει, ότι υπάρχει πιθανότητα το εύρος των δοθέντων απαντήσεων σε ένα ερωτηματολόγιο να μην συμπίπτει επακριβώς με τις επιθυμητές απαντήσεις των ερωτωμένων, πράγμα που σημαίνει, πως το αποτέλεσμα ίσως να μην είναι ακριβές, αλλά να βρίσκεται πολύ κοντά στην πραγματική άποψη του δείγματος (Ary, Jacobs, Sorensen & Walker, 2018³³²; Rahman, 2017³³³). Οι πληροφορίες που συλλέγονται με τις ποσοτικές έρευνες δεν έχουν βάθος συνήθως, παρά είναι επιφανειακές και αγγίζουν σχετικά επιδερμικά ένα φαινόμενο και αυτό συμβαίνει, διότι για να εμβαθύνει κανείς θα πρέπει να διαμορφώσει ένα αρκετά ευρύ ερωτηματολόγιο με πολυποίκιλες ερωτήσεις και απαντήσεις, το οποίο κινδυνεύει να θεωρηθεί κουραστικό και απαιτητικό, με αποτέλεσμα ο ερωτώμενος να το εγκαταλείψει.

Παρά τα μειονεκτήματα της ποσοτικής μεθόδου, η συμβολή της παραμένει τεράστια και τα ερευνητικά αποτελέσματα που προκύπτουν έχουν μεγάλη ερευνητική αξία, ενώ ο συνδυασμός ποσοτικής και ποιοτικής έρευνας (mixed method) είναι αρκετές φορές ο ιδανικός τρόπος για την ορθή και πολύπλευρη μελέτη ενός φαινομένου, καθώς σύμφωνα με τον Jick (1983)³³⁴ οι δύο αυτές μέθοδοι θα πρέπει να αντιμετωπίζονται ως συμπληρωματικές η μία στην άλλη και όχι διαζευκτικά.

3.1. Στρατηγική δειγματοληψίας

Όπως και στη μελέτη περίπτωσης του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης, έτσι και στην ποσοτική έρευνα, επιλέχθηκε μη πιθανοτική δειγματοληψία, διότι η ηλικία των παιδιών υπαγορεύει την εξασφάλιση της συναίνεσης των γονέων/κηδεμόνων τους, γεγονός που περιορίζει την ελευθερία μας να επιλέξουμε ένα τυχαίο δείγμα. Συνεπώς, ως καταλληλότερη μέθοδος λήψης δείγματος για το ερευνητικό πρόβλημα

³³² Ary, D., Jacobs, L. C., Irvine, C. K. S., & Walker, D. (2018). *Introduction to Research in Education*. Boston, MA: Cengage Learning.

³³³ Rahman, S. (2017). The Advantages and Disadvantages of Using Qualitative and Quantitative Approaches and Methods in Language “Testing and Assessment” Research: A Literature Review. *Journal of Education and Learning*, 6(1), 101-112.

³³⁴ Jick, T. (1983). “Mixing Qualitative and Quantitative Methods: Triangulation in Action”, in J. v. Maanen (Ed.), *Qualitative Methodology* (135-148). London: Sage.

που πραγματευόμαστε θεωρήσαμε, πως είναι η **δειγματοληψία χιονοστιβάδας** ή αλλιώς **αλυσιδωτή**, η οποία μας επέτρεψε να εντοπίσουμε αρχικά μία μικρή ομάδα, η οποία διαθέτει τα χαρακτηριστικά που χρειαζόμασταν και μετέπειτα η μικρή αυτή ομάδα λειτούργησε ως «πληροφοριοδότης» και μας έφερε σε επαφή και με άλλα άτομα που φέρουν τα ίδια χαρακτηριστικά (Babbie, 2018: 358; Cohen et al. 2007: 173; Mertens, 2009: 372; Τσιώλης, 2014: 57). Στην περίπτωση που εξετάζουμε εμείς, καθώς δεν υπάρχουν επίσημα δεδομένα, ώστε να προσδιορίσουμε τον αριθμό του πληθυσμού, για να επιλέξουμε με συγκεκριμένα κριτήρια το δείγμα, προσεγγίσαμε εφήβους ηλικίας 15 έως 18 ετών του κοντινού μας περιβάλλοντος που χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ώστε να μας υποδείξουν με τη σειρά τους, εφήβους της ίδιας ηλικίας που είναι επίσης χρήστες των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης και με αυτόν τον τρόπο καταφέραμε να συγκεντρώσουμε το δείγμα-στόχο που είχαμε θέσει εξ αρχής των 500 παιδιών, με βασική προϋπόθεση, οι έφηβοι να ανήκουν στη συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα που εξετάζουμε και ταυτόχρονα να διατηρούν λογαριασμούς σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ενώ κάνουν καθημερινή χρήση των εν λόγω ιστοσελίδων. Τα παιδιά αυτά βρίσκονται εντός του ελλαδικού χώρου και ζούνε τόσο σε αστικές, όσο και ημιαστικές και αγροτικές περιοχές. Δεδομένου ότι το φύλο (με τη βιολογική του διάσταση) δεν έχει σχέση με τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, όπως διαπιστώσαμε κατά την ανασκόπηση των υπαρχουσών ερευνών. Παρά το γεγονός, ότι ξεκινήσαμε με δύο παιδιά ως ομάδα – πληροφοριοδότη δε συναντήσαμε δυσκολίες στο να καταφέρουμε να συγκεντρώσουμε το δείγμα – στόχο των 500 εφήβων. Η δυσκολία που αντιμετωπίσαμε με τη επιλεχθείσα στρατηγική δειγματοληψίας, είναι το γεγονός, ότι πριν τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου έπρεπε πρωτίστως να γίνεται συνεννόηση με τους γονείς/κηδεμόνες και να εξασφαλίζεται η έγγραφη συναίνεσή τους (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΣΤ'), όπως επίσης και των συμμετεχόντων εφήβων (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ζ'), ώστε τα παιδιά να προχωρούν στη συμμετοχή τους στην έρευνα. Αυτό πρακτικά κόστισε σε χρόνο, καθώς υπήρχαν καθυστερήσεις στην επιστροφή των εγγράφων συναίνεσης, με αποτέλεσμα η διαδικασία συμπλήρωσης του επιθυμητού δείγματος της ποσοτικής έρευνας να είναι αρκετά αργή. Ωστόσο το βήμα αυτό ήταν απαραίτητο και ακόμα και με καθυστέρηση το δείγμα συμπληρώθηκε και μετέπειτα προχωρήσαμε απρόσκοπτα στη διενέργεια της έρευνας. Σύμφωνα με τον

Νογ (2008) ένα δείγμα χιονοστιβάδας έχει πολλαπλές ιδιότητες, κυρίως διότι μέσα από τη διαδικασία αυτή αναδύεται η δυναμική των κοινωνικών δικτύων τόσο των φυσικών, όσο και των οργανικών, γεγονός που ειδικά στο ερευνητικό πρόβλημα που πραγματευόμαστε έχει ιδιαίτερη σημασία μιας και διερευνούμε την επίδραση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην εφηβική ηλικία.

3.2. Οριοθετήσεις και περιορισμοί

Στην ποσοτική έρευνα, όπως ακριβώς και στη μελέτη περίπτωσης, έχουμε οριοθετήσει το αντικείμενο της μελέτης μας, ως προς το αναπτυξιακό στάδιο και την ηλικία στην οποία θα βρίσκεται το δείγμα μας. Συγκεκριμένα επιλέξαμε -για τους λόγους που αναλύσαμε σε προηγούμενες ενότητες- τους εφήβους ηλικίας 15 έως 18 ετών, χωρίς γεωγραφικούς περιορισμούς, καθώς η δειγματοληψία χιονοστιβάδας που έχει επιλεγεί ως στρατηγική επιλογής του δείγματος, δυνητικά μπορεί να οδηγήσει σε συμμετέχοντες που βρίσκονται εκτός των γεωγραφικών ορίων της Περιφερειακής Ενότητας Πιερίας, η οποία θεωρήθηκε ως γεωγραφικός περιορισμός για τη διεξαγωγή της μελέτης περίπτωσης, όμως εντός των γεωγραφικών ορίων της χώρας μας. Ο πληθυσμός των εφήβων που μελετάται έχει ως κύριο και μοναδικό χαρακτηριστικό την ενασχόλησή τους με τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης και τη διατήρηση προσωπικού λογαριασμού σε αυτές. Ένας περιορισμός που τέθηκε εξαιτίας των μελετώμενων ηλικιών είναι η έγγραφη εξασφάλιση της συναίνεσης των συμμετεχόντων, αλλά και των γονέων/κηδεμόνων τους πριν προχωρήσουν στη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου.

3.3. Ερευνητικό εργαλείο συλλογής δεδομένων

Για τη συλλογή των δεδομένων της ποσοτικής έρευνας σε δείγμα 500 εφήβων ηλικίας 15 έως 18 ετών με στρατηγική χιονοστιβάδας, ως καταλληλότερο εργαλείο θεωρήθηκε το ερωτηματολόγιο (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Η'), καθώς συγκεντρώνει πλήθος πλεονεκτημάτων για μεγάλα δείγματα και αποτελεί ένα από τα πιο διαδεδομένα μέσα άντλησης πληροφοριών στις κοινωνικές επιστήμες. Σύμφωνα με το Βάμβουκα (2010), «το ερωτηματολόγιο είναι ένα σύνολο γραπτών ερωτήσεων, σχετικών με ένα πρόβλημα, τις οποίες ο ερευνητής απευθύνει ομοιόμορφα στα υποκείμενα του δείγματος με σκοπό να συγκεντρώσει τις αναγκαίες ερευνητικές πληροφορίες». Το

ερωτηματολόγιο είναι ένα μέσο το οποίο επιτρέπει μία σχετικά εύκολη διαδικασία συγκέντρωσης ερευνητικών δεδομένων, ωστόσο σύμφωνα με τους Παπαναστασίου & Παπαναστασίου (2014: 90), η επιστημονική του αξία εξαρτάται από την αξιοπιστία και την εγκυρότητα των δεδομένων που θα προκύψουν, «γι' αυτό η διατύπωση των ερωτήσεων, η έκταση και η παρουσίαση του ερωτηματολογίου έχουν μεγάλη σημασία για τα αποτελέσματα της έρευνας». Λόγω της μικρής ηλικίας του δείγματος η διατύπωση των ερωτήσεων είναι εξαιρετικά σημαντική και για το λόγο αυτό, το λεξιλόγιο, ο τρόπος που τίθεται το ερώτημα, ο τρόπος που παρουσιάζονται οι πιθανές απαντήσεις, θα πρέπει να ανταποκρίνονται στο αναπτυξιακό επίπεδο των εφήβων ηλικίας 15 έως 18 ετών.

Στο πλαίσιο της τριγωνοποίησης και καθώς ο σχεδιασμός της μελέτης περίπτωσης του 4ου ΓΕΛ Κατερίνης προηγήθηκε του σχεδιασμού της ποσοτικής έρευνας, όπως προαναφέρθηκε η ερευνητική υπόθεση, τα ερευνητικά ερωτήματα και υποερωτήματα είναι κοινά και για τις δύο έρευνες και αυτό συμβαίνει, διότι τα αποτελέσματα που θα προκύψουν θα πρέπει να συγκριθούν μεταξύ τους. Εάν δεν υφίσταντο η συγκεκριμένη συνθήκη, τότε η τριγωνοποίηση θα ήταν άτοπη. Σύμφωνα με τον Παρασκευόπουλο (1993: 98), ο ερευνητής μπορεί να επιλέξει ανάμεσα σε κάποια έτοιμα-σταθμισμένα ερωτηματολόγια, σε αυτοσχέδια ερωτηματολόγια που χρησιμοποιήθηκαν από άλλους ερευνητές στα πλαίσια των δικών τους μελετών ή να κατασκευάσει ο ίδιος το δικό του ερευνητικό εργαλείο που δύναται να καλύψει τις ανάγκες της δικής του έρευνας. Στη δική μας περίπτωση, για το σχεδιασμό του ερωτηματολογίου αξιοποιήσαμε τις ερωτήσεις των ημιδομημένων ατομικών συνεντεύξεων της μελέτης περίπτωσης, για την οποία πραγματοποιήθηκε και πιλοτική συνέντευξη, ώστε να ελέγξουμε, εάν η διατύπωση των ερωτημάτων είναι κατανοητή, εάν το πλήθος τους είναι κουραστικό για έναν έφηβο στο συγκεκριμένο ηλικιακό εύρος και βεβαίως, εάν οι απαντήσεις μπορούν να οδηγήσουν σε δεδομένα που μετά από επεξεργασία μας οδηγούν σε ασφαλή συμπεράσματα επί των ερευνητικών ερωτημάτων και υποερωτημάτων. Εφ' όσον κρίθηκαν κατάλληλες οι ερωτήσεις, στη συνέχεια προχωρήσαμε στην προσαρμογή τους στο νέο μας ερευνητικό εργαλείο.

Ως προς το σχεδιασμό του ερωτηματολογίου, τα ερωτήματα που τέθηκαν για τη δειγματοληπτική μας έρευνα ήταν απλά, κατανοητά, σύντομα, χωρίς

μακροσκελείς προτάσεις που μπορεί να δημιουργήσουν σύγχυση στους συμμετέχοντες, ενώ αποφεύχθηκαν οι αρνητικές, οι μεροληπτικές, οι διφορούμενες, οι υποθετικές, αλλά και οι ερωτήσεις των οποίων οι απαντήσεις απαιτείται να ανασυρθούν από τη μνήμη (Babbie, 2018; Bell, 2005; Cohen et al., 2007; Καλογεράκη, 2020; Παπαναστασίου & Παπαναστασίου, 2014; Παρασκευόπουλος, 1993³³⁵; Σταμέλος & Δακοπούλου, 2007). Ως προς τη δομή του, το ερωτηματολόγιο που κατασκευάσαμε ξεκινά με το ενημερωτικό σημείωμα που παρέχει τις απαραίτητες πληροφορίες σχετικά με τον σκοπό της έρευνας, το προφίλ της ερευνήτριας, τους κανόνες δεοντολογίας που διέπουν την εν λόγω έρευνα, όπως επίσης και τα στοιχεία του επιβλέποντος καθηγητή, σε περίπτωση που κάποιος επιθυμεί να επιβεβαιώσει την αυθεντικότητα της έρευνας. Το ερευνητικό εργαλείο είναι χωρισμένο σε πέντε νοητές ενότητες, οι οποίες αντιστοιχούν στα πέντε ερευνητικά μας ερωτήματα, ενώ στην ενότητα κάθε ερωτήματος υπάρχουν ερωτήσεις που αντιστοιχούν σε όλα τα ερευνητικά υποερωτήματα. Με τον τρόπο αυτό έχουν καθοριστεί οι επιμέρους άξονες που συνθέτουν τον κεντρικό σκοπό του ερευνητικού μας προβλήματος (Παρασκευόπουλος, 1993: 100).

Ως προς τη μορφή των ερωτήσεων, δημιουργήθηκαν ερωτήματα κλειστού τύπου με κλίμακες Likert, ενώ στο τέλος του ερευνητικού μας εργαλείου συμπεριλάβαμε και δύο ερωτήματα ανοιχτού τύπου. Οι κλειστού τύπου ερωτήσεις έχουν το πλεονέκτημα, ότι απαντώνται γρήγορα και εύκολα, ωστόσο υπάρχει πάντα ο κίνδυνος, ειδικά στις μικρές ηλικίες να δίνονται οι κοινωνικά αποδεκτές απαντήσεις, δηλαδή αυτό που θεωρείται από την πλειοψηφία «το σωστό» (Καλογεράκη, 2020; Schaeffer & Presser, 2003³³⁶; Σταμέλος & Δακοπούλου, 2007). Αντιθέτως, οι ανοιχτού τύπου ερωτήσεις, επιτρέπουν στους συμμετέχοντες να εκφράσουν την προσωπική τους άποψη, ωστόσο απαιτούν περισσότερο χρόνο σκέψης, ενώ αρκετοί αποφεύγουν να τις απαντήσουν γιατί χρειάζεται χρόνος για να γράψουν την απάντησή τους. Ένα ακόμη μειονέκτημα είναι πως οι ανοιχτού τύπου ερωτήσεις είναι δύσκολο να κωδικοποιηθούν (Βάμβουκας, 2010; Παρασκευόπουλος, 1993; Σταμέλος & Δακοπούλου, 2007). Οι πρώτες ερωτήσεις αφορούν στα

³³⁵ Παρασκευόπουλος, Ι. (1993). *Μεθοδολογία επιστημονικής έρευνας – Τόμος 1*. Αθήνα: Αθήνα.

³³⁶ Schaeffer, N.C. & Presser, S. (2003). "The Science of Asking Questions". *Annual Review of Sociology*, 29, 65-88.

δημογραφικά στοιχεία των ερωτωμένων (φύλο, ηλικία, τόπος διαμονής, εκπαιδευτικό επίπεδο μητέρας και πατέρα), ενώ οι υπόλοιπες αφορούν στο ερευνητικό μας πρόβλημα και οι προσφερόμενες πιθανές απαντήσεις είναι κλιμακώμενες ανάλογα με την έντασή τους ή πολλαπλής επιλογής, στις οποίες οι συμμετέχοντες έχουν τη δυνατότητα να επιλέξουν περισσότερες από μία απαντήσεις. Σύμφωνα με τους Cohen, Manion & Morrison (2007: 426) οι κλίμακες ιεράρχησης είναι ιδιαιτέρως χρήσιμοι μηχανισμοί για τον ερευνητή, καθώς με αυτόν τον τρόπο γίνεται αντιληπτός ο βαθμός ευαισθησίας και διαφοροποίησης κάθε απάντησης, ενώ ταυτόχρονα τα δεδομένα ποσοτικοποιούνται, ώστε να μετρηθούν και να προκύψουν αριθμητικά δεδομένα, τα οποία θα υποβληθούν μετέπειτα σε ανάλυση. Στην κλίμακα Likert οι ερωτώμενοι καλούνται να απαντήσουν ως προς το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σε μία σειρά προτάσεων που αφορά ένα συγκεκριμένο αντικείμενο (Καλογεράκη, 2020: 201). Στο σημείο που δώσαμε ιδιαίτερη προσοχή ήταν η κλίμακα να μετράει κάθε φορά μία μόνο διάσταση, αφού αυτός άλλωστε είναι και ο πυρήνας της σκέψης του Likert (Cohen et al., 2007; Καλογεράκη, 2020; Likert, 1932³³⁷; Oppenheim, 1992³³⁸, Παρασκευόπουλος, 1993), ειδάλλως η μέτρηση θα ήταν εσφαλμένη. Συχνά γίνεται η παρανόηση παρεμφερείς κλίμακες που δεν εκφράζουν το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας, να αναφέρονται ως Likert, κάτι το οποίο ωστόσο δεν ισχύει. Στο σχεδιασμό του ερωτηματολογίου μας πέραν της συγκεκριμένης, χρησιμοποιήθηκαν και κλίμακες που μετρούν συχνότητα επανάληψης μίας ενέργειας (όπως για παράδειγμα: Πόσο συχνά επισκέπτεσαι το προφίλ των φίλων σου; Ενώ οι πιθανές απαντήσεις ορίζουν τι επακριβώς εννοούμε ως συχνότητα, ώστε ο ερωτώμενος να δώσει με σαφήνεια την απάντησή του).

Το ερωτηματολόγιο σχεδιάστηκε σε μορφή Google Form και αυτή η επιλογή έγινε εξαιτίας της ευκολίας στο διαμοιρασμό και στη συμπλήρωσή του, καθώς η δειγματοληψία χιονοστιβάδας θα μπορούσε να οδηγήσει και σε συμμετέχοντες εκτός της δικής μας εμβέλειας. Το πλεονέκτημα του ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου είναι ισχυρό, διότι μπορέσαμε να το στείλουμε γρήγορα σε κάθε έφηβο και να

³³⁷ Likert, R. (1932). *A Technique for the Measurement of Attitudes*. New York: Columbia University Press.

³³⁸ Oppenheim, A. N. (1992). *Questionnaire Design, Interviewing and Attitude Measurement*. London: Pinter Publishers Ltd.

απαντηθεί άμεσα, χωρίς τη συλλογή κανενός προσωπικού στοιχείου. Η δυσκολία σε αυτήν την περίπτωση, ήταν το γεγονός, πως πριν τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου θα έπρεπε να υπάρξει συνεννόηση με γονέα/κηδεμόνα, ώστε να εξασφαλιστεί η έγγραφη συναίνεσή του. Η ηλικία του δείγματος πράγματι αποτέλεσε την κύρια πηγή της δυσκολίας συγκέντρωσης του απαιτούμενου δείγματος, διότι πριν την αποστολή του ερωτηματολογίου προϋπήρχε μία διαδικασία που θα έπρεπε να ακολουθηθεί. Ωστόσο, αυτό το μειονέκτημα μετατρέπεται σε πλεονέκτημα στην πορεία, καθώς η ερευνήτρια είχε την ευκαιρία κάθε φορά να επιβεβαιώνει, ότι ο κάθε συμμετέχων έφηβος/η πληρούσε τα συγκεκριμένα ηλικιακά κριτήρια και έχουν ακολουθηθεί όλες οι διαδικασίες της συναίνεσης. Αυτές οι προϋποθέσεις ίσως έφεραν καθυστερήσεις στη συγκέντρωση του δείγματος, όμως εξασφάλισαν την ομαλή διεξαγωγή της ποσοτικής έρευνας, με απόλυτο σεβασμό στον κώδικα ηθικής δεοντολογίας για την έρευνα σε ανήλικα παιδιά που έχει θέσει το Παιδαγωγικό Τμήμα Δημοτικής Εκπαίδευσης του Ε.Κ.Π.Α.

Το ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο αποστέλλόταν, είτε στο e-mail των συμμετεχόντων, είτε με σύνδεσμο σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης, με την προϋπόθεση, ότι έχουν τηρηθεί οι απαραίτητες προϋποθέσεις. Ο ρόλος της ερευνήτριας ήταν αρκετά ενεργός σε όλη τη διαδικασία συλλογής των ερευνητικών δεδομένων, όπως άλλωστε υπαγόρευε και η επιλεχθείσα στρατηγική δειγματοληψίας και παρά τις δυσκολίες συμπληρώθηκε το δείγμα – στόχος των 500 εφήβων από διάφορες περιοχές του ελλαδικού χώρου, ενώ τα δεδομένα που συλλέχθηκαν παρουσίασαν εξαιρετικό ενδιαφέρον, όπως επίσης και οι απαντήσεις των παιδιών στις δύο τελευταίες ανοιχτές ερωτήσεις, στις οποίες είχαν την ευκαιρία να εκφράσουν τις απόψεις τους με σύντομες απαντήσεις και αφορούσαν στη σχέση τους με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όπως επίσης και στο πώς φαντάζονται τη ζωή τους χωρίς την ύπαρξή τους.

3.4. Ζητήματα ηθικής και δεοντολογίας

Η ποσοτική έρευνα που διενεργήσαμε διέπεται από τις ίδιες αξίες με αυτές της μελέτης περίπτωσης που εκπονήσαμε στο 4^ο ΓΕΛ Κατερίνης. Ο σχεδιασμός της συγκεκριμένης έρευνας πραγματοποιήθηκε με σεβασμό στα δεοντολογικά και ηθικά θέματα, όπως αυτά ορίζονται από τον Κώδικα Δεοντολογίας και Καλής Πρακτικής του

ΕΚΠΑ και του Κώδικα Δεοντολογίας του ΠΤΔΕ ΕΚΠΑ, και συγκεκριμένα: (α) τη διασφάλιση της ενημερωμένης συναίνεσης των συμμετεχόντων στην έρευνα (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ζ'), (β) τη διασφάλιση της έγγραφης γονικής συγκατάθεσης (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΣΤ'), (γ) τη διασφάλιση της ανωνυμίας των συμμετεχόντων στην έρευνα και της προστασίας, σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία, των ευαίσθητων προσωπικών δεδομένων τους, (δ) την πρόβλεψη της δυνατότητας των συμμετεχόντων στην έρευνα να διακόψουν τη συμμετοχή τους σε οποιοδήποτε στάδιο της διεξαγωγής της (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Η' - ενημερωτικό σημείωμα συμμετεχόντων), και (ε) την προστασία των συμμετεχόντων στην έρευνα από έκθεση σε πιθανό σωματικό ή ψυχολογικό κίνδυνο, ή ταλαιπωρία ή άλλες δυσμενείς για τους ίδιους επιπτώσεις στο πλαίσιο της συμμετοχής τους στην ερευνητική διαδικασία³³⁹.

3.5. Ανάλυση ερευνητικών δεδομένων με SPSS

3.5.1. Περιγραφική Στατιστική

3.5.1.1. Δημογραφικά στοιχεία

Στον Πίνακα 6 (και τα Γραφήματα 2 με 10) παρουσιάζονται τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος, το οποίο αποτελείται από 500 εφήβους 15 έως 18 ετών.

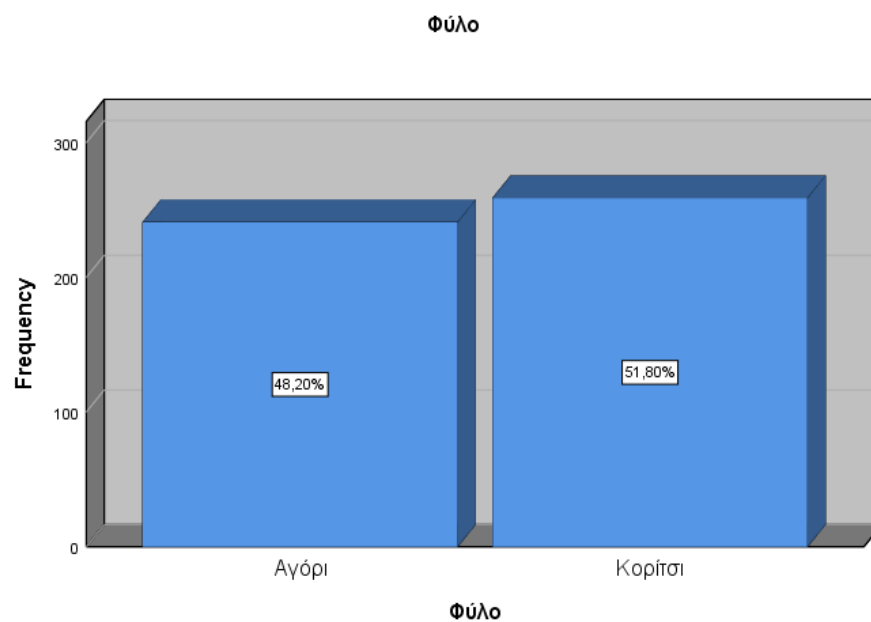
Πίνακας 6. Δημογραφικά στοιχεία

Δημογραφικό στοιχείο	Κατηγορίες	N	f %
Φύλο	Αγόρι	241	48,2%
	Κορίτσι	259	51,8%
Ποια είναι η ηλικία σου;	15-16	226	45,2%
	17-18	274	54,8%
Η μητέρα σου είναι	Απόφοιτη Δημοτικού σχολείου	4	0,8%
	Απόφοιτη Γυμνασίου	25	5,0%
	Απόφοιτη Λυκείου	253	50,6%
	Απόφοιτη ΑΕΙ	218	43,6%

³³⁹ Η μελέτη περίπτωσης του 4ου ΓΕΛ Κατερίνης και η ποσοτική έρευνα που πραγματοποιήσαμε σε δείγμα 500 εφήβων διέπονται από τις ίδιες αξίες και πληρούν τις ίδιες επακριβώς προϋποθέσεις. Για την αποφυγή της επανάληψης, μπορεί κανείς να επισκεφθεί την ενότητα 2.6. Ζητήματα Ηθικής και Δεοντολογίας, όπου αναλύονται διεξοδικά και λεπτομερώς, οι αξίες που διέπουν τις εν λόγω έρευνες, σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία, τα διεθνή κείμενα για τα δικαιώματα και την προστασία του παιδιού, τον Κώδικα Ηθικής και Δεοντολογίας του Ε.Κ.Π.Α., καθώς επίσης και τους Κανόνες Δεοντολογίας για την έρευνα σε παιδιά που έχει συνταχθεί από το Π.Τ.Δ.Ε. Ε.Κ.Π.Α..

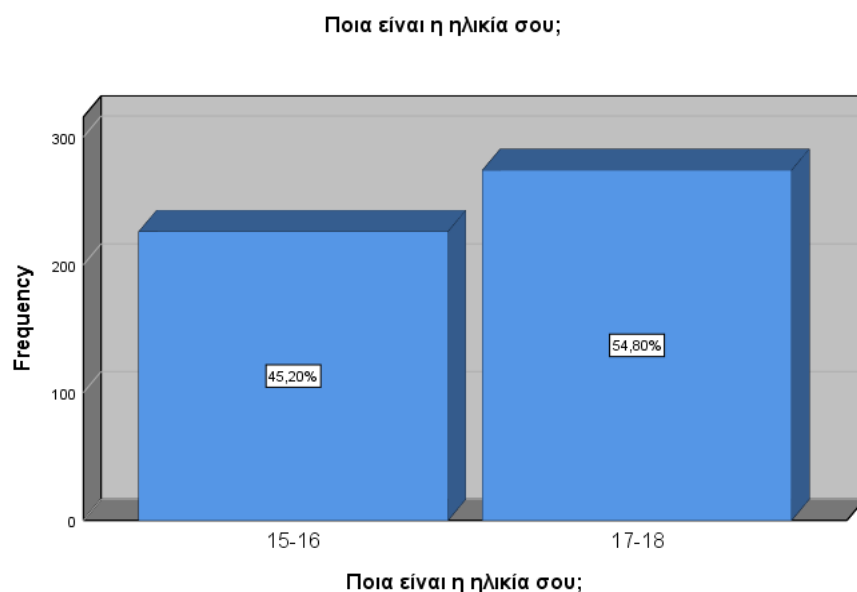
Ο πατέρας σου είναι	Απόφοιτος Δημοτικού σχολείου	3	0,6%
	Απόφοιτος Γυμνασίου	46	9,2%
	Απόφοιτος Λυκείου	251	50,2%
	Απόφοιτος ΑΕΙ	200	40,0%
Σε ποια περιοχή μένεις	Σε χωριό	95	19,0%
	Σε μικρή πόλη	129	25,8%
	Σε πρωτεύουσα νομού	276	55,2%
Έχεις λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης;	Ναι	500	100%
Σε ποιο ή σε ποια μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχεις λογαριασμό;	Facebook	282	56,4%
	Instagram	469	93,8%
	Tik Tok	473	94,6%
	Snapchat	307	61,4%
	Twitter	29	5,8%
	Viber/ What's app	8	1,6%
	Reddit/ Discord	13	2,6%
Ποιο είδος επικοινωνίας προτιμάς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;	Προτιμώ να παίρνω τηλέφωνο μέσω των social media	158	31,6%
	Προτιμώ να μιλάω στο chat	475	95,0%
	Προτιμώ τις βιντεοκλήσεις	249	49,8%
Πόσο συχνά μπαίνεις στο "προφίλ" των φίλων σου για να μάθεις τα νέα τους και να δεις τις αναρτήσεις τους;	Ποτέ	71	14,2%
	Σπάνια (1-5 φορές την εβδομάδα)	203	40,6%
	Συχνά (καθημερινά)	161	32,2%
	Πάρα πολύ συχνά (αρκετές φορές μέσα στη μέρα)	65	13,0%

Αναφορικά με το φύλο, το 51,8% (N=259) των ερωτηθέντων είναι κορίτσια και το 48,2% (N=241) αγόρια.



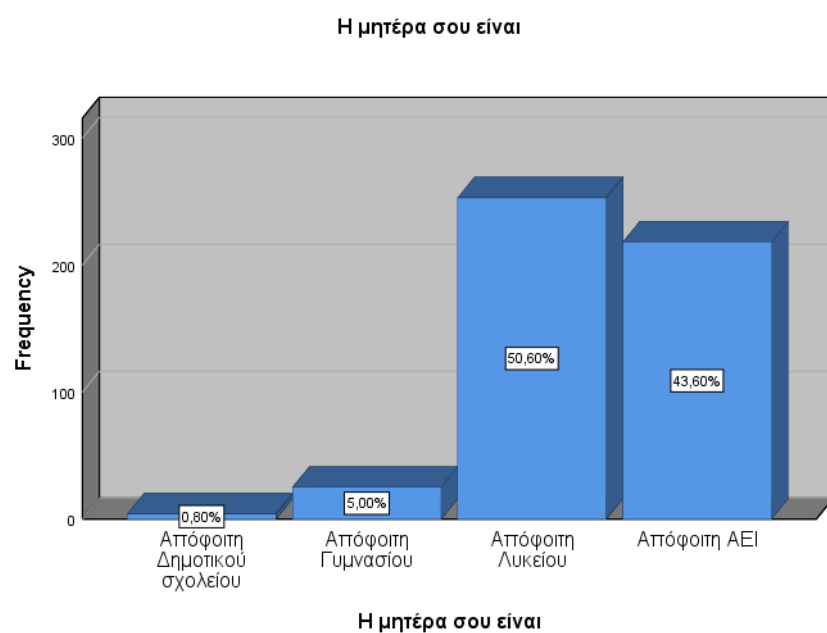
Γράφημα 2. Φύλο

Αναφορικά με την ηλικία, το 54,8% (N=274) δήλωσε πως είναι από 17 έως 18 χρονών και το 45,2% (N=226) από 15 έως 16.



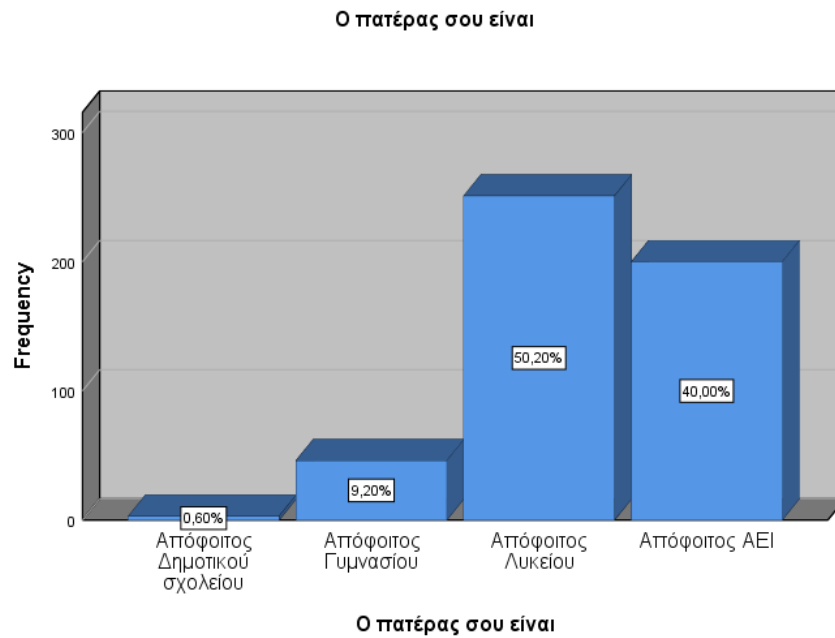
Γράφημα 3. Ηλικία

Σχετικά με το εκπαιδευτικό επίπεδο της μητέρας των μαθητών, το 50,6% (N=253) δήλωσε πως είναι απόφοιτη Λυκείου, το 43,6% (N=218) ΑΕΙ, το 5,0% (N=25) Γυμνασίου και το 0,8% (N=4) Δημοτικού.



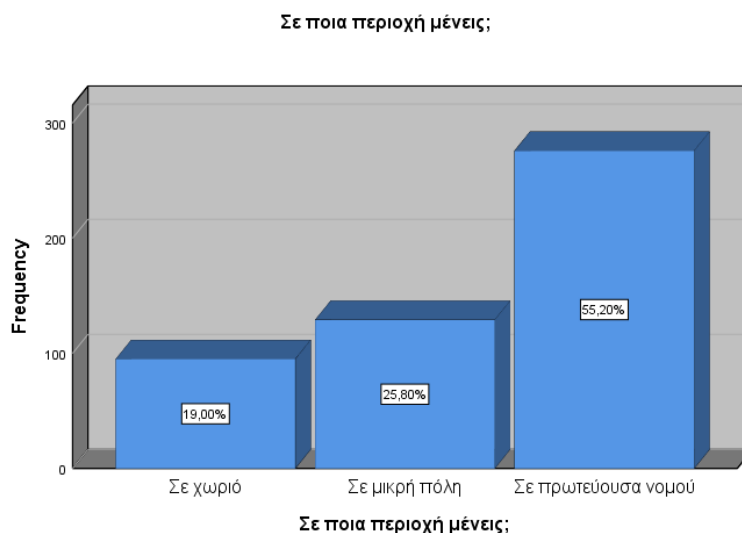
Γράφημα 4. Επίπεδο εκπαίδευσης μητέρας

Σχετικά με το εκπαιδευτικό επίπεδο του πατέρα των μαθητών, το 50,2% (N=251) δήλωσε πως είναι απόφοιτος Λυκείου, το 40,0% (N=200) ΑΕΙ, το 9,2% (N=46) Γυμνασίου και το 0,6% (N=3) Δημοτικού.



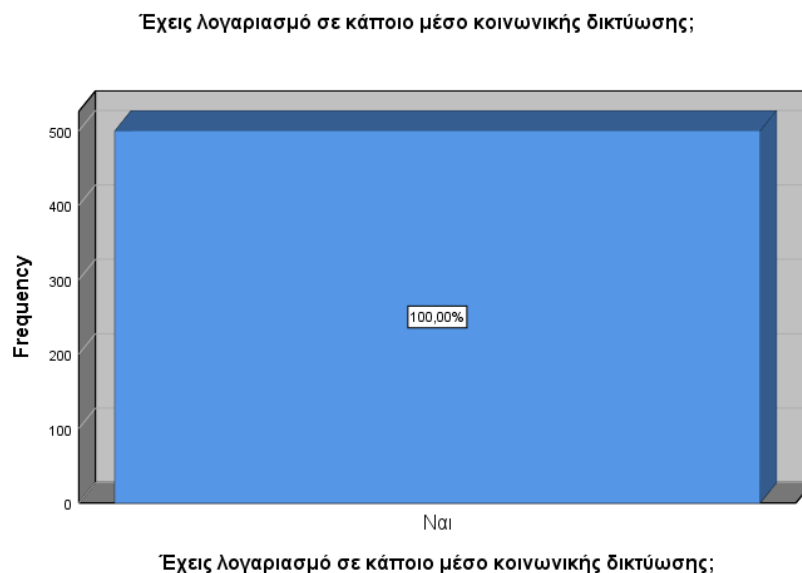
Γράφημα 5. Επίπεδο εκπαίδευσης πατέρα

Ακόμη, σχετικά με την περιοχή που μένουν, το 55,2% (N=276) δήλωσε ότι μένει σε πρωτεύουσα νομού, το 25,8% (N=129) σε μικρή πόλη και το 19,0% (N=95) σε χωριό.



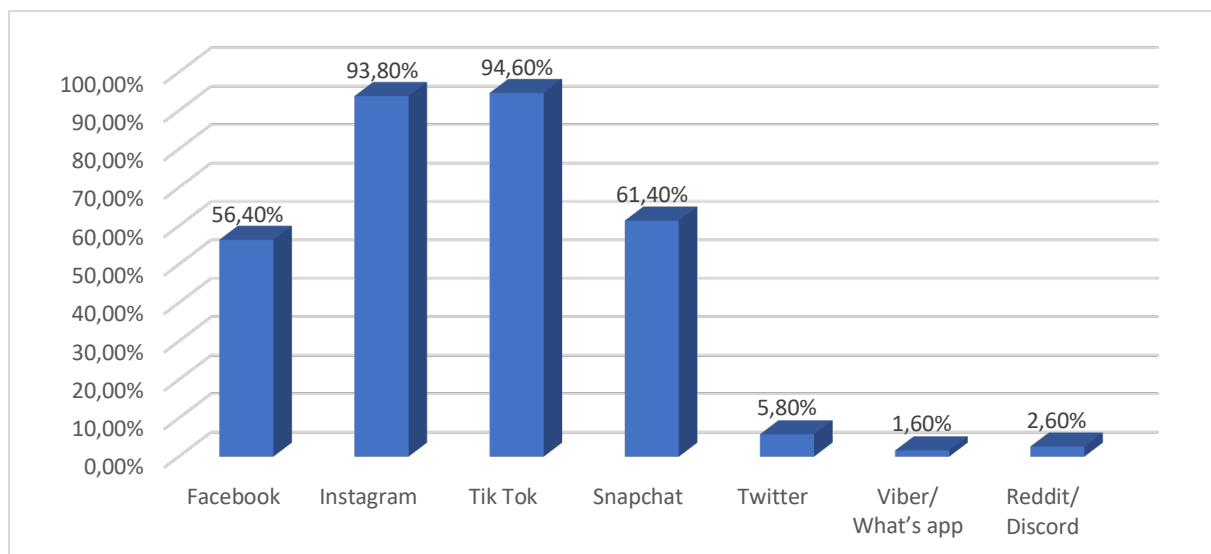
Γράφημα 6. Τόπος διαμονής

Σχετικά με το αν έχουν λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης, το 100% (N=500) των ερωτηθέντων δήλωσε πως έχει.



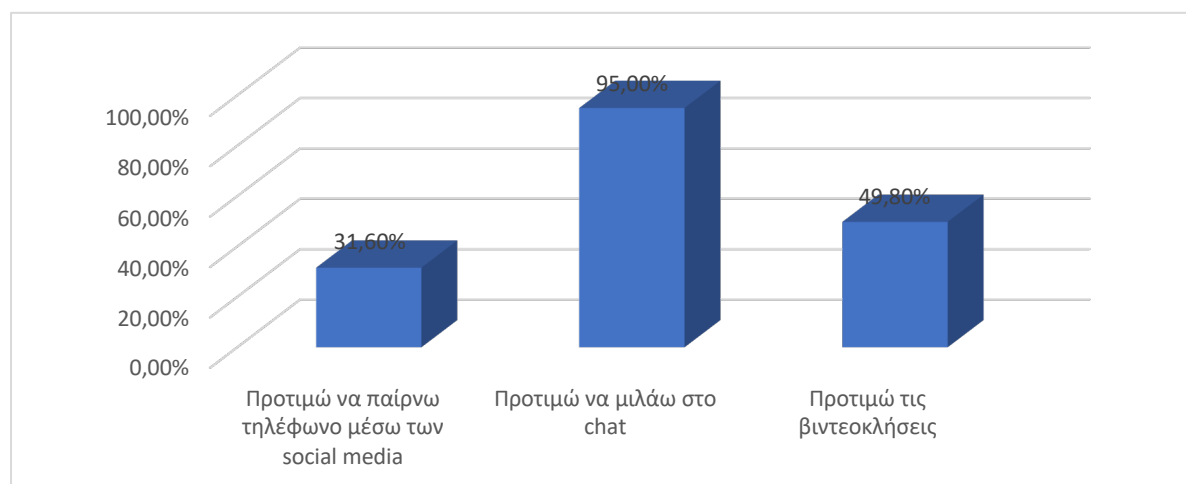
Γράφημα 7. Έχεις λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης;

Όσον αφορά τα κοινωνικά δίκτυα που οι έφηβοι έχουν, δόθηκαν πολλαπλές απαντήσεις. Έτσι, το 94,6% (N=473) δήλωσε πως έχει Tik Tok, το 93,8% (N=469) Instagram, το 61,4% (N=307) Snapchat, το 56,4% (N=282) Facebook, το 5,8% (N=29) Twitter, το 2,6% (N=13) Reddit/ Discord και το 1,6% (N=8) Viber/ What's app.



Γράφημα 8. Σε ποιο ή σε ποια μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχεις λογαριασμό;

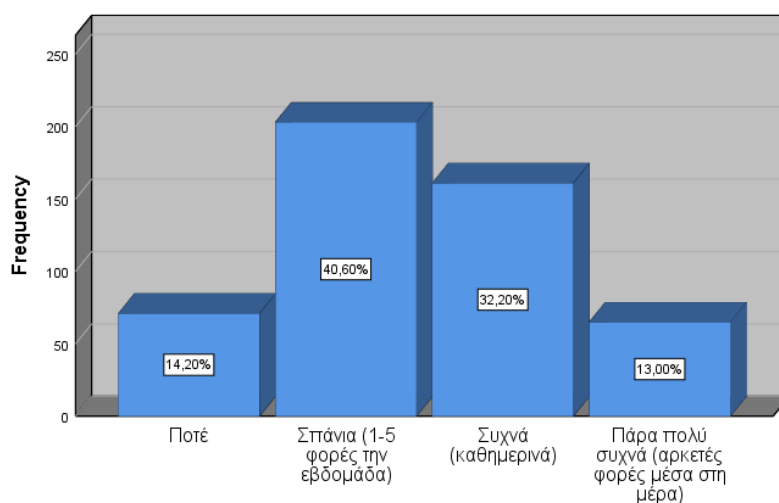
Πολλαπλές απαντήσεις δόθηκαν και αναφορικά με το είδος επικοινωνίας που προτιμούν οι μαθητές στα κοινωνικά δίκτυα. Το 95% (N=475) απάντησε ότι προτιμάει να μιλάει στο chat, το 49,8% (N=249) προτιμάει τις βιντεοκλήσεις και το 31,60% (N=158) να παίρνει τηλέφωνο μέσω των social media.



Γράφημα 9. Ποιο είδος επικοινωνίας προτιμάς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

Τέλος, σχετικά με το πόσο συχνά μπαίνουν στο "προφίλ" των φίλων τους για να μάθουν τα νέα τους και να δουν τις αναρτήσεις τους, το 40,6% (N=203) δήλωσε σπάνια (1 με 5 φορές την εβδομάδα), το 32,2% (N=161) συχνά (καθημερινά), το 14,2% (N=71) ποτέ και το 13,0% (N=65) πάρα πολύ συχνά (αρκετές φορές μέσα στη μέρα).

Πόσο συχνά μπαίνεις στο "προφίλ" των φίλων σου για να μάθεις τα νέα τους και να δεις τις αναρτήσεις τους;



Γράφημα 10. Πόσο συχνά μπαίνεις στο "προφίλ" των φίλων σου για να μάθεις τα νέα τους και να δεις τις αναρτήσεις τους;

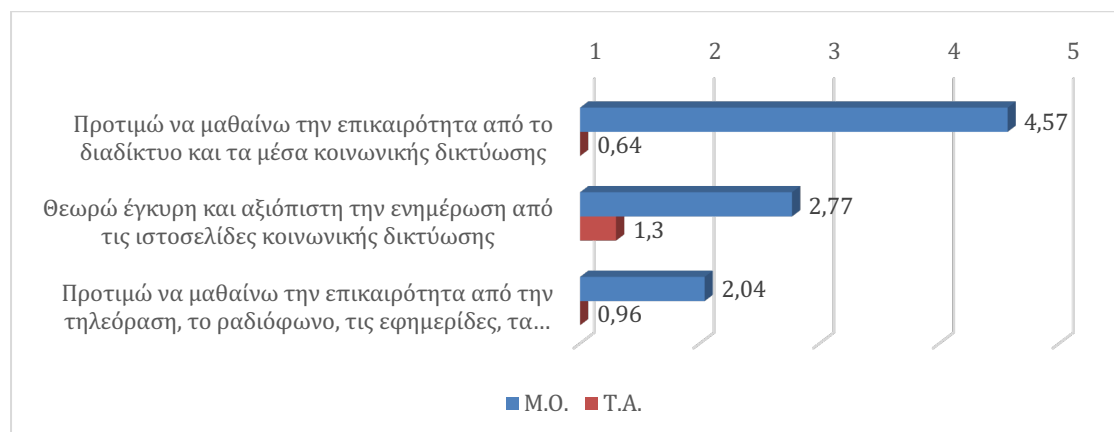
3.5.1.2. Ενημέρωση

Στον Πίνακα 7 (και το Γράφημα 11) διαφαίνονται οι απαντήσεις των εφήβων σχετικά με την ενημέρωση. Οι συμμετέχοντες τείνουν να συμφωνήσουν απόλυτα, ότι προτιμούν να μαθαίνουν την επικαιρότητα από το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Μ.Ο.= 4,57 ± 0,64). Επιπλέον εκφράζουν ουδετερότητα σχετικά με την πρόταση ότι θεωρούν έγκυρη και αξιόπιστη την ενημέρωση από τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης (Μ.Ο.= 2,77 ± 1,30). Τέλος, διαφωνούν ότι προτιμούν να μαθαίνουν την επικαιρότητα από την τηλεόραση, το ραδιόφωνο, τις εφημερίδες και τα περιοδικά (Μ.Ο.= 2,04 ± 0,96).

Πίνακας 7. Ενημέρωση

Πρόταση	Μ.Ο.	Τ.Α.	1	2	3	4	5
Προτιμώ να μαθαίνω την επικαιρότητα από το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	4,57	0,64	0,2%	1%	3,8%	31,4%	63,6%
Θεωρώ έγκυρη και αξιόπιστη την ενημέρωση από τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης	2,77	1,30	20,6%	27%	16,2%	27%	9,2%
Προτιμώ να μαθαίνω την επικαιρότητα από την τηλεόραση, το ραδιόφωνο, τις εφημερίδες, τα περιοδικά	2,04	0,96	33,4%	39,2%	17,8%	9,2%	0,4%

1: Διαφωνώ εντελώς, 2: Διαφωνώ, 3: Έχω ουδέτερη άποψη/ Δεν έχω άποψη, 4: Συμφωνώ, 5: Συμφωνώ Απόλυτα



Γράφημα 11. Ενημέρωση

3.5.1.3. Διαδικτυακοί φίλοι

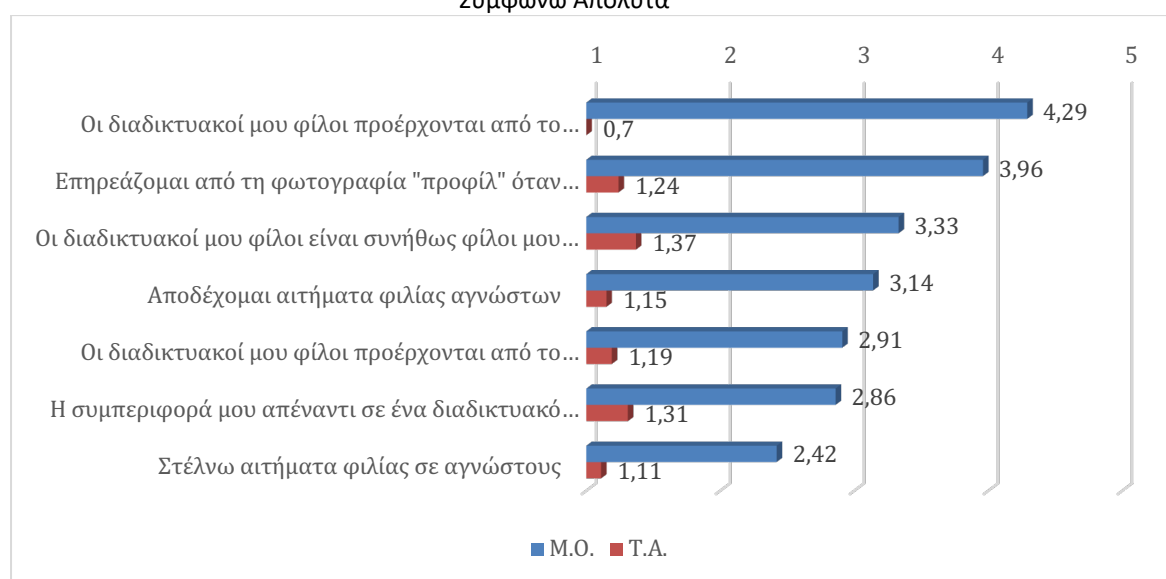
Στον Πίνακα 8 (και το Γράφημα 12) παρουσιάζονται οι απαντήσεις των ερωτηθέντων αναφορικά με τους διαδικτυακούς τους φίλους. Οι συμμετέχοντες συμφωνούν πως προέρχονται από το σχολείο (Μ.Ο.= 4,57 ± 0,64) και ότι

επηρεάζονται από τη φωτογραφία "προφίλ" όταν θα στείλουν ή όταν αποδεχτούν ένα αίτημα φιλίας από άγνωστο (Μ.Ο.= 3,96 ± 1,24). Ακόμη, δείχνουν ουδετερότητα στο ότι οι διαδικτυακοί τους φίλοι είναι συνήθως φίλοι τους και στην πραγματική ζωή (Μ.Ο.= 3,33 ± 1,37), ότι αποδέχονται αιτήματα φιλίας αγνώστων (Μ.Ο.= 3,14 ± 1,15), ότι οι διαδικτυακοί τους φίλοι προέρχονται από το οικογενειακό τους περιβάλλον (Μ.Ο.= 2,91 ± 1,19) και ότι η συμπεριφορά τους προς αυτούς επηρεάζεται από το αν συμφωνούν ή διαφωνούν με τις αναρτήσεις τους στα social media (Μ.Ο.= 2,86 ± 1,31). Τέλος, τείνουν να διαφωνούν ότι στέλνουν αιτήματα φιλίας σε αγνώστους (Μ.Ο.= 2,42 ± 1,11).

Πίνακας 8. Διαδικτυακοί φίλοι

Πρόταση	Μ.Ο.	Τ.Α.	1	2	3	4	5
Οι διαδικτυακοί μου φίλοι προέρχονται από το σχολείο	4,29	0,70	0,2%	3,4%	2,6%	55%	38,8%
Επηρεάζομαι από τη φωτογραφία "προφίλ" όταν θα στείλω ή όταν αποδεχτώ ένα αίτημα φιλίας από άγνωστο	3,96	1,24	6,4%	10,4%	9%	29,4%	44,8%
Οι διαδικτυακοί μου φίλοι είναι συνήθως φίλοι μου και στην πραγματική ζωή	3,33	1,37	11,4%	24,4%	8,2%	31,6%	24,4%
Αποδέχομαι αιτήματα φιλίας αγνώστων	3,14	1,15	10,6%	22,8%	14%	46,8%	5,8%
Οι διαδικτυακοί μου φίλοι προέρχονται από το οικογενειακό μου περιβάλλον	2,91	1,19	8,2%	41,4%	10,6%	30,6%	9,2%
Η συμπεριφορά μου απέναντι σε ένα διαδικτυακό μου φίλο επηρεάζεται από το αν συμφωνώ ή διαφωνώ με τις αναρτήσεις του στα social media	2,86	1,31	15,2%	35,2%	10,8%	26,2%	12,6%
Στέλνω αιτήματα φιλίας σε αγνώστους	2,42	1,11	22,2%	38,8%	14,8%	23%	1,2%

1: Διαφωνώ εντελώς, 2: Διαφωνώ, 3: Έχω ουδέτερη άποψη/ Δεν έχω άποψη, 4: Συμφωνώ, 5: Συμφωνώ Απόλυτα



Γράφημα 12. Διαδικτυακοί φίλοι

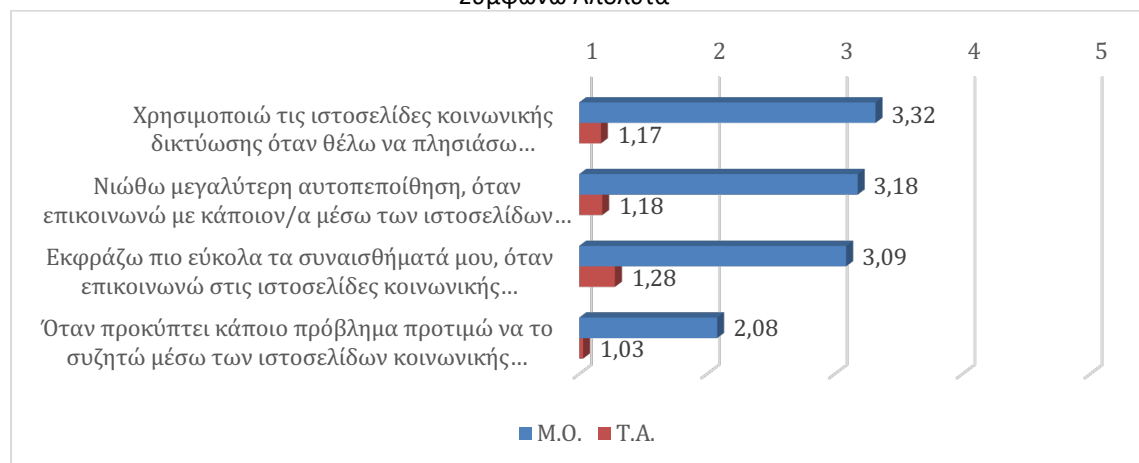
3.5.1.4. Συναισθηματική κατάσταση στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης

Στον Πίνακα 9 (και το Γράφημα 13) παρουσιάζονται οι απαντήσεις των ερωτηθέντων σε προτάσεις όσον αφορά την συναισθηματική κατάσταση τους μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης. Οι συμμετέχοντες είναι ουδέτεροι προς τις προτάσεις ότι χρησιμοποιούν τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης όταν θέλουν να πλησιάσουν συναισθηματικά κάποιον (Μ.Ο.= 3,32 ± 1,17), ότι νιώθουν μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση, όταν επικοινωνούν με κάποιον μέσω αυτών (Μ.Ο.= 3,18 ± 1,18) και εκφράζουν πιο εύκολα τα συναισθήματά τους (Μ.Ο.= 3,09 ± 1,28). Επίσης, διαφωνούν ότι όταν προκύπτει κάποιο πρόβλημα προτιμούν να το συζητούν μέσω των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης (Μ.Ο.= 2,08 ± 1,03).

Πίνακας 9. Συναισθηματική κατάσταση στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης

Πρόταση	Μ.Ο.	T.A.	1	2	3	4	5
Χρησιμοποιώ τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης όταν θέλω να πλησιάσω συναισθηματικά κάποιον	3,32	1,17	5,8%	26,2%	11,8%	42,6%	13,6%
Νιώθω μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση, όταν επικοινωνώ με κάποιον/α μέσω των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης	3,18	1,18	8,2%	27%	13%	41,8%	10%
Εκφράζω πιο εύκολα τα συναισθήματά μου, όταν επικοινωνώ στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης	3,09	1,28	10,2%	31,4%	12,4%	31%	15%
Όταν προκύπτει κάποιο πρόβλημα προτιμώ να το συζητώ μέσω των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης	2,08	1,03	32,4%	41,8%	13,4%	10%	2,4%

1: Διαφωνώ εντελώς, 2: Διαφωνώ, 3: Έχω ουδέτερη άποψη/ Δεν έχω άποψη, 4: Συμφωνώ, 5: Συμφωνώ Απόλυτα



Γράφημα 13. Συναισθηματική κατάσταση στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης

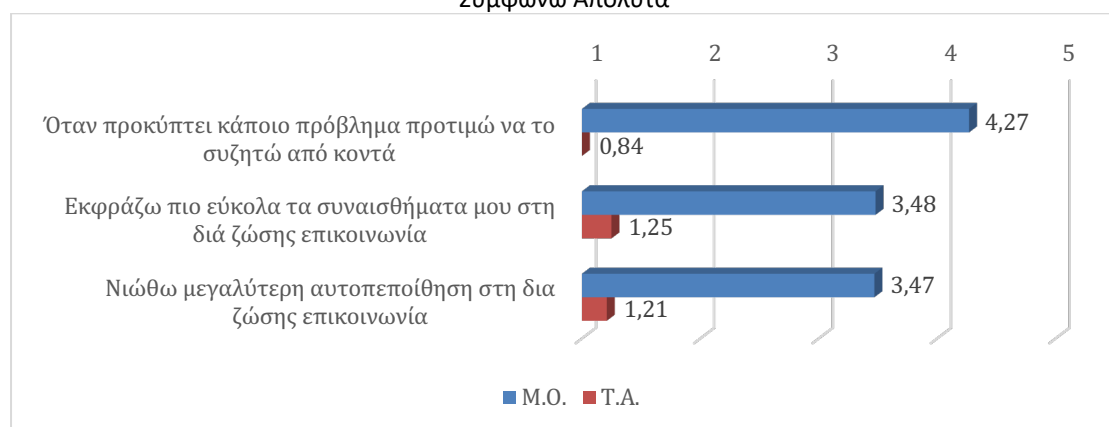
3.5.1.5. Συναισθηματική κατάσταση στη δια ζώσης επικοινωνία

Στον Πίνακα 10 (και το Γράφημα 14) εμφανίζονται οι απαντήσεις των εφήβων σε προτάσεις αναφορικά με τη συναισθηματική κατάσταση τους από την δια ζώσης επικοινωνία. Οι ερωτηθέντες, συμφωνούν ότι όταν προκύπτει κάποιο πρόβλημα προτιμούν να το συζητούν από κοντά (Μ.Ο.= 4,27 ± 0,84). Παράλληλα, τείνουν να συμφωνήσουν ότι εκφράζουν πιο εύκολα τα συναισθήματα τους στη δια ζώσης επικοινωνία (Μ.Ο.= 3,48 ± 1,25) και νιώθουν μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση (Μ.Ο.= 3,47 ± 1,21).

Πίνακας 10. Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία

Πρόταση	Μ.Ο.	Τ.Α.	1	2	3	4	5
Όταν προκύπτει κάποιο πρόβλημα προτιμώ να το συζητώ από κοντά	4,27	0,84	1%	3,4%	9%	40,8%	45,8%
Εκφράζω πιο εύκολα τα συναισθήματα μου στη δια ζώσης επικοινωνία	3,48	1,25	6,2%	22,2%	14,2%	32,6%	24,8%
Νιώθω μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση στη δια ζώσης επικοινωνία	3,47	1,21	3,2%	25,8%	17%	28,4%	25,6%

1: Διαφωνώ εντελώς, 2: Διαφωνώ, 3: Έχω ουδέτερη άποψη/ Δεν έχω άποψη, 4: Συμφωνώ, 5: Συμφωνώ Απόλυτα



Γράφημα 14. Συναισθηματική κατάσταση στη δια ζώσης επικοινωνία

3.5.1.6. Γονείς

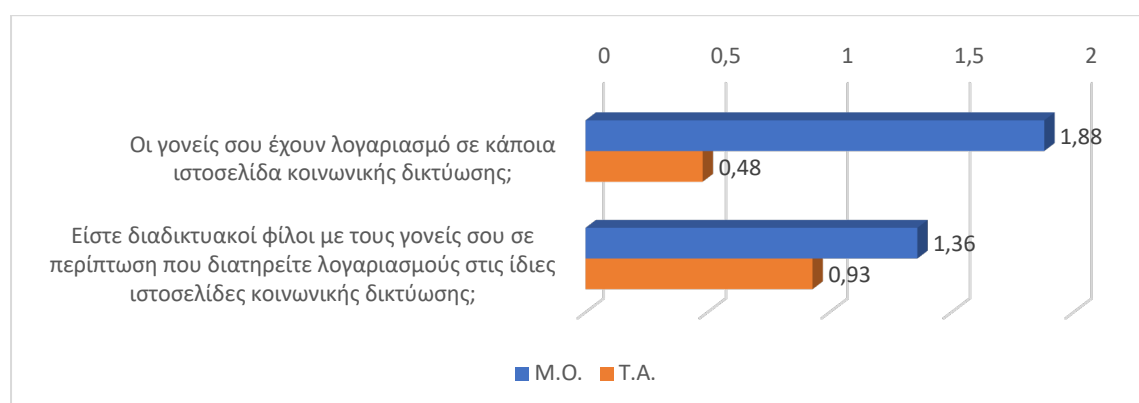
Στους Πίνακες 11-13 (και τα Γραφήματα 15-17) παρουσιάζονται οι απαντήσεις των ερωτηθέντων σε ερωτήσεις σχετικά με τους γονείς τους σχετικά με τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης. Οι ερωτηθέντες δηλώνουν πως οι γονείς τους έχουν λογαριασμό σε κάποια ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης (Μ.Ο.= 1,88 ± 0,48)

και ότι είναι διαδικτυακοί φίλοι με τους γονείς τους σε περίπτωση που διατηρούν λογαριασμούς στις ίδιες ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης (Μ.Ο.= 1,36 ± 0,93).

Πίνακας 11. Γονείς και ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης

Ερώτηση	Μ.Ο.	Τ.Α.	0	1	2
Οι γονείς σου έχουν λογαριασμό σε κάποια ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης;	1,88	0,48	6%	0,4%	93,6%
Είστε διαδικτυακοί φίλοι με τους γονείς σου σε περίπτωση που διατηρείτε λογαριασμούς στις ίδιες ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης;	1,36	0,93	31,4%	1%	67,6%

0: Όχι, 1: Δε γνωρίζω/Δεν απαντώ, 2: Ναι

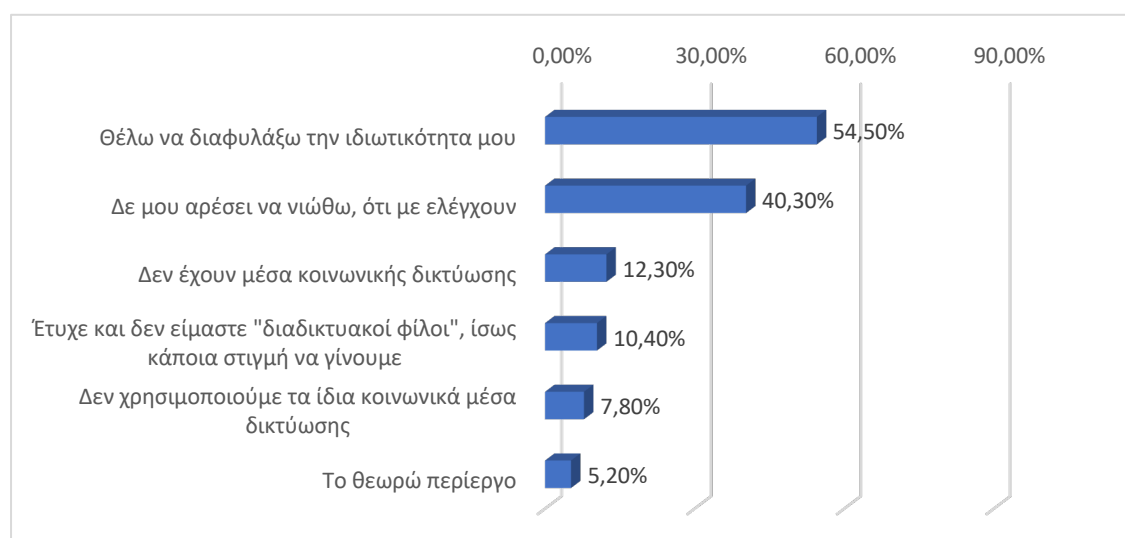


Γράφημα 15. Γονείς και ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης

Επίσης, αναφορικά με τους λόγους που δεν είναι διαδικτυακοί φίλοι με τους γονείς τους, το 54,5% (N=84) δήλωσε ότι θέλει να διαφυλάξει την ιδιωτικότητα του, το 40,3% (N=62) ότι δε του αρέσει να νιώθει, ότι το ελέγχουν, το 12,3% (N=19) ότι δεν έχουν μέσα κοινωνικής δικτύωσης, το 10,4% (N=16) ότι έτυχε και δεν είναι "διαδικτυακοί φίλοι" και ότι ίσως κάποια στιγμή να γίνουν, το 7,8% (N=12) ότι δεν χρησιμοποιούν τα ίδια κοινωνικά μέσα δικτύωσης και το 5,2% (N=8) ότι το θεωρούν περίεργο.

Πίνακας 12. Εάν δεν είστε διαδικτυακοί φίλοι με τους γονείς σου γιατί συμβαίνει αυτό;

Ερώτηση	Απάντηση	N	f %
Εάν δεν είστε διαδικτυακοί φίλοι με τους γονείς σου γιατί συμβαίνει αυτό;	Θέλω να διαφυλάξω την ιδιωτικότητα μου	84	54,5%
	Δε μου αρέσει να νιώθω, ότι με ελέγχουν	62	40,3%
	Δεν έχουν μέσα κοινωνικής δικτύωσης	19	12,3%
	Έτυχε και δεν είμαστε "διαδικτυακοί φίλοι", ίσως κάποια στιγμή να γίνουμε	16	10,4%
	Δεν χρησιμοποιούμε τα ίδια κοινωνικά μέσα δικτύωσης	12	7,8%
	Το θεωρώ περίεργο	8	5,2%



Γράφημα 16. Εάν δεν είστε διαδικτυακοί φίλοι με τους γονείς σου, γιατί συμβαίνει αυτό;

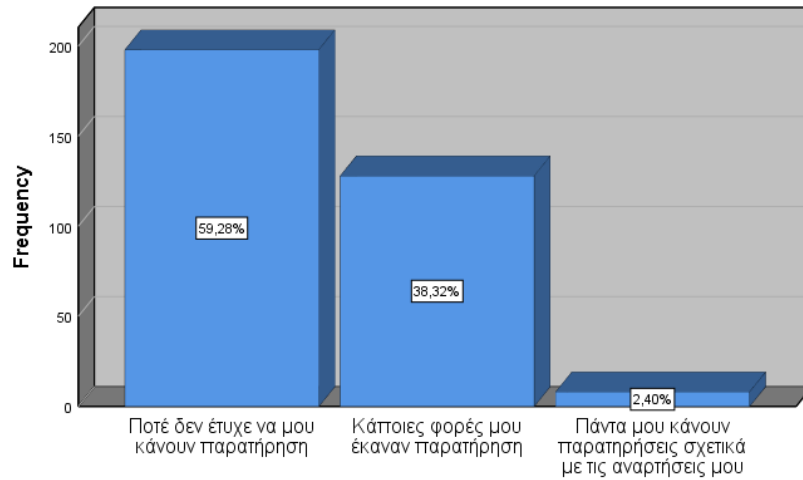
Τέλος, οι ερωτηθέντες δηλώνουν, ότι στην περίπτωση που είναι διαδικτυακοί φίλοι με τους γονείς τους, πως ποτέ έως κάποιες φορές έτυχε να τους κάνουν παρατήρηση για κάποια ανάρτησή τους, που δεν την ενέκριναν (Μ.Ο.= 1,43 ± 0,54).

Πίνακας 13. Παρατήρηση γονέων σε ανάρτηση

Ερώτηση	M.O.	T.A.	1	2	3
Αν είστε διαδικτυακοί φίλοι με τους γονείς σου, έτυχε ποτέ να σου κάνουν παρατήρηση για κάποια ανάρτησή σου, που δεν την ενέκριναν;	1,43	0,54	59,3%	38,3%	2,4%

1: Ποτέ δεν έτυχε να μου κάνουν παρατήρηση, 2: Κάποιες φορές μου έκαναν παρατήρηση, 3: Πάντα μου κάνουν παρατηρήσεις σχετικά με τις αναρτήσεις μου

Αν είστε διαδικτυακοί φίλοι με τους γονείς σου, έτυχε ποτέ να σου κάνουν παρατήρηση για κάποια ανάρτησή σου, που δεν την ενέκριναν;



Γράφημα 17. Παρατήρηση γονέων σε ανάρτηση

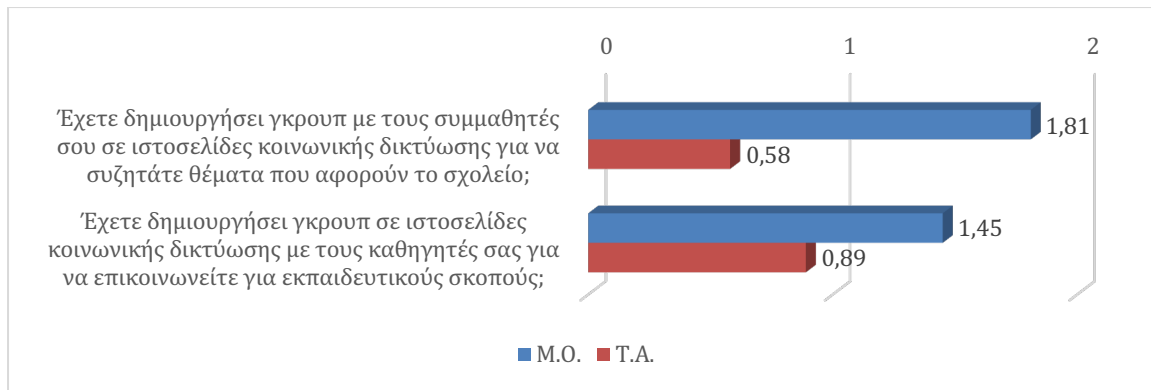
3.5.1.7. Γκρουπ σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης

Στον Πίνακα 14 (και το Γράφημα 18) παρουσιάζονται οι απαντήσεις των συμμετεχόντων σε ερωτήσεις που αφορούν τα γκρουπ σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης. Οι μαθητές συμφωνούν ότι έχουν δημιουργήσει γκρουπ με τους συμμαθητές τους για να συζητούν θέματα που αφορούν το σχολείο (Μ.Ο.= 1,81 ± 0,58) και ότι με τους καθηγητές τους επικοινωνούν σε αυτά για εκπαιδευτικούς σκοπούς (Μ.Ο.= 1,45 ± 0,89).

Πίνακας 14. Γκρουπ σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης

Ερώτηση	Μ.Ο.	Τ.Α.	0	1	2
Έχετε δημιουργήσει γκρουπ με τους συμμαθητές σου σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για να συζητάτε θέματα που αφορούν το σχολείο;	1,81	0,58	9,4%	0%	90,6%
Έχετε δημιουργήσει γκρουπ σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης με τους καθηγητές σας για να επικοινωνείτε για εκπαιδευτικούς σκοπούς;	1,45	0,89	27%	0,6%	72,4%

0: Όχι, 1: Δε γνωρίζω/Δεν απαντώ, 2: Ναι



Γράφημα 18. Γκρουπ σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης

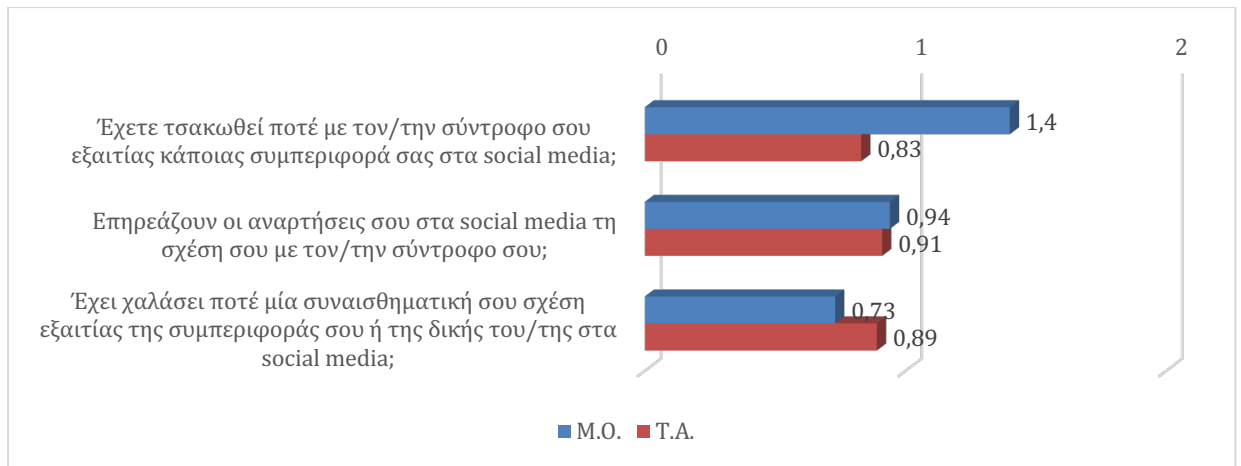
3.5.1.8. Συναισθηματικές σχέσεις

Στον Πίνακα 15 (και το Γράφημα 19) διαφαίνονται οι απαντήσεις των ερωτηθέντων σε ερωτήσεις σχετικά με τους συντρόφους τους. Οι μαθητές συμφωνούν ότι έχουν τσακωθεί μαζί τους εξαιτίας κάποιας συμπεριφορά τους στα social media (M.O.= 1,40 ± 0,83). Επίσης, παραμένουν ουδέτεροι αναφορικά με τον επηρεασμό των αναρτήσεων τους στα social media στη σχέση τους (M.O.= 0,94 ± 0,91) και με το αν έχει χαλάσει ποτέ μία συναισθηματική τους σχέση εξαιτίας της συμπεριφοράς και των δυο σε αυτά (M.O.= 0,73 ± 0,89).

Πίνακας 15. Συναισθηματικές σχέσεις

Ερώτηση	M.O.	T.A.	0	1	2
Έχετε τσακωθεί ποτέ με τον/την σύντροφο σου εξαιτίας κάποιας συμπεριφορά σας στα social media;	1,40	0,83	22,6%	14,6%	62,7%
Επηρεάζουν οι αναρτήσεις σου στα social media τη σχέση σου με τον/την σύντροφο σου;	0,94	0,91	44,6%	16,4%	38,8%
Έχει χαλάσει ποτέ μία συναισθηματική σου σχέση εξαιτίας της συμπεριφοράς σου ή της δικής του/της στα social media;	0,73	0,89	56,5%	14%	29,5%

0: Όχι, 1: Δε γνωρίζω/Δεν απαντώ, 2: Ναι



Γράφημα 19. Συναισθηματικές σχέσεις

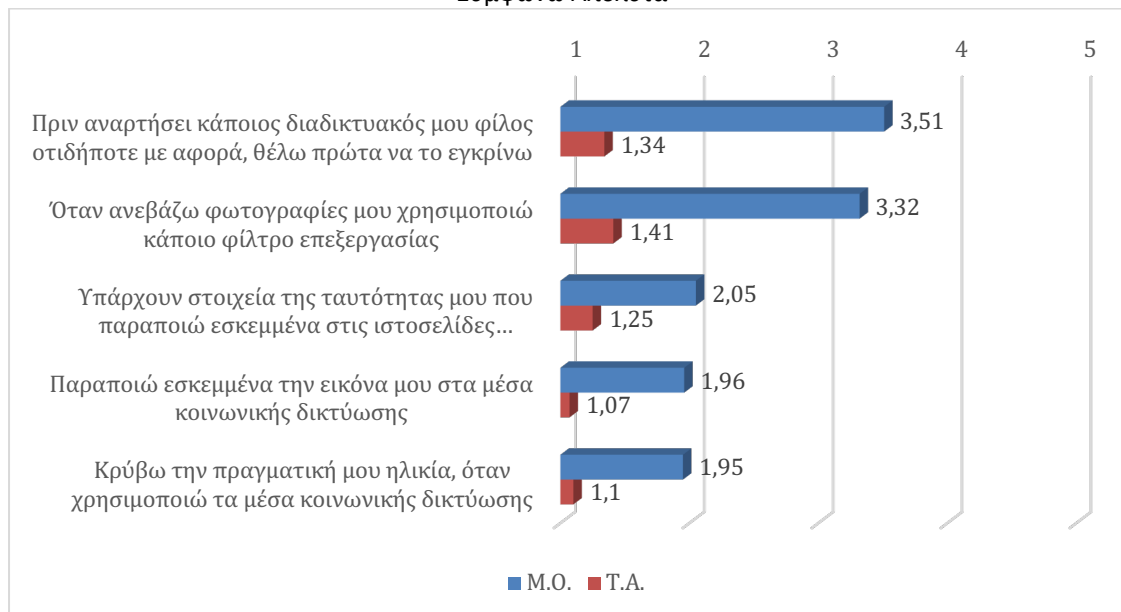
3.5.1.9. Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας

Στον Πίνακα 16 (και το Γράφημα 20) εμφανίζονται οι απαντήσεις των ερωτηθέντων σε προτάσεις σχετικά με την παραποίηση της πραγματικής τους ταυτότητας. Οι ερωτηθέντες τείνουν να συμφωνήσουν ότι πριν αναρτήσει κάποιος διαδικτυακός τους φίλος οτιδήποτε τους αφορά, θέλουν πρώτα να το εγκρίνουν (M.O.= 3,51 ± 1,34). Ακόμη, δείχνουν ουδετερότητα προς τις προτάσεις ότι όταν ανεβάζουν φωτογραφίες τους χρησιμοποιούν κάποιο φίλτρο επεξεργασίας (M.O.= 3,32 ± 1,41). Επίσης, διαφωνούν ότι υπάρχουν στοιχεία της ταυτότητας τους που παραποιούν εσκεμμένα στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης (M.O.= 2,05 ± 1,25), ότι παραποιούν εσκεμμένα την εικόνα τους σε αυτά (M.O.= 1,96 ± 1,07) και ότι κρύβουν την πραγματική τους ηλικία, όταν τα χρησιμοποιούν (M.O.= 1,95 ± 1,10).

Πίνακας 16. Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας

Πρόταση	M.O.	T.A.	1	2	3	4	5
Πριν αναρτήσει κάποιος διαδικτυακός μου φίλος οτιδήποτε με αφορά, θέλω πρώτα να το εγκρίνω	3,51	1,34	9,6%	16,8%	17,8%	24,2%	31,6%
Όταν ανεβάζω φωτογραφίες μου χρησιμοποιώ κάποιο φίλτρο επεξεργασίας	3,32	1,41	12%	24,8%	9,6%	26,2%	27,4%
Υπάρχουν στοιχεία της ταυτότητας μου που παραποιώ εσκεμμένα στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης	2,05	1,25	46,2%	27,6%	5,8%	16%	4,4%
Παραποιώ εσκεμμένα την εικόνα μου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	1,96	1,07	40,6%	39%	5,6%	13%	1,8%
Κρύβω την πραγματική μου ηλικία, όταν χρησιμοποιώ τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	1,95	1,10	44%	34,2%	7%	12,6%	2,2%

1: Διαφωνώ εντελώς, 2: Διαφωνώ, 3: Έχω ουδέτερη άποψη/ Δεν έχω άποψη, 4: Συμφωνώ, 5: Συμφωνώ Απόλυτα



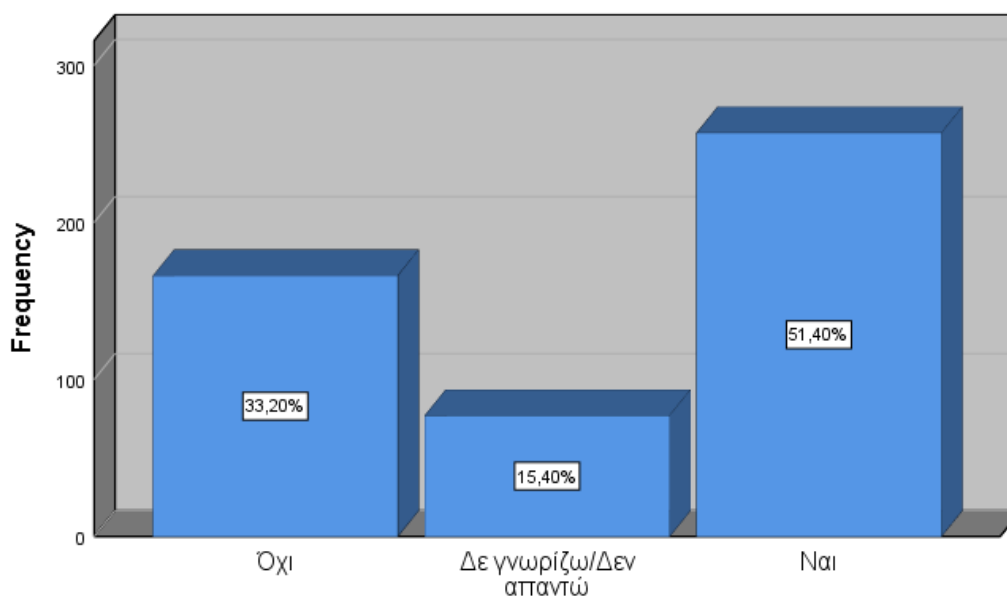
Γράφημα 20. Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας

Από τον Πίνακα 17 (Γράφημα 21) προκύπτει ότι το 51,4% (N=257) θεωρούν πως το προφίλ που παρουσιάζουν στα social media αντιστοιχεί στο πραγματικό, το 33,2% (N=166) διαφωνούν και το 15,4% (N=77) δεν είναι σίγουροι.

Πίνακας 17. Θεωρείς πως το προφίλ που παρουσιάζεις στα social media, αντιστοιχεί στις 5 αυτές λέξεις;

Κατηγορίες	N	%
Όχι	166	33,2
Δε γνωρίζω/Δεν απαντώ	77	15,4
Ναι	257	51,4

Θεωρείς πως το προφίλ που παρουσιάζεις στα social media, αντιστοιχεί στις 5 αυτές λέξεις;



Γράφημα 21. Θεωρείς πως το προφίλ που παρουσιάζεις στα social media, αντιστοιχεί στις 5 αυτές λέξεις;

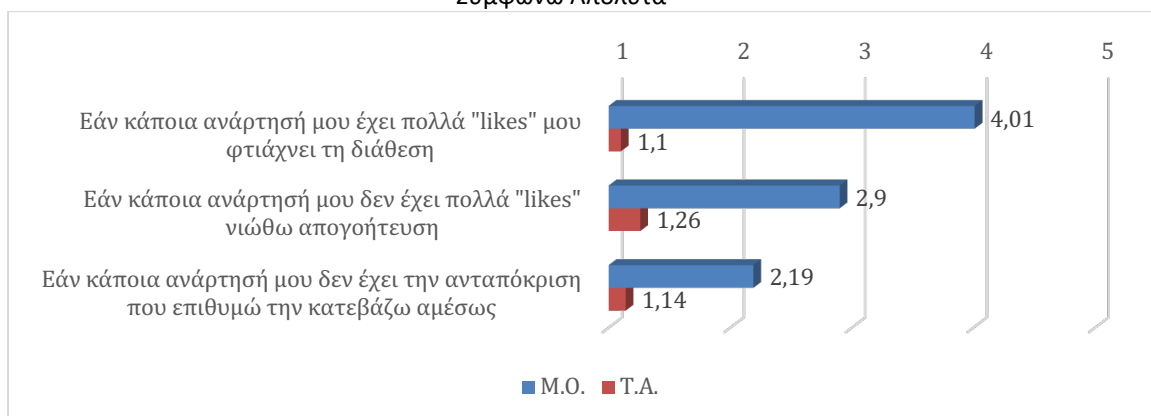
3.5.1.10. Ψυχολογική ανάταση λόγω likes

Στον Πίνακα 18 (και το Γράφημα 22) παρουσιάζονται οι απαντήσεις των ερωτηθέντων αναφορικά με την ψυχολογική ανάταση λόγω "likes". Οι έφηβοι, εάν κάποια ανάρτησή τους έχει πολλά "likes", συμφωνούν ότι τους φτιάχνει τη διάθεση (Μ.Ο.= 4,01 ± 1,10). Επιπλέον, είναι ουδέτεροι ως προς την πρόταση ότι αν η ανάρτηση τους δεν έχει πολλά likes ότι νιώθουν απογοήτευση (Μ.Ο.= 2,90 ± 1,26). Τέλος, διαφωνούν ότι εάν δεν έχει την ανταπόκριση που επιθυμούν την κατεβάζουν αμέσως (Μ.Ο.= 2,19 ± 1,14).

Πίνακας 18. Ψυχολογική ανάταση λόγω likes

Πρόταση	Μ.Ο.	Τ.Α.	1	2	3	4	5
Εάν κάποια ανάρτησή μου έχει πολλά "likes" μου φτιάχνει τη διάθεση	4,01	1,10	4,8%	7,4%	9%	39,8%	39%
Εάν κάποια ανάρτησή μου δεν έχει πολλά "likes" νιώθω απογοήτευση	2,90	1,26	14%	33,2%	11,4%	31,8%	9,6%
Εάν κάποια ανάρτησή μου δεν έχει την ανταπόκριση που επιθυμώ την κατεβάζω αμέσως	2,19	1,14	31%	41%	11%	12,2%	4,8%

1: Διαφωνώ εντελώς, 2: Διαφωνώ, 3: Έχω ουδέτερη άποψη/ Δεν έχω άποψη, 4: Συμφωνώ, 5: Συμφωνώ Απόλυτα



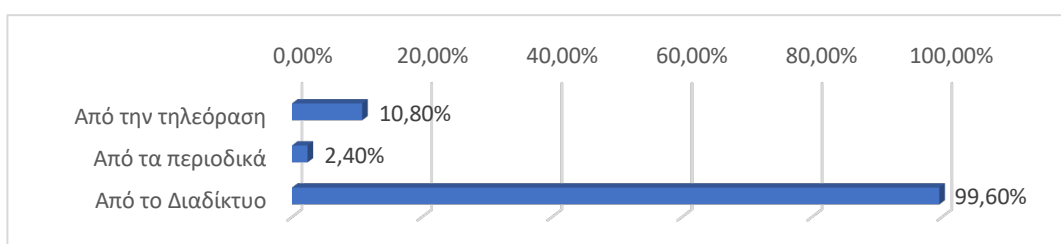
Γράφημα 22. Ψυχολογική ανάταση λόγω likes

3.5.1.11. Μέσα ενημέρωσης για τη μόδα και τα νέα προϊόντα τεχνολογίας

Στον Πίνακα 19 (και το Γράφημα 23) παρουσιάζονται οι απαντήσεις των μαθητών σχετικά με το μέσο με το οποίο ενημερώνονται για τη μόδα και τα νέα προϊόντα τεχνολογίας. Το 99,6% (N=498) δήλωσε πως ενημερώνεται από το διαδίκτυο, το 10,8% (N=54) από την τηλεόραση και το 2,4% (N=12) από τα περιοδικά.

Πίνακας 19. Από ποιο μέσο ενημερώνεσαι για τη μόδα και τα νέα προϊόντα τεχνολογίας;

Ερώτηση	Απάντηση	N	f %
Από ποιο μέσο ενημερώνεσαι για τη μόδα και τα νέα προϊόντα τεχνολογίας;	Από την τηλεόραση	54	10,8%
	Από τα περιοδικά	12	2,4%
	Από το Διαδίκτυο	498	99,6%



Γράφημα 23. Από ποιο μέσο ενημερώνεσαι για τη μόδα και τα νέα προϊόντα τεχνολογίας;

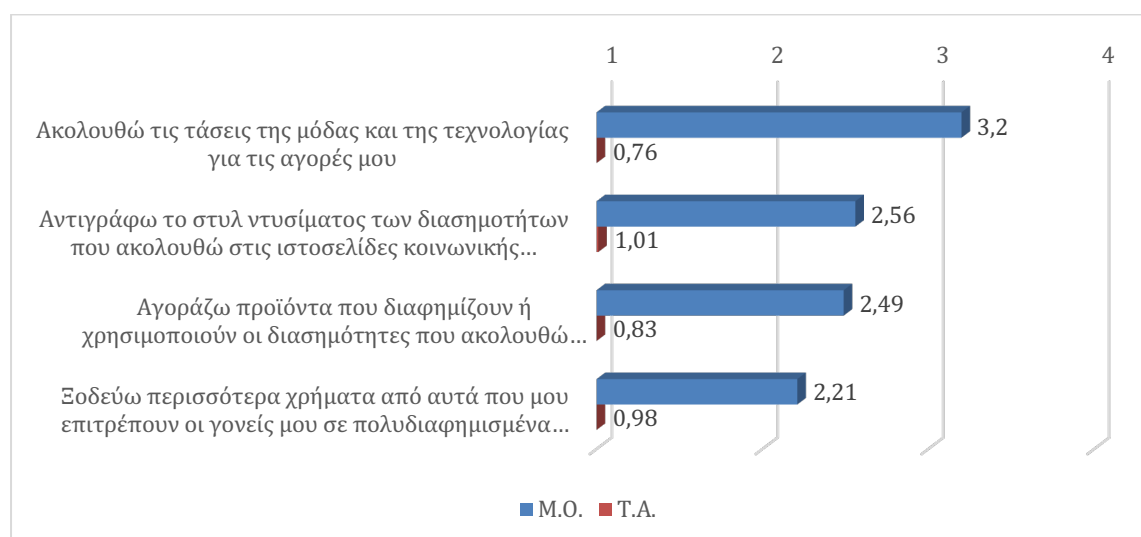
3.5.1.12. Τάσεις της μόδας

Στον Πίνακα 20 (και το Γράφημα 24) παρουσιάζονται οι απαντήσεις των εφήβων σε προτάσεις που αφορούν την τάση της μόδας. Οι συμμετέχοντες συχνά ακολουθούν τις τάσεις της μόδας και της τεχνολογίας για τις αγορές τους (Μ.Ο.= 3,20 ± 0,76). Επίσης με μέτρια συχνότητα αντιγράφουν το στυλ ντυσίματος των διασημοτήτων που ακολουθούν στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης (Μ.Ο.= 2,56 ± 1,01) και αγοράζουν τα προϊόντα που διαφημίζουν ή χρησιμοποιούν (Μ.Ο.= 2,49 ± 0,83). Τέλος, σπάνια ξοδεύουν περισσότερα χρήματα από αυτά που τους επιτρέπουν οι γονείς τους σε πολυδιαφημισμένα προϊόντα στα social media (Μ.Ο.= 2,21 ± 0,98).

Πίνακας 20. Τάσεις της μόδας

Πρόταση	Μ.Ο.	Τ.Α.	1	2	3	4
Ακολουθώ τις τάσεις της μόδας και της τεχνολογίας για τις αγορές μου	3,20	0,76	1,6%	15,8%	43,2%	39,4%
Αντιγράφω το στυλ ντυσίματος των διασημοτήτων που ακολουθώ στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης	2,56	1,01	15,8%	35,4%	26%	22,8%
Αγοράζω προϊόντα που διαφημίζουν ή χρησιμοποιούν οι διασημότητες που ακολουθώ στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης	2,49	0,83	9,2%	45,2%	32,8%	12,8%
Ξοδεύω περισσότερα χρήματα από αυτά που μου επιτρέπουν οι γονείς μου σε πολυδιαφημισμένα προϊόντα στα social media	2,21	0,98	28%	35%	25,2%	11,8%

1: Ποτέ, 2: Σπάνια, 3: Συχνά, 4: Πάντα



Γράφημα 24. Τάσεις της μόδας

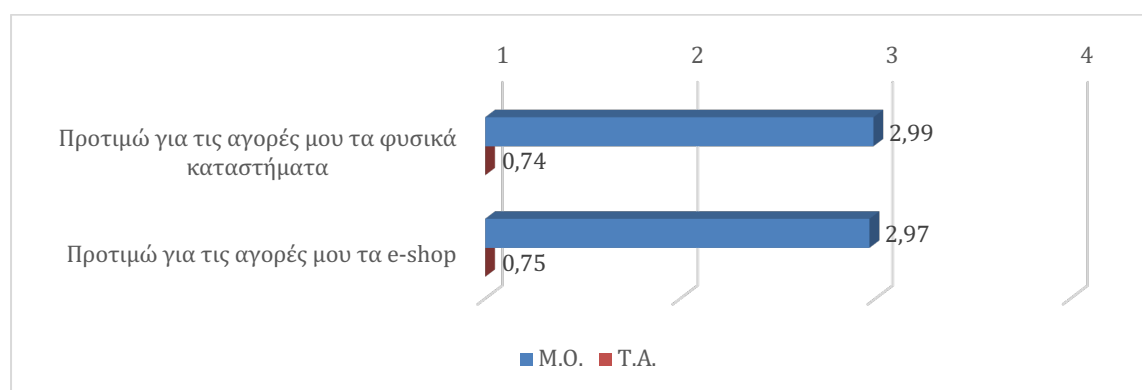
3.5.1.13. Προτίμηση αγορών από φυσικά ή ηλεκτρονικά καταστήματα

Στον Πίνακα 21 (και το Γράφημα 25) παρουσιάζονται οι απαντήσεις των ερωτηθέντων σχετικά με την προτίμησή αγορών. Οι συμμετέχοντες προτιμούν συχνά για τις αγορές τους τα φυσικά καταστήματα (Μ.Ο.= 2,99 ± 0,74) και τα e-shops (Μ.Ο.= 2,97 ± 0,75).

Πίνακας 21. Αγορές

Πρόταση	Μ.Ο.	Τ.Α.	1	2	3	4
Προτιμώ για τις αγορές μου τα φυσικά καταστήματα	2,99	0,74	0,8%	25,2%	48,4%	25,6%
Προτιμώ για τις αγορές μου τα e-shop	2,97	0,75	2,8%	21%	52,4%	23,8%

1: Ποτέ, 2: Σπάνια, 3: Συχνά, 4: Πάντα



Γράφημα 25. Αγορές

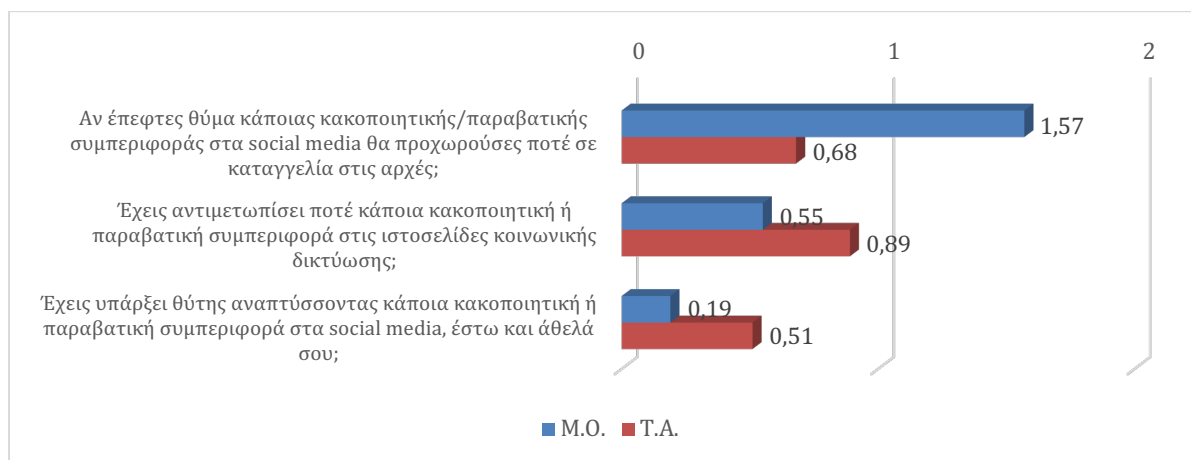
3.5.1.14. Κακοποιητικές συμπεριφορές στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Στους Πίνακες 22-24 (και τα Γραφήματα 26-28) παρουσιάζονται οι απαντήσεις των ερωτηθέντων σε ερωτήσεις αναφορικά με την κακοποιητική συμπεριφορά. Οι ερωτηθέντες απαντούν καταφατικά ότι αν έπεφταν θύμα κάποιας κακοποιητικής συμπεριφοράς στα social media θα προχωρούσαν σε καταγγελία στις αρχές (Μ.Ο.= 1,57 ± 0,68). Ωστόσο, δεν έχουν αντιμετωπίσει κάποια τέτοια συμπεριφορά (Μ.Ο.= 0,64 ± 0,93) και αρνούνται ότι έχουν υπάρξει θύτης αναπτύσσοντας κάποια τέτοια συμπεριφορά, έστω και άθελά τους (Μ.Ο.= 0,19 ± 0,51).

Πίνακας 22. Κακοποιητική συμπεριφορά

Ερώτηση	Μ.Ο	Τ.Α.	0	1	2
Αν έπεφτες θύμα κάποιας κακοποιητικής/παραβατικής συμπεριφοράς στα social media θα προχωρούσες ποτέ σε καταγγελία στις αρχές;	1,57	0,68	10,6 %	22%	67,4%
Έχεις αντιμετωπίσει ποτέ κάποια κακοποιητική ή παραβατική συμπεριφορά στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης;	0,64	0,93	67,6 %	0,6 %	31,8%
Έχεις υπάρξει θύτης αναπτύσσοντας κάποια κακοποιητική ή παραβατική συμπεριφορά στα social media, έστω και άθελά σου;	0,19	0,51	85,6 %	9,4 %	5%

0: Όχι, 1: Δε γνωρίζω/Δεν απαντώ, 2: Ναι

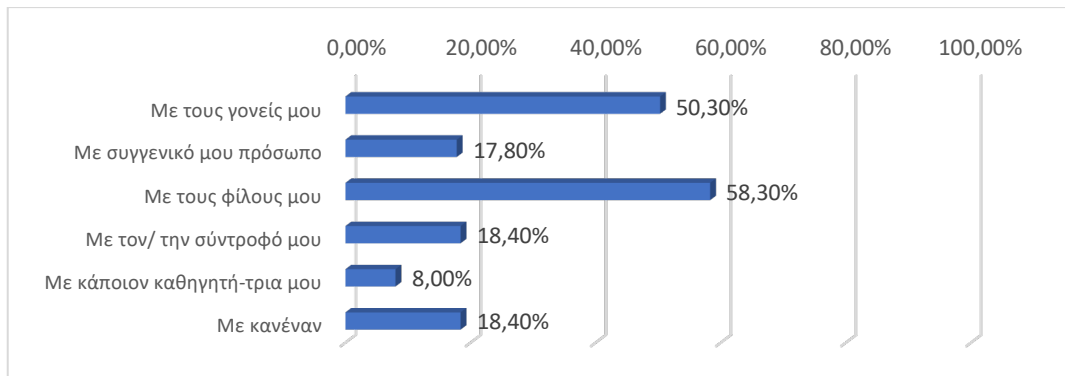


Γράφημα 26. Κακοποιητική συμπεριφορά

Επίσης, αναφορικά με το άτομο που συζητήσαν ότι αντιμετώπισαν κάποια στιγμή κακοποιητική ή παραβατική συμπεριφορά στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, το 58,3% (N=95) ανέφερε τους φίλους, το 50,3% (N=82) τους γονείς, το 18,4% (N=30) τον σύντροφο, το 18,4% (N=30) κανέναν, το 17,8% (N=29) με συγγενικό του πρόσωπο και το 8% (N=13) με κάποιο καθηγητή του.

Πίνακας 23. Εάν αντιμετώπισες κάποια στιγμή κακοποιητική ή παραβατική συμπεριφορά στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, με ποιον συζητήσες αυτή τη δυσάρεστη κατάσταση;

Ερώτηση	Απάντηση	N	f %
Εάν αντιμετώπισες κάποια στιγμή κακοποιητική ή παραβατική συμπεριφορά στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, με ποιον συζητήσες αυτή τη δυσάρεστη κατάσταση;	Με τους γονείς μου	82	50,3%
	Με συγγενικό μου πρόσωπο	29	17,8%
	Με τους φίλους μου	95	58,3%
	Με τον/ την σύντροφό μου	30	18,4%
	Με κάποιον καθηγητή-τρια μου	13	8,0%
	Με κανέναν	30	18,4%



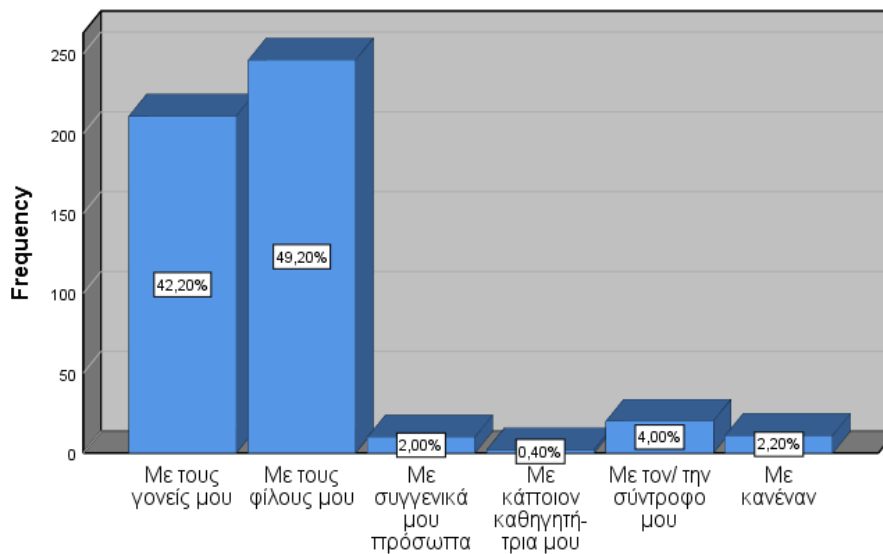
Γράφημα 27. Εάν αντιμετώπισες κάποια στιγμή κακοποιητική ή παραβατική συμπεριφορά στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, με ποιον συζήτησες αυτή τη δυσάρεστη κατάσταση;

Τέλος, αν έπεφταν θύμα κάποιας κακοποιητικής ή παραβατικής συμπεριφοράς, το 49,2% (N=246) θα το μοιραζόταν με τους φίλους, το 42,2% (N=246) με φίλους, το 4% (N=20) με σύντροφο, το 2,2% (N=11) με κανέναν, το 2% (N=10) με κάποιο συγγενικό πρόσωπο και το 0,4% (N=2) με κάποιον καθηγητή.

Πίνακας 24. Αν έπεφτες θύμα κάποιας κακοποιητικής ή παραβατικής συμπεριφοράς στα social media, με ποιον θα το μοιραζόσουν πρώτα;

Ερώτηση	Απάντηση	N	f %
Αν έπεφτες θύμα κάποιας κακοποιητικής ή παραβατικής συμπεριφοράς στα social media, με ποιον θα το μοιραζόσουν πρώτα;	Με τους γονείς μου	211	42,2%
	Με τους φίλους μου	246	49,2%
	Με συγγενικό μου πρόσωπο	10	2%
	Με κάποιον καθηγητή-τρια μου	2	0,4%
	Με τον/ την σύντροφό μου	20	4%
	Με κανέναν	11	2,2%

Αν έπεφτες θύμα κάποιας κακοποιητικής ή παραβατικής συμπεριφοράς στα social media, με ποιον θα το μοιραζόσουν πρώτα;



Γράφημα 28. Αν έπεφτες θύμα κάποιας κακοποιητικής ή παραβατικής συμπεριφοράς στα social media, με ποιον θα το μοιραζόσουν πρώτα;

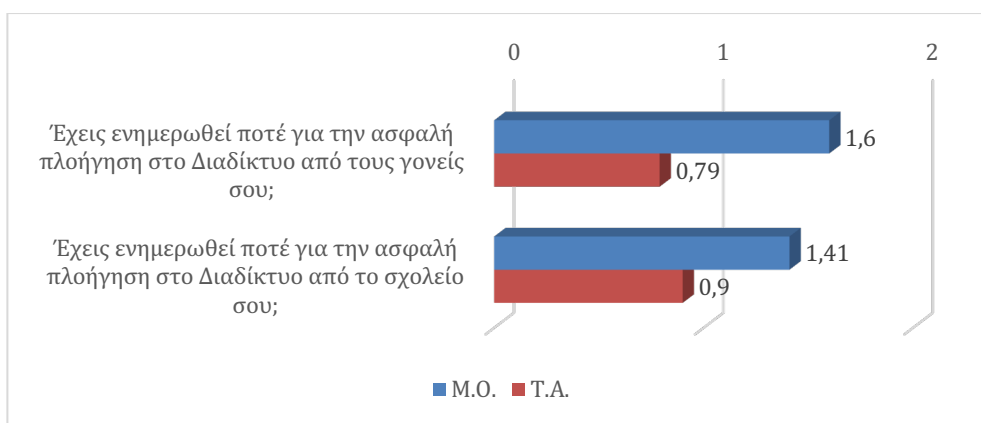
3.5.1.15. Ασφαλής πλοήγηση και ορθή χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης

Στον Πίνακα 25 (και το Γράφημα 29) παρουσιάζονται οι απαντήσεις των ερωτηθέντων αναφορικά με την ασφαλή πλοήγηση. Οι έφηβοι δηλώνουν ότι έχουν ενημερωθεί για την ασφαλή πλοήγηση στο Διαδίκτυο από τους γονείς τους (Μ.Ο.= 1,60 ± 0,79) και από το σχολείο (Μ.Ο.= 1,41 ± 0,90).

Πίνακας 25. Ασφαλής πλοήγηση

Ερώτηση	Μ.Ο.	Τ.Α.	0	1	2
Έχεις ενημερωθεί ποτέ για την ασφαλή πλοήγηση στο Διαδίκτυο από τους γονείς σου;	1,60	0,79	19,4%	1,4%	79,2%
Έχεις ενημερωθεί ποτέ για την ασφαλή πλοήγηση στο Διαδίκτυο από το σχολείο σου;	1,41	0,90	28,6%	1,4%	70%

0: Όχι, 1: Δε γνωρίζω/Δεν απαντώ, 2: Ναι



Γράφημα 29. Ασφαλής πλοήγηση

3.5.2. Επαγωγική Στατιστική

3.5.2.1. Ανάλυση αξιοπιστίας και δημιουργία παραγόντων

Ο Πίνακας 26 παρουσιάζει τα αποτελέσματα της ανάλυσης αξιοπιστίας στις περιπτώσεις όπου η τιμή του Cronbach Alpha είναι στα αποδεκτά όρια του 0,7. Προκύπτει ότι ο παράγοντας «Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης» έχει αξιοπιστία $\alpha=0,754$ (ικανοποιητική), η «Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης» $\alpha=0,766$ (ικανοποιητική), η «Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία» $\alpha=0,767$ (ικανοποιητική), η «Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας» $\alpha=0,769$ (ικανοποιητική), η «Ψυχολογική ανάταση λόγω likes» $\alpha=0,767$ (ικανοποιητική) και η «Τάση της μόδας» $\alpha=0,820$ (υψηλή).

Πίνακας 26. Ανάλυση αξιοπιστίας

Παράγοντας	Ερωτήσεις	Cronbach Alpha
Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης*	4,5,6	0,754
Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης**	2,3,4	0,766
Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία	1,2,3	0,767
Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας	1,2,3,4,5	0,769
Ψυχολογική ανάταση λόγω likes	1,2,3	0,767
Τάση της μόδας	1,2,3,4	0,820

*Οι ερωτήσεις επιλέχτηκαν μέσω Παραγοντικής ανάλυσης

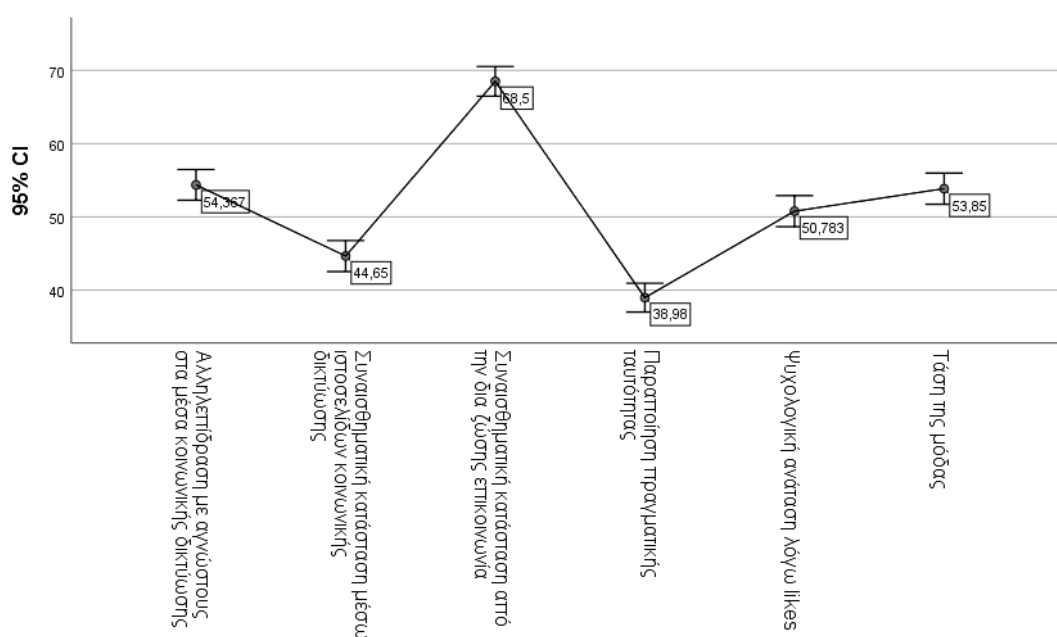
**Αφαιρέθηκε η 1^η ερώτηση της ενότητας λόγω μείωσης της αξιοπιστίας σε $\alpha<0,7$

3.5.2.2. Περιγραφικά στοιχεία παραγόντων και 95% δ.ε.

Ο Πίνακας 28 (Γράφημα 30) παρουσιάζει τα περιγραφικά στοιχεία των παραγόντων και τα αντίστοιχα 95% δ.ε της μέσης τιμής. Χρησιμοποιήθηκε ο τύπος $\chi_i = 100 * [(X - \text{Min}(X)) / \text{Range}(X)]$, συνεπώς οι τιμές των παραγόντων μεταφέρθηκαν στο διάστημα [0,100]. Προέκυψαν υψηλά επίπεδα στον παράγοντα «Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία» [95% δ.ε.=(66,47, 70,53)] και μέτρια στους παράγοντες «Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης» [95% δ.ε.=(52,27, 56,47)], «Τάση της μόδας» [95% δ.ε.=(51,72, 55,98)], «Ψυχολογική ανάταση λόγω likes» [95% δ.ε.=(48,66, 52,91)], «Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης» [95% δ.ε.=(42,54, 46,76)], ενώ μέτρια προς χαμηλά βαθμολογήθηκε η «Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας» [95% δ.ε.=(37,01, 40,95)].

Πίνακας 27. Περιγραφικά στοιχεία παραγόντων και 95% δ.ε.

Παράγοντας	Μ.Ο.	Τ.Α.	95% δ.ε.
Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία	68,50	23,06	(66,47, 70,53)
Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	54,37	23,88	(52,27, 56,47)
Τάση της μόδας	53,85	24,21	(51,72, 55,98)
Ψυχολογική ανάταση λόγω likes	50,78	24,15	(48,66, 52,91)
Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης	44,65	24,07	(42,54, 46,76)
Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας	38,98	22,37	(37,01, 40,95)



Γράφημα 30. Περιγραφικά στοιχεία παραγόντων και 95% δ.ε.

3.5.2.3. Έλεγχος κανονικότητας των παραγόντων

Στον Πίνακα 28 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα των ελέγχων κανονικότητας των παραγόντων, όπου η κανονικότητα δεν ικανοποιήθηκε σε καμία περίπτωση ($p \leq 0,001$).

Πίνακας 28. Αποτελέσματα ελέγχων κανονικότητας με χρήση του Shapiro Wilk test

Παράγοντας	W (500)	p-value
Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	0,943	<0,001
Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης	0,969	<0,001
Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία	0,944	<0,001
Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας	0,973	<0,001
Ψυχολογική ανάταση λόγω likes	0,977	<0,001
Τάση της μόδας	0,969	<0,001

3.5.2.4. Συσχετίσεις παραγόντων

Στον Πίνακα 29 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα των συσχετίσεων Spearman μεταξύ των παραγόντων. Η «Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας» σχετίστηκε θετικά με τους παράγοντες «Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης», «Ψυχολογική ανάταση λόγω likes» και «Τάση της μόδας». Οι 3 αυτοί παράγοντες και η «Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης» σχετίστηκαν, επίσης, θετικά μεταξύ τους. Τέλος, η «Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία» σχετίστηκε αρνητικά με όλους τους παράγοντες.

Πίνακας 29. Συσχετίσεις Spearman μεταξύ των παραγόντων

Παράγοντας	1	2	3	4	5
1.Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	1				
2.Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης	,211**	1			
3.Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία	-,091*	-,719**	1		
4.Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας	0,033	,303**	-,275**	1	
5.Ψυχολογική ανάταση λόγω likes	,116**	,348**	-,239**	,403**	1
6.Τάση της μόδας	,098*	,266**	-,212**	,515**	,543**

* $p < 0,05$, ** $p < 0,01$

3.5.2.5. Εύρεση προβλεπτικών παραγόντων

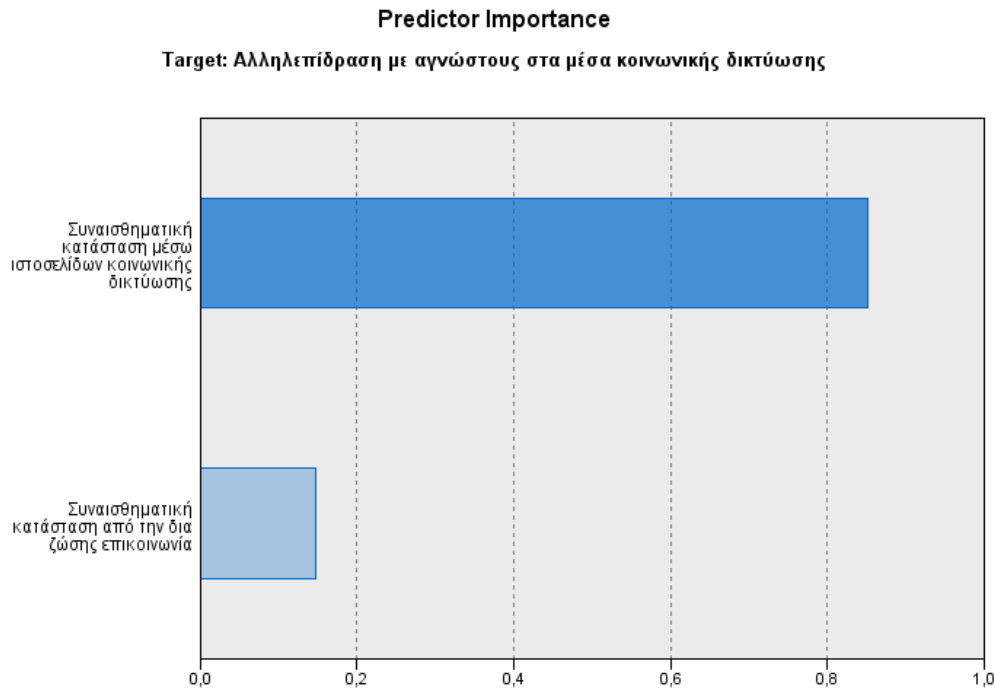
i. Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Ο Πίνακας 30 παρουσιάζει τα αποτελέσματα της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή την «Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης» και ανεξάρτητες τους υπόλοιπους παράγοντες. Παρατηρήθηκε στατιστικά σημαντική επίδραση των ανεξάρτητων μεταβλητών στην εξαρτημένη ($F(5,494)= 6,897, p<0,001$) με χαμηλό βαθμό προσαρμογής ($AdjR^2=0,056>0,001$). Συγκεκριμένα, στατιστικά σημαντική θεωρήθηκε η επίδραση της ανεξάρτητης μεταβλητής «Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης» ($Beta=0,305, t=4,777, p<0,001$). Η επίδραση της μεταβλητής «Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία» δεν θα ληφθεί υπόψη καθώς εμφανίζει διαφορετικό πρόσημο από τον Πίνακα συσχετίσεων, γεγονός που υποδηλώνει ότι επιλέχτηκε από το μοντέλο για λόγους προσαρμογής.

Πίνακας 30. Αποτελέσματα πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή την «Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης»

Εξαρτημένη μεταβλητή	R ²	AdjR ²	F (5,494)	p-value	
Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	0,065	0,056	6,897	<0,001	
Ανεξάρτητες μεταβλητές		B	Beta	t	p-value
Σταθερά		28,813	-	4,113	<0,001
Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης		0,303	0,305	4,777	<0,001
Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία		0,134	0,13	2,104	0,036
Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας		-0,041	-0,039	-0,714	0,476
Ψυχολογική ανάταση λόγω likes		0,044	0,044	0,801	0,424
Τάση της μόδας		0,041	0,042	0,732	0,465

Σύμφωνα με το Γράφημα 30, η «Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης» επιδρά κατά 85% στην «Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης».



Γράφημα 31. Επίδραση ανεξάρτητων μεταβλητών στην «Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης»

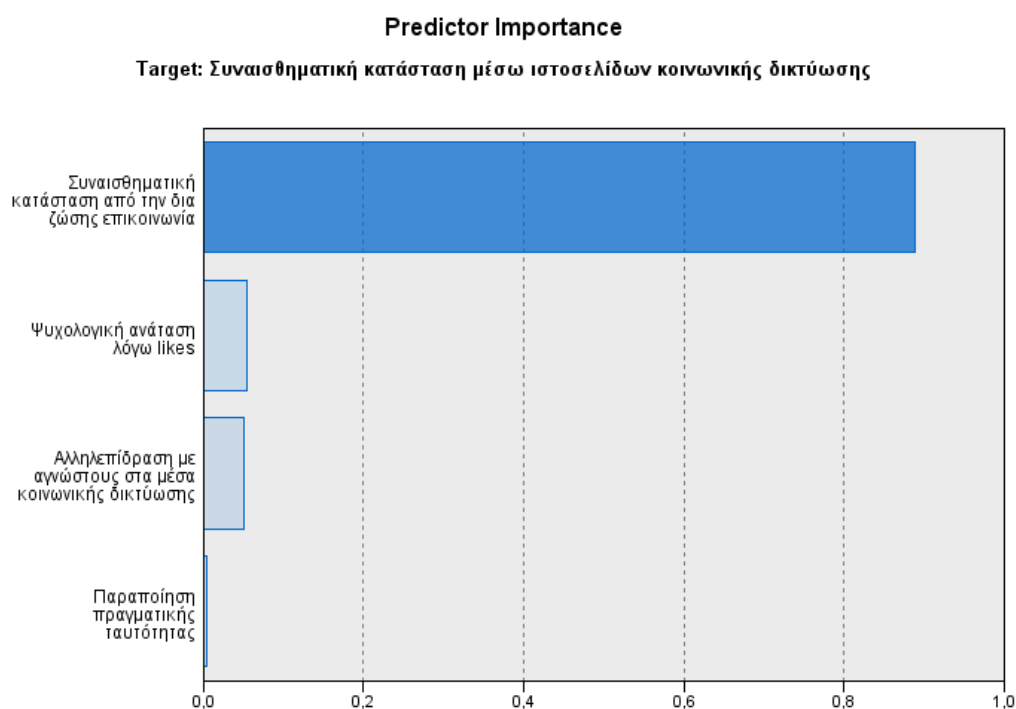
ii. Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης

Ο Πίνακας 31 παρουσιάζει τα αποτελέσματα της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή την «Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης» και ανεξάρτητες τους υπόλοιπους παράγοντες. Παρατηρήθηκε στατιστικά σημαντική επίδραση των ανεξάρτητων μεταβλητών στην εξαρτημένη ($F(5,494)= 124,265, p<0,001$) με υψηλό βαθμό προσαρμογής ($AdjR^2=0,553>0,400$). Συγκεκριμένα, στατιστικά σημαντική θεωρήθηκε η επίδραση της ανεξάρτητης μεταβλητής «Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης» ($Beta=0,145, t=4,777, p<0,001$), «Συναισθηματική κατάσταση από την διαζώσης επικοινωνία» ($Beta=-0,636, t=-20,135, p<0,001$) και «Ψυχολογική ανάταση λόγω likes» ($Beta=0,17, t=4,577, p<0,001$).

Πίνακας 31. Αποτελέσματα πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή την «Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης»

Εξαρτημένη μεταβλητή	R ²	AdjR ²	F (5,494)	p-value	
Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης	0,557	0,553	124,265	<0,001	
Ανεξάρτητες μεταβλητές		B	Beta	t	p-value
Σταθερά		71,525	-	19,064	<0,001
Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης		0,146	0,145	4,777	<0,001
Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία		-0,664	-0,636	-20,135	<0,001
Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας		0,056	0,052	1,406	0,16
Ψυχολογική ανάταση λόγω likes		0,169	0,17	4,577	<0,001
Τάση της μόδας		-0,002	-0,002	-0,049	0,961

Σύμφωνα με το Γράφημα 32, η «Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία» επιδρά στην εξαρτημένη μεταβλητή κατά 89%, ενώ οι παράγοντες «Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης» και «Ψυχολογική ανάταση λόγω likes» επιδρούν κατά 5% έκαστος.



Γράφημα 32. Επίδραση ανεξάρτητων μεταβλητών στην «Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης»

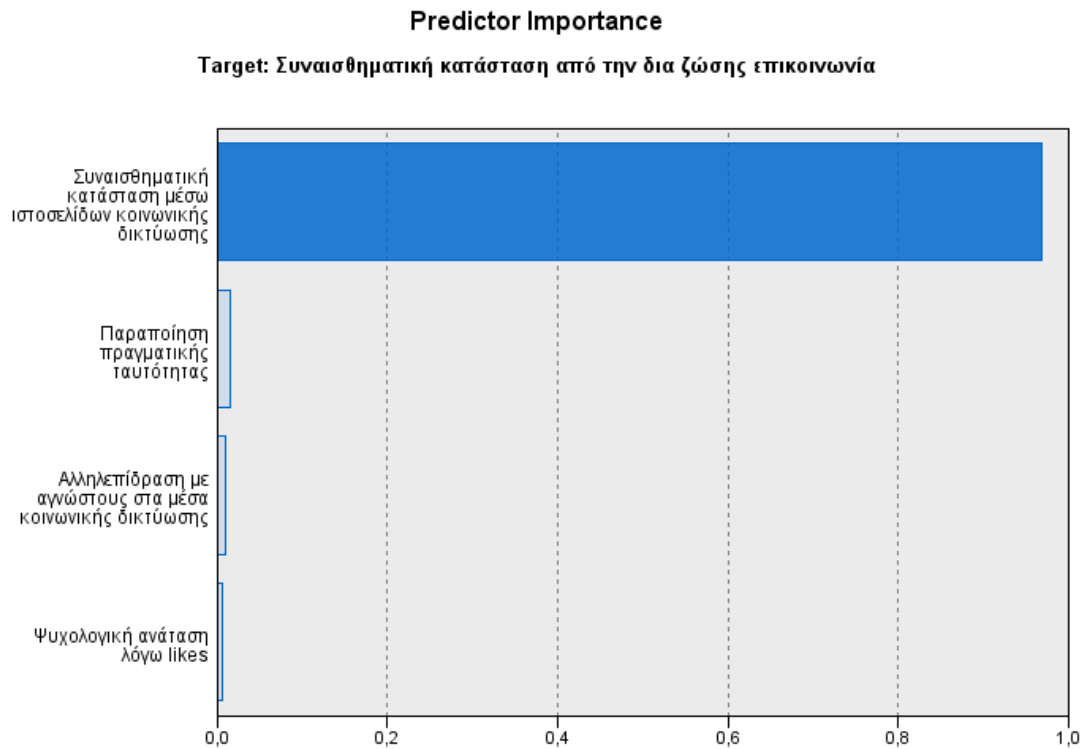
iii. *Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία*

Ο Πίνακας 32 παρουσιάζει τα αποτελέσματα της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή την «Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία» και ανεξάρτητες τους υπόλοιπους παράγοντες. Παρατηρήθηκε στατιστικά σημαντική επίδραση των ανεξάρτητων μεταβλητών στην εξαρτημένη ($F(5,494)= 101,328, p<0,001$) με υψηλό βαθμό προσαρμογής ($AdjR^2=0,501>0,400$). Συγκεκριμένα, στατιστικά σημαντική θεωρήθηκε η επίδραση της ανεξάρτητης μεταβλητής «Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης» ($Beta=-0,709, t=-20,135, p<0,001$), και «Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας» ($Beta=-0,086, t=-2,213, p=0,027$). Δεν λήφθηκε υπόψιν, η επίδραση της μεταβλητής «Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης» καθώς εμφανίζει διαφορετικό πρόσημο από τον Πίνακα συσχετίσεων, γεγονός που υποδηλώνει ότι επιλέχθηκε από το μοντέλο για λόγους προσαρμογής.

Πίνακας 32. Αποτελέσματα πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή την «Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία»

Εξαρτημένη μεταβλητή	R ²	AdjR ²	F (5,494)	p-value
Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία	0,506	0,501	101,328	<0,001
Ανεξάρτητες μεταβλητές	B	Beta	t	p-value
Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	0,066	0,068	2,104	0,036
Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης	-0,679	-0,709	-20,135	<0,001
Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας	-0,089	-0,086	-2,213	0,027
Ψυχολογική ανάταση λόγω likes	0,056	0,058	1,467	0,143
Τάση της μόδας	-0,012	-0,013	-0,306	0,759

Από το Γράφημα 33, προκύπτει ότι η «Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης» επιδρά κατά 97% στην εξαρτημένη μεταβλητή ενώ η «Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας» κατά 2%.



Γράφημα 33. Επίδραση ανεξάρτητων μεταβλητών στην «Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία»

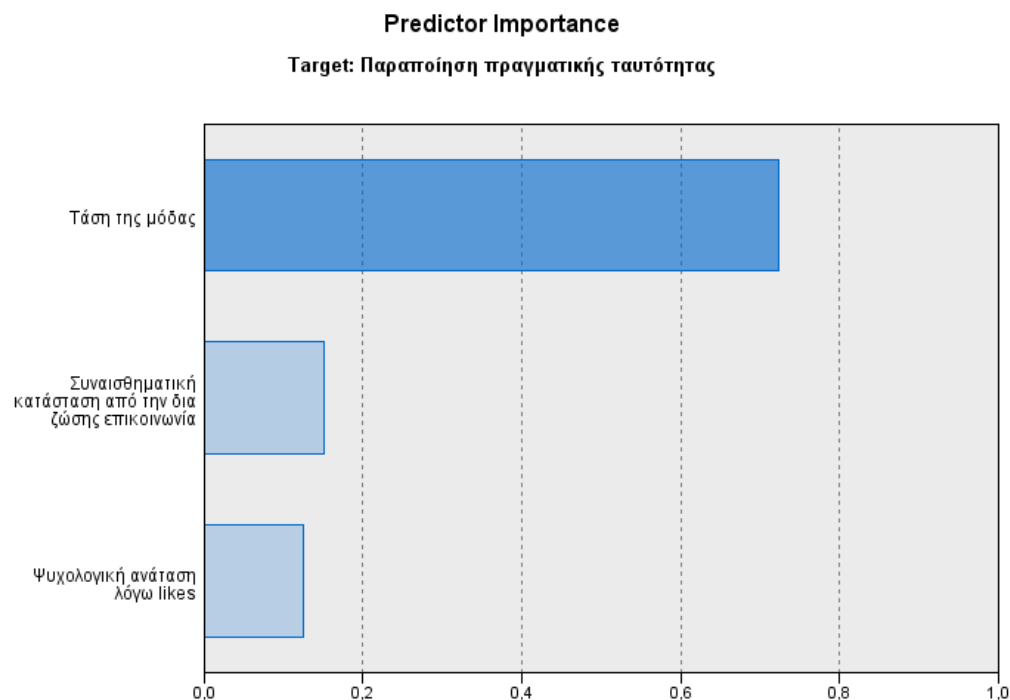
Ο Πίνακας 33 παρουσιάζει τα αποτελέσματα της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή την «Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας» και ανεξάρτητες τους υπόλοιπους παράγοντες. Παρατηρήθηκε στατιστικά σημαντική επίδραση των ανεξάρτητων μεταβλητών στην εξαρτημένη ($F(5,494)= 53,482, p<0,001$) με ικανοποιητικό βαθμό προσαρμογής ($AdjR^2=0,345>0,250$). Συγκεκριμένα, στατιστικά σημαντική θεωρήθηκε η επίδραση της ανεξάρτητης μεταβλητής «Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία» ($Beta=-0,114, t=-2,213, p=0,027$), «Ψυχολογική ανάταση λόγω likes» ($Beta=0,161, t=3,548, p<0,001$), και «Τάση της μόδας» ($Beta=0,413, t=9,414, p<0,001$).

Πίνακας 33. Αποτελέσματα πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή την «Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας»

Εξαρτημένη μεταβλητή	R ²	AdjR ²	F (5,494)	p-value
Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας	0,351	0,345	53,482	<0,001
Ανεξάρτητες μεταβλητές	B	Beta	t	p-value
Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	-0,025	-0,027	-0,714	0,476

Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης	0,071	0,076	1,406	0,160
Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία	-0,11	-0,114	-2,213	0,027
Ψυχολογική ανάταση λόγω likes	0,149	0,161	3,548	<0,001
Τάση της μόδας	0,382	0,413	9,414	<0,001

Σύμφωνα με το Γράφημα 34, η επίδραση της μεταβλητής «Τάση της μόδας» στην εξαρτημένη μεταβλητή είναι 72% και ακολουθεί ο παράγοντας «Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία» με 15% και η «Ψυχολογική ανάταση λόγω likes» με 13%.



Γράφημα 34. Επίδραση ανεξάρτητων μεταβλητών στην «Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας»

iv. Ψυχολογική ανάταση λόγω likes

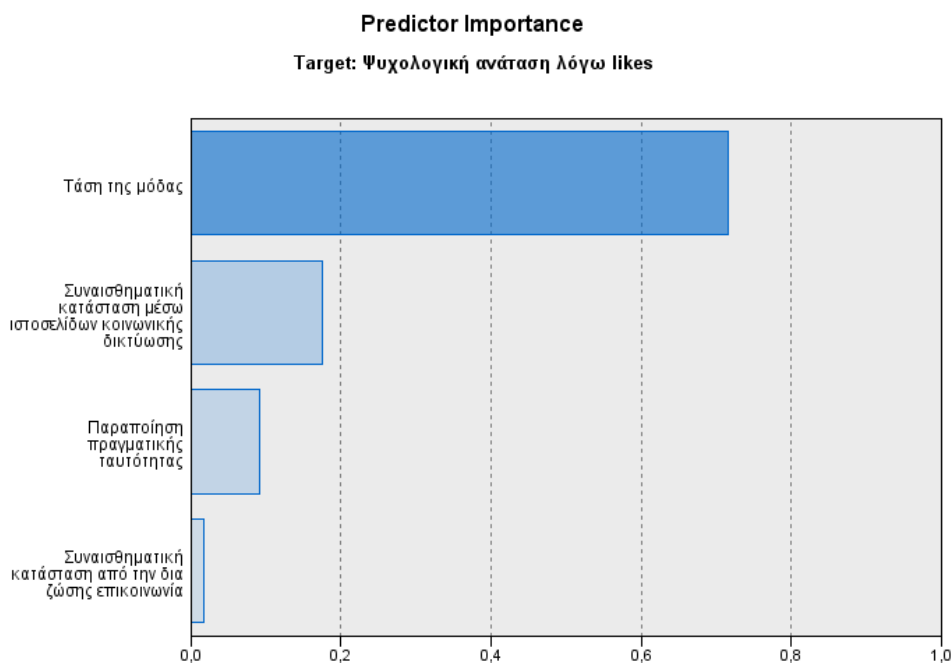
Ο Πίνακας 34 παρουσιάζει τα αποτελέσματα της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή την «Ψυχολογική ανάταση λόγω likes» και ανεξάρτητες τους υπόλοιπους παράγοντες. Παρατηρήθηκε στατιστικά σημαντική επίδραση των ανεξάρτητων μεταβλητών στην εξαρτημένη ($F(5,494)= 59,130$, $p<0,001$) με ικανοποιητικό βαθμό προσαρμογής ($AdjR^2=0,368>0,250$). Συγκεκριμένα, στατιστικά σημαντική θεωρήθηκε η επίδραση της ανεξάρτητης μεταβλητής «Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης» ($Beta=0,24$,

t=4,577, p<0,001), «Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας» (Beta=0,155, t=3,548, p<0,001), και «Τάση της μόδας» (Beta=0,42, t=9,817, p<0,001).

Πίνακας 34. Αποτελέσματα πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή την «Ψυχολογική ανάταση λόγω likes»

Εξαρτημένη μεταβλητή	R ²	AdjR ²	F (5,494)	P-value
Ψυχολογική ανάταση λόγω likes	0,374	0,368	59,130	<0,001
Ανεξάρτητες μεταβλητές				
	B	Beta	t	P-value
Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	0,03	0,029	0,801	0,424
Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης	0,241	0,24	4,577	<0,001
Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία	0,078	0,074	1,467	0,143
Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας	0,167	0,155	3,548	<0,001
Τάση της μόδας	0,419	0,42	9,817	<0,001

Σύμφωνα με το Γράφημα 35, η επίδραση της ανεξάρτητης μεταβλητής «Τάση της μόδας» στην εξαρτημένη μεταβλητή είναι 72%, ακολουθεί η «Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης» με 18% και έπειτα η «Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας» με 9%.



Γράφημα 35. Επίδραση ανεξάρτητων μεταβλητών στην «Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας»

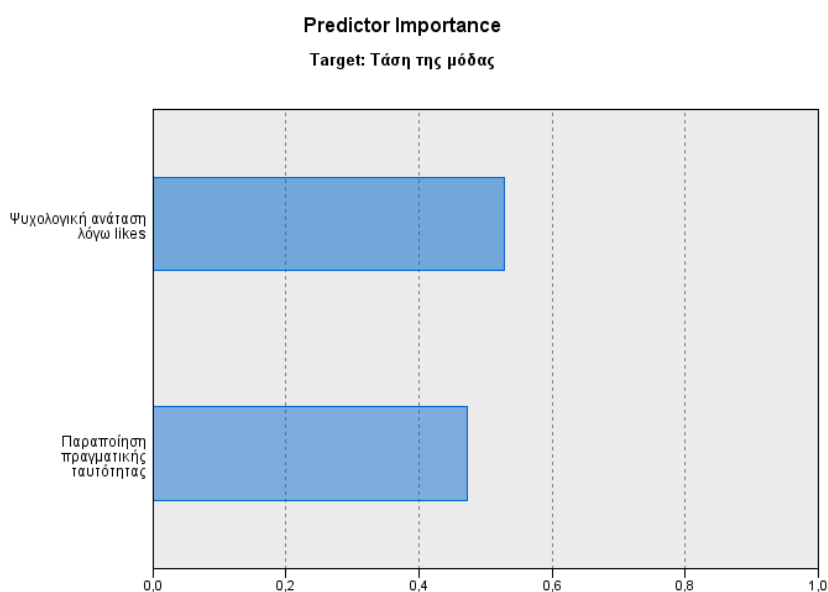
Ο Πίνακας 35 παρουσιάζει τα αποτελέσματα της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή την «Τάση της μόδας» και ανεξάρτητες

τους υπόλοιπους παράγοντες. Παρατηρήθηκε στατιστικά σημαντική επίδραση των ανεξάρτητων μεταβλητών στην εξαρτημένη ($F(5,494)= 72,058, p<0,001$) με υψηλό βαθμό προσαρμογής ($AdjR^2=0,416>0,400$). Συγκεκριμένα, στατιστικά σημαντική θεωρήθηκε η επίδραση της ανεξάρτητης μεταβλητής «Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας» ($Beta=0,368, t=9,414, p<0,001$) και «Ψυχολογική ανάταση λόγω likes» ($Beta=0,388, t=9,817, p<0,001$).

Πίνακας 35. Αποτελέσματα πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή την «Τάση της μόδας»

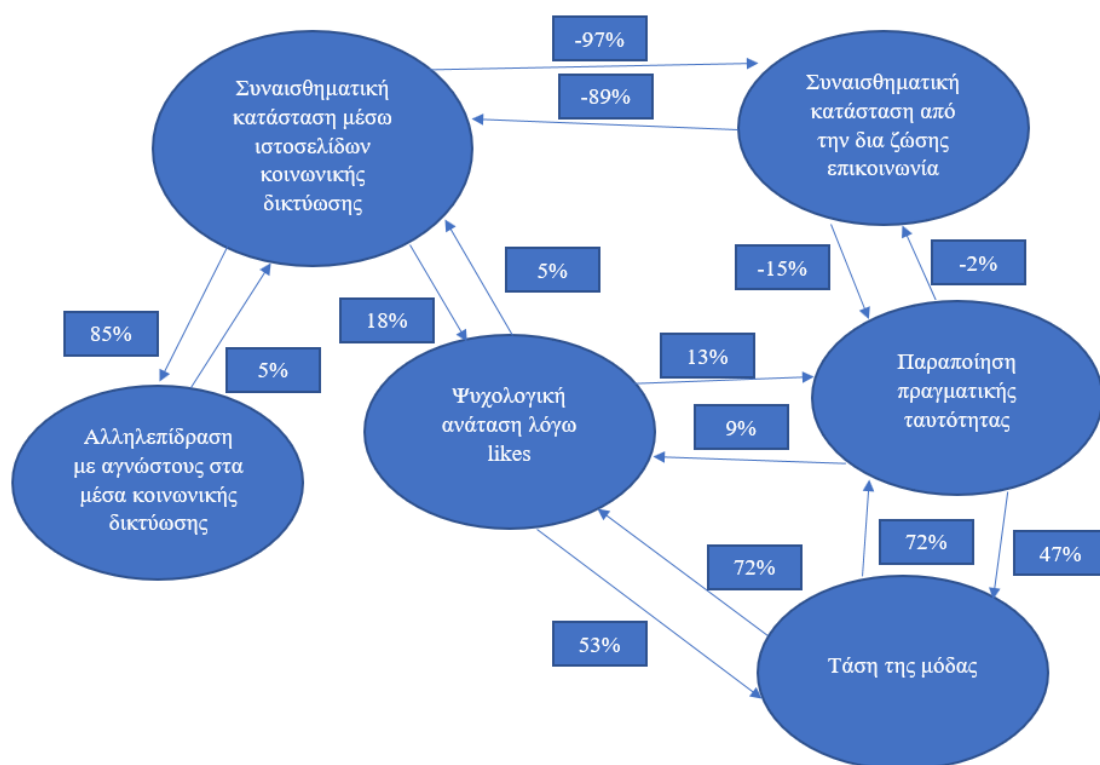
Εξαρτημένη μεταβλητή	R ²	AdjR ²	F (5,494)	p-value
Τάση της μόδας	0,422	0,416	72,058	<0,001
Ανεξάρτητες μεταβλητές				
	B	Beta	t	p-value
Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	0,026	0,026	0,732	0,465
Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης	-0,003	-0,003	-0,049	0,961
Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία	-0,016	-0,015	-0,306	0,759
Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας	0,399	0,368	9,414	<0,001
Ψυχολογική ανάταση λόγω likes	0,389	0,388	9,817	<0,001

Σύμφωνα με το Γράφημα 36, η επίδραση της μεταβλητής «Ψυχολογική ανάταση λόγω likes» στην εξαρτημένη μεταβλητή είναι 53% και ακολουθεί η επίδραση της μεταβλητής «Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας» με 47%.



Γράφημα 36. Επίδραση ανεξάρτητων μεταβλητών στην «Τάση της μόδας»

Στο παρακάτω Γράφημα 37 παρουσιάζεται η συνολική αλληλεπίδραση των παραγόντων της έρευνας.



Γράφημα 37. Αλληλεπίδραση των παραγόντων

3.5.2.6. Επίδραση δημογραφικού προφίλ

i. Φύλο

Στον Πίνακα 36 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα των ελέγχων independent samples t-test των παραγόντων ως προς το φύλο των μαθητών. Από τα αποτελέσματα προέκυψε στατιστικά σημαντική διαφορά μέσων όρων στον παράγοντα «Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης» ($t(498)=4,148$, $p<0,001$), «Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης» ($t(498)=-2,438$, $p=0,015$), «Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία» ($t(491,969)=3,019$, $p=0,003$), «Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας» ($t(498)=-13,026$, $p<0,001$), «Ψυχολογική ανάταση λόγω likes» ($t(498)=-3,647$, $p<0,001$) και «Τάση της μόδας» ($t(493,411)=-9,931$, $p<0,001$).

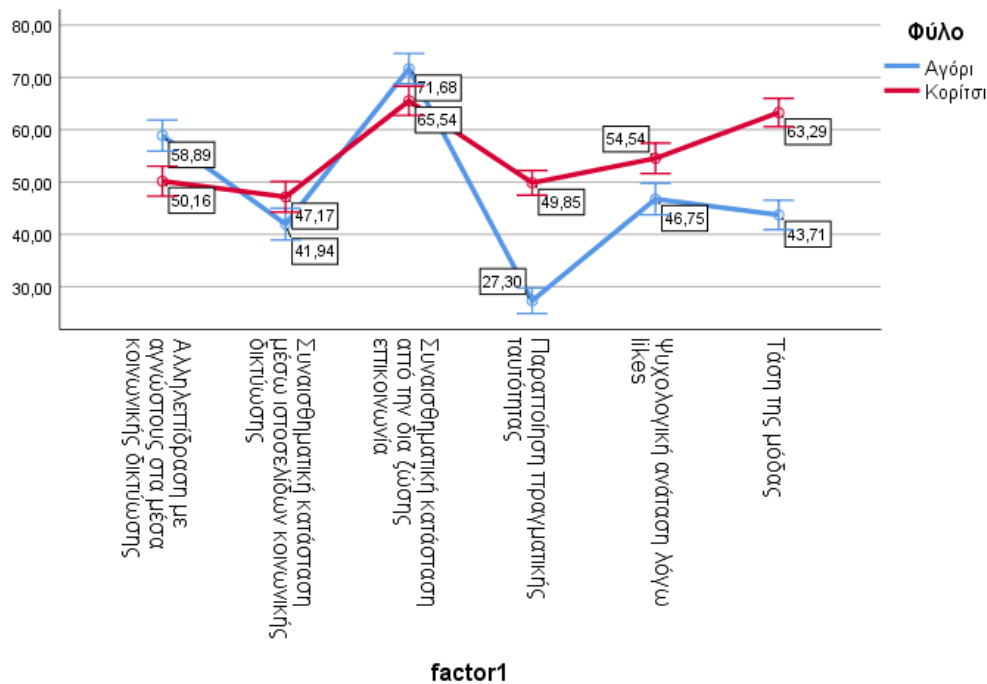
Πίνακας 36. Παράγοντες* Φύλο, independent samples t-test

Παράγοντας	Φύλο	N	M.O.	t	df	p-value
Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	Αγόρι	241	58,89	4,148	498	<0,001
	Κορίτσι	259	50,16			
Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης	Αγόρι	241	41,94	-2,438	498	0,015
	Κορίτσι	259	47,17			
Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία	Αγόρι	241	71,68	3,019	491,969	0,003
	Κορίτσι	259	65,54			
Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας	Αγόρι	241	27,30	-	498	<0,001
	Κορίτσι	259	49,85			
Ψυχολογική ανάταση λόγω likes	Αγόρι	241	46,75	-3,647	498	<0,001
	Κορίτσι	259	54,54			
Τάση της μόδας	Αγόρι	241	43,71	-9,931	493,411	<0,001
	Κορίτσι	259	63,29			

Συγκεκριμένα από τον Πίνακα 36 (Γράφημα 38), προκύπτει πως:

- Για τον παράγοντα «Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης» ο μέσος όρος των αγοριών (M.O.=58,89) είναι στατιστικά μεγαλύτερος ($t(498)=4,148$, $p<0,001$) από τον μέσο όρο των κοριτσιών (M.O.=50,16).
- Για τον παράγοντα «Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης», ο μέσος όρος των αγοριών (M.O.=41,94) είναι στατιστικά μικρότερος ($t(498)=-2,438$, $p=0,015$) από τον μέσο όρο των κοριτσιών (M.O.=47,17).
- Για τον παράγοντα «Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία» ο μέσος όρος των αγοριών (M.O.=71,68) είναι στατιστικά μεγαλύτερος ($t(491,969)=3,019$, $p=0,003$) από τον μέσο όρο των κοριτσιών (M.O.=65,54).
- Για τον παράγοντα «Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας», ο μέσος όρος των αγοριών (M.O.=27,30) είναι στατιστικά μικρότερος ($t(498)=-13,026$, $p<0,001$) από τον μέσο όρο των κοριτσιών (M.O.=49,85).

- Για τον παράγοντα «Ψυχολογική ανάταση λόγω likes», ο μέσος όρος των αγοριών (M.O.=46,75) είναι στατιστικά μικρότερος ($t(498)=-3,647$, $p<0,001$) από τον μέσο όρο των κοριτσιών (M.O.=54,54).
- Για τον παράγοντα «Τάση της μόδας», ο μέσος όρος των αγοριών (M.O.=43,71) είναι στατιστικά μικρότερος ($t(493,411)=-9,931$, $p<0,001$) από τον μέσο όρο των κοριτσιών (M.O.=63,29).



Γράφημα 38. Error bars Παράγοντες * Φύλο

ii. Ηλικία

Στον Πίνακα 37 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα των ελέγχων independent samples t-test των παραγόντων ως προς την ηλικία των μαθητών. Από τα αποτελέσματα προέκυψε στατιστικά σημαντική διαφορά μέσων όρων στον παράγοντα «Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης» ($t(498)=-5,807$, $p<0,001$) και «Ψυχολογική ανάταση λόγω likes» ($t(498)=2,36$, $p=0,019$).

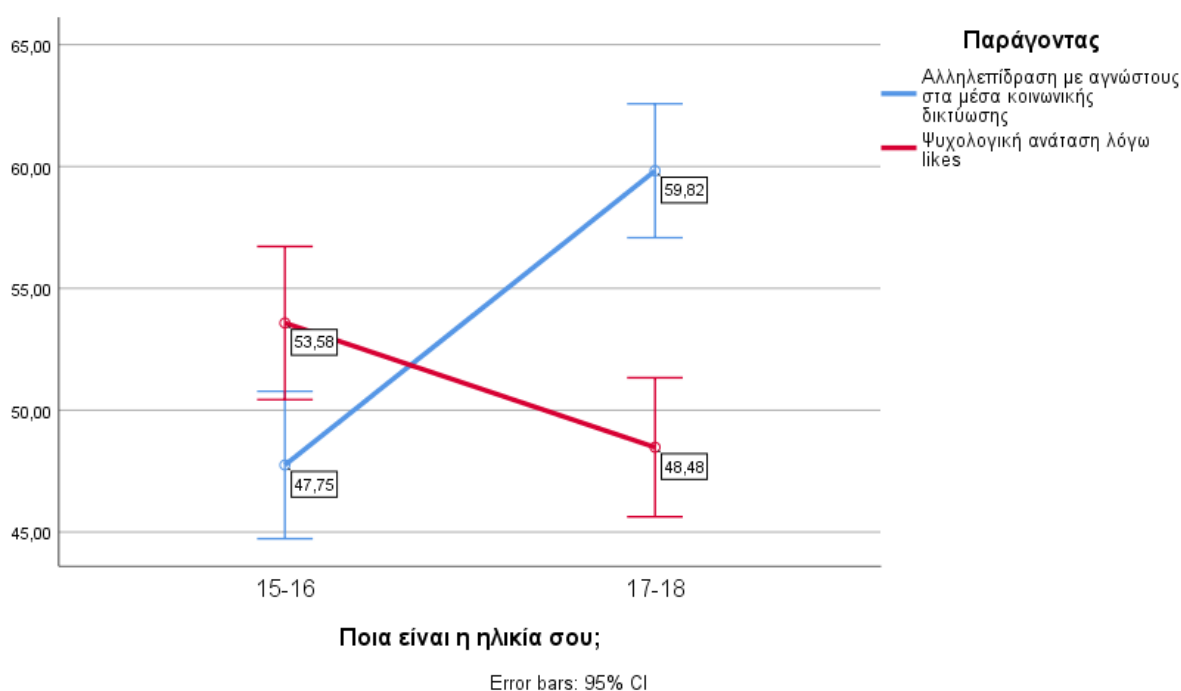
Πίνακας 37. Παράγοντες* Ποια είναι η ηλικία σου;, independent samples t-test

Παράγοντας	Ηλικία	N	M.O.	t(498)	p-value
Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	15-16	226	47,75	-5,807	<0,001
	17-18	274	59,82		

Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης	15-16	226	44,69	0,034	0,973
	17-18	274	44,62		
Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία	15-16	226	67,70	-0,705	0,481
	17-18	274	69,16		
Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας	15-16	226	39,87	0,805	0,421
	17-18	274	38,25		
Ψυχολογική ανάταση λόγω likes	15-16	226	53,58	2,36	0,019
	17-18	274	48,48		
Τάση της μόδας	15-16	226	55,38	1,287	0,199
	17-18	274	52,59		

Συγκεκριμένα από τον Πίνακα 37 (Γράφημα 39), προκύπτει πως:

- Για τον παράγοντα «Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης» ο μέσος όρος των ατόμων ηλικίας 15 με 16 ετών (Μ.Ο.=47,75) είναι στατιστικά μικρότερος ($t(498)=-5,807$, $p<0,001$) από τον μέσο όρο όσων είναι 17 με 18 (Μ.Ο.=59,82).
- Για τον παράγοντα «Ψυχολογική ανάταση λόγω likes», ο μέσος όρος των ατόμων από 15 έως 16 ετών (Μ.Ο.=53,58) είναι στατιστικά μεγαλύτερος ($t(498)=2,36$, $p=0,019$) από τον μέσο όρο όσων είναι από 17 έως 18 (Μ.Ο.=48,48).



Γράφημα 39. Error bars Παράγοντες * Ποια είναι η ηλικία σου;

iii. *Μορφωτικό επίπεδο μητέρας*

Στον Πίνακα 38 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα των ελέγχων ANOVA των παραγόντων της έρευνας ως προς το μορφωτικό επίπεδο της μητέρας των μαθητών. Παρατηρήθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές μέσω των όρων στον παράγοντα «Τάση της μόδας» ($F(2,497)=4,556, p=0,011$).

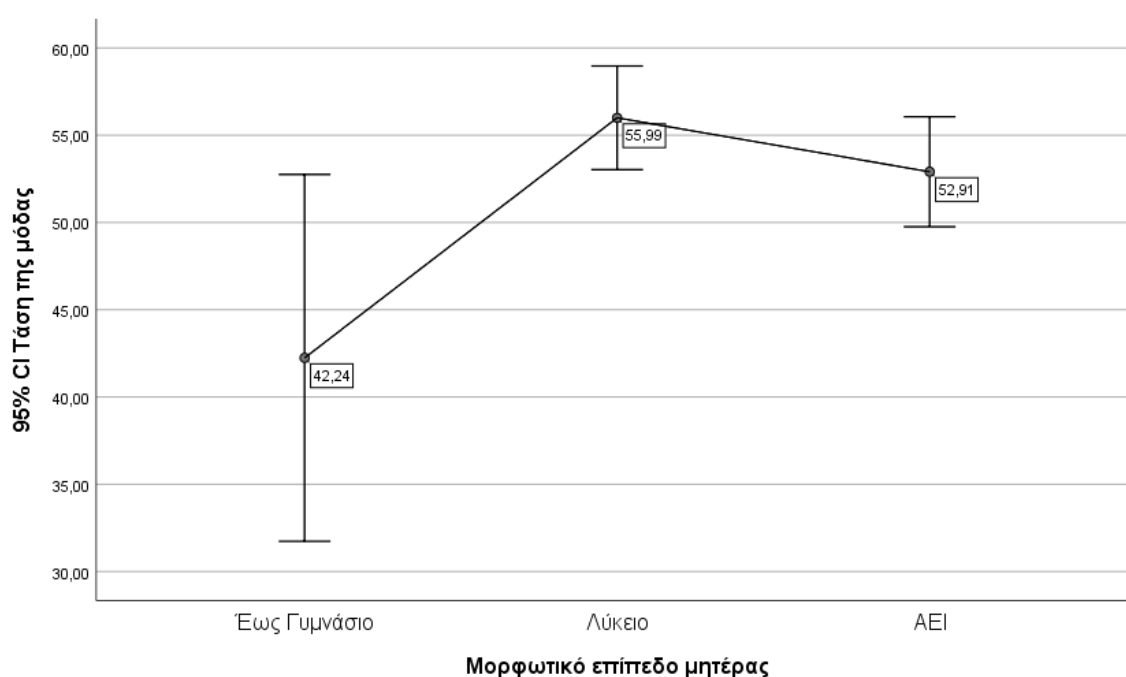
Πίνακας 38. Παράγοντες * Μορφωτικό επίπεδο μητέρας, ANOVA

Παράγοντας	Μορφωτικό επίπεδο μητέρας	N	M.O.	F(2,497)	p-value
Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	Έως Γυμνάσιο	29	51,72	0,704	0,495
	Λύκειο	253	53,49		
	ΑΕΙ	218	55,73		
Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης	Έως Γυμνάσιο	29	40,52	0,469	0,626
	Λύκειο	253	45,09		
	ΑΕΙ	218	44,69		
Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία	Έως Γυμνάσιο	29	68,10	0,008	0,992
	Λύκειο	253	68,61		
	ΑΕΙ	218	68,43		
Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας	Έως Γυμνάσιο	29	38,10	0,108	0,898
	Λύκειο	253	39,43		
	ΑΕΙ	218	38,58		
Ψυχολογική ανάταση λόγω likes	Έως Γυμνάσιο	29	41,38	2,443	0,088
	Λύκειο	253	51,81		
	ΑΕΙ	218	50,84		
Τάση της μόδας	Έως Γυμνάσιο	29	42,24	4,556	0,011
	Λύκειο	253	55,99		
	ΑΕΙ	218	52,91		

Από τους Πίνακες 38-39 (Γράφημα 40) προκύπτει ότι στον παράγοντα «Τάση της μόδας» ο μέσος όρος των παιδιών που η μητέρα τους είναι μορφωτικού επιπέδου έως αυτό του Γυμνασίου (M.O.=42,24) είναι στατιστικά μικρότερος από τον αντίστοιχο των παιδιών που η μητέρα τους είναι απόφοιτος ΑΕΙ (M.O.=52,91, $p=0,025$) και Λυκείου (M.O.=55,99, $p=0,004$).

Πίνακας 39. «Τάση της μόδας» * Μορφωτικό επίπεδο μητέρας, Post hoc LSD

Παράγοντας	Μορφωτικό επίπεδο (I)	Μορφωτικό επίπεδο (J)	M (I-J)	p-value
Τάση της μόδας	Έως Γυμνάσιο	Λύκειο	-	0,004
		AEI	13,75335*	0,025
	Λύκειο	Έως Γυμνάσιο	13,75335*	0,004
		AEI	3,08953	0,165
	AEI	Έως Γυμνάσιο	10,66382*	0,025
		Λύκειο	-3,08953	0,165



Γράφημα 40. Error bars, «Τάση της μόδας» * Μορφωτικό επίπεδο μητέρας

iv. Μορφωτικό επίπεδο πατέρα

Στον Πίνακα 40 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα των ελέγχων ANOVA των παραγόντων της έρευνας ως προς το μορφωτικό επίπεδο του πατέρα των μαθητών. Παρατηρήθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές μέσω όρων στον παράγοντα «Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης» ($F(2,497)=4,648, p=0,01$) και «Τάση της μόδας» ($F(2,497)=4,784, p=0,009$).

Πίνακας 40. Παράγοντες * Μορφωτικό επίπεδο πατέρα, ANOVA

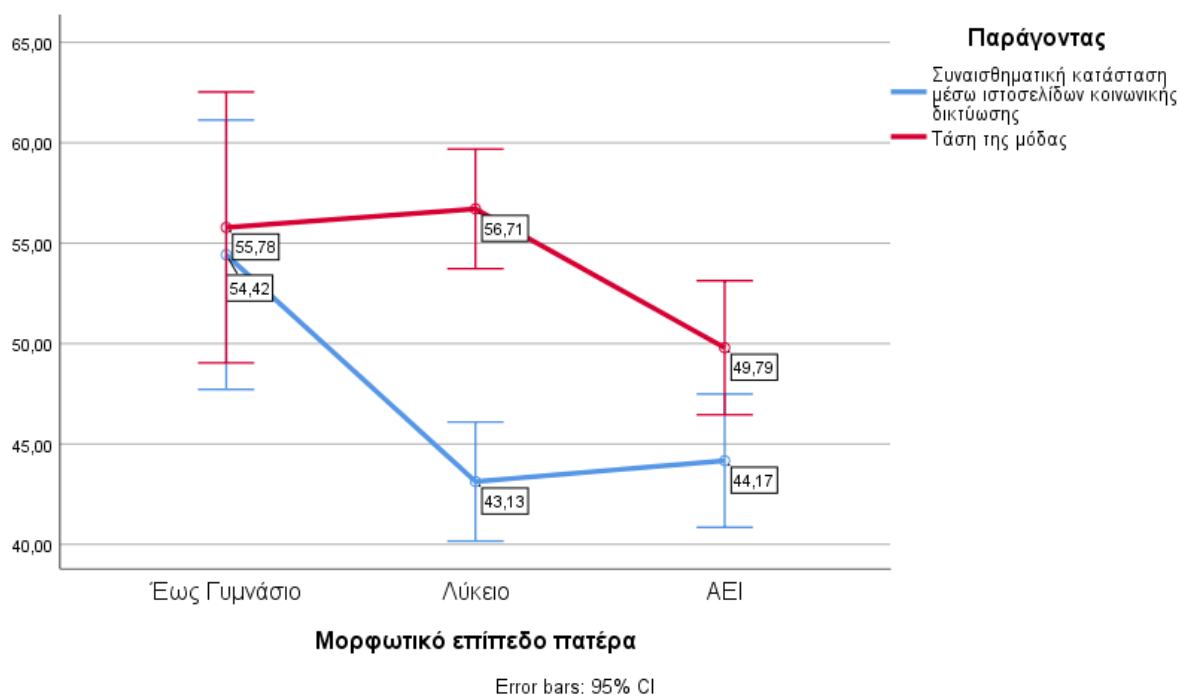
Παράγοντας	Μορφωτικό επίπεδο πατέρα	N	M.O.	F(2,497)	p-value
Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	Έως Γυμνάσιο	49	52,55	0,385	0,681
	Λύκειο	251	53,88		
	ΑΕΙ	200	55,42		
Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης	Έως Γυμνάσιο	49	54,42	4,648	0,01
	Λύκειο	251	43,13		
	ΑΕΙ	200	44,17		
Συναισθηματική κατάσταση από την διαζώσης επικοινωνία	Έως Γυμνάσιο	49	63,44	1,706	0,183
	Λύκειο	251	68,19		
	ΑΕΙ	200	70,13		
Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας	Έως Γυμνάσιο	49	45,10	2,627	0,073
	Λύκειο	251	39,32		
	ΑΕΙ	200	37,05		
Ψυχολογική ανάταση λόγω likes	Έως Γυμνάσιο	49	56,63	2,008	0,135
	Λύκειο	251	51,06		
	ΑΕΙ	200	49,00		
Τάση της μόδας	Έως Γυμνάσιο	49	55,78	4,784	0,009
	Λύκειο	251	56,71		
	ΑΕΙ	200	49,79		

Από τους Πίνακες 40-41 (Γράφημα 41) προκύπτει πως:

- Για τον παράγοντα «Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης» ο μέσος όρος των παιδιών που ο πατέρας τους είναι μορφωτικού επιπέδου έως αυτό του Γυμνασίου (M.O.=54,42) είναι στατιστικά μεγαλύτερος ($p=0,01$) από τον αντίστοιχο των παιδιών που ο πατέρας τους είναι απόφοιτος ΑΕΙ (M.O.=44,17) ($p=0,025$) και Λυκείου (M.O.=43,13) ($p=0,009$).
- Για τον παράγοντα «Τάση της μόδας» ο μέσος όρος των παιδιών που ο πατέρας τους είναι απόφοιτος ΑΕΙ (M.O.=49,79) είναι στατιστικά μικρότερος από τον αντίστοιχο των παιδιών που ο πατέρας τους είναι απόφοιτος Λυκείου (M.O.=56,71) ($p=0,003$).

Πίνακας 41. Παράγοντες * Μορφωτικό επίπεδο πατέρα, Post hoc Games Howell

Παράγοντας	Μορφωτικό επίπεδο (I)	Μορφωτικό επίπεδο (J)	M (I-J)	p-value
Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης	Έως Γυμνάσιο	Λύκειο	11,29428*	0,009
		ΑΕΙ	10,25510*	0,025
	Λύκειο	Έως Γυμνάσιο	-11,29428*	0,009
		ΑΕΙ	-1,03918	0,892
	ΑΕΙ	Έως Γυμνάσιο	10,25510*	0,025
		Λύκειο	1,03918	0,892
Τάση της μόδας	Έως Γυμνάσιο	Λύκειο	-0,92419	0,806
		ΑΕΙ	5,99065	0,118
	Λύκειο	Έως Γυμνάσιο	0,92419	0,806
		ΑΕΙ	6,91484*	0,003
	ΑΕΙ	Έως Γυμνάσιο	-5,99065	0,118
		Λύκειο	-6,91484*	0,003



Γράφημα 41. Error bars Παράγοντες * Μορφωτικό επίπεδο πατέρα

v. Σε ποια περιοχή μένεις;

Στον Πίνακα 42 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα των ελέγχων ANOVA των παραγόντων της έρευνας ως προς την περιοχή που μένουν οι ερωτηθέντες όπου δεν εντοπίστηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές μέσω των όρων ($p \geq 0,416$).

Πίνακας 42. Παράγοντες * Σε ποια περιοχή μένεις;, ANOVA

Παράγοντας	Περιοχή	N	M.O.	F(2,497)	p-value
Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	Σε χωριό	95	51,58	0,878	0,416
	Σε μικρή πόλη	129	54,33		
	Σε πρωτεύουσα νομού	276	55,34		
Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης	Σε χωριό	95	44,12	0,141	0,868
	Σε μικρή πόλη	129	45,61		
	Σε πρωτεύουσα νομού	276	44,38		
Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία	Σε χωριό	95	70,35	0,537	0,585
	Σε μικρή πόλη	129	67,12		
	Σε πρωτεύουσα νομού	276	68,51		
Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας	Σε χωριό	95	40,05	0,181	0,835
	Σε μικρή πόλη	129	39,22		
	Σε πρωτεύουσα νομού	276	38,50		
Ψυχολογική ανάταση λόγω likes	Σε χωριό	95	47,54	1,058	0,348
	Σε μικρή πόλη	129	51,68		
	Σε πρωτεύουσα νομού	276	51,48		
Τάση της μόδας	Σε χωριό	95	53,33	0,04	0,96
	Σε μικρή πόλη	129	54,26		
	Σε πρωτεύουσα νομού	276	53,83		

vi. Σε ποιο ή σε ποια μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχεις λογαριασμό;

Στον Πίνακα 43 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα των συσχετίσεων Spearman μεταξύ των παραγόντων και των κοινωνικών δικτύων που έχει λογαριασμό ο μαθητής.

- Από τα αποτελέσματα προκύπτει ότι το Facebook συσχετίζεται θετικά με τον παράγοντα «Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης» ($\rho=0,109$, $p=0,015$)
- Το Instagram, συσχετίζεται αρνητικά με τον παράγοντα: «Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης» ($\rho=-0,089$, $p=0,047$)
- Το Tik Tok συσχετίζεται θετικά με τον παράγοντα: «Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης» ($\rho=0,097$, $p=0,030$)
- Το Snapchat, συσχετίζεται αρνητικά με τον παράγοντα «Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης » ($\rho=-0,100$, $p=0,025$) και θετικά με τους παράγοντες: «Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας» ($\rho=0,356$, $p<,001$), «Ψυχολογική ανάταση λόγω likes» ($\rho=0,105$, $p=0,019$) και «Τάση της μόδας» ($\rho=0,254$, $p<,0001$)
- Το Twitter, συσχετίζεται θετικά με τους παράγοντες «Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης» ($\rho=0,118$, $p=0,009$) και αρνητικά με τους παράγοντες: «Ψυχολογική ανάταση λόγω likes» ($\rho=-0,100$, $p=0,025$) και «Τάση της μόδας» ($\rho=-0,158$, $p<,0001$)
- Το Reddit ή Discord συσχετίζεται αρνητικά με τους παράγοντες: «Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης» ($\rho=-0,162$, $p<,0001$) και «Τάση της μόδας» ($\rho=-0,103$, $p=0,021$) και θετικά με τον παράγοντα «Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία» ($\rho=0,136$, $p=0,002$).

Πίνακας 43. Παράγοντες * Σε ποιο ή σε ποια μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχεις λογαριασμό;, συσχετίσεις Spearman

Παράγοντας	Facebook	Instagram	Tik Tok	Snapchat	Twitter	Viber/ What's up	Reddit/ Discord
1.Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	$\rho=,109^*$, $p=0,015$	$\rho=,015$, $p=0,735$	$\rho=,097^*$, $p=0,030$	$\rho=-,100^*$, $p=0,025$	$\rho=,118^{**}$, $p=0,009$	$\rho=-,021$, $p=0,647$	$\rho=,081$, $p=0,071$
2.Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης	$\rho=-,004$, $p=0,927$	$\rho=-,089^*$, $p=0,047$	$\rho=,014$, $p=0,750$	$\rho=-,023$, $p=0,613$	$\rho=-,055$, $p=0,218$	$\rho=-,068$, $p=0,130$	$\rho=-,162^{**}$, $p<,0001$
3.Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία	$\rho=-,013$, $p=0,769$	$\rho=,071$, $p=0,110$	$\rho=-,081$, $p=0,069$	$\rho=,020$, $p=0,655$	$\rho=,078$, $p=0,080$	$\rho=,038$, $p=0,401$	$\rho=,136^{**}$, $p=0,002$
4.Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας	$\rho=,037$, $p=0,414$	$\rho=-,028$, $p=0,526$	$\rho=-,025$, $p=0,581$	$\rho=,356^{**}$, $p<,0001$	$\rho=-,085$, $p=0,058$	$\rho=-,023$, $p=0,610$	$\rho=-,048$, $p=0,286$
5.Ψυχολογική ανάταση λόγω likes	$\rho=,061$, $p=0,176$	$\rho=,046$, $p=0,309$	$\rho=,029$, $p=0,515$	$\rho=,105^*$, $p=0,019$	$\rho=-,100^*$, $p=0,025$	$\rho=-,060$, $p=0,182$	$\rho=-,005$, $p=0,914$

6.Τάση της μόδας	rho=,007, p=0,116	rho=-,005, p=0,915	rho=,056, p=0,209	rho=,254**, p<0,001	rho=-,158**, p<0,001	rho=-,024, p=0,599	rho=-,103*, p=0,021
------------------	----------------------	-----------------------	----------------------	------------------------	-------------------------	-----------------------	------------------------

*p<0,05, **p<0,01

vii. Ποιο είδος επικοινωνίας προτιμάς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

Στον Πίνακα 44 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα των συσχετίσεων Spearman μεταξύ των παραγόντων και του είδους επικοινωνίας που προτιμά ο μαθητής.

- Από τα αποτελέσματα προκύπτει ότι η χρήση τηλεφώνου μέσω των social media συσχετίζεται αρνητικά με τους παράγοντες: «Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης» (rho=-0,122, p=0,007) και «Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία» (rho=-0,172, p<0,001) και θετικά με τους παράγοντες: «Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης» (rho=0,129, p=0,004), «Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας» (rho=0,280, p<0,001), «Ψυχολογική ανάταση λόγω likes» (rho=0,149, p=0,001) και «Τάση της μόδας» (rho=0,117, p=0,009)
- Η ομιλία στο chat, συσχετίζεται θετικά με τον παράγοντα «Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης» (rho=0,110, p=0,013) και αρνητικά με τον παράγοντα «Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία» (rho=-0,103, p=0,021)
- Η χρήση βιντεοκλήσεων συσχετίζεται θετικά με τους παράγοντες «Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας» (rho=0,329, p<0,001), «Ψυχολογική ανάταση λόγω likes» (rho=0,092, p=0,041) και «Τάση της μόδας» (rho=0,245, p<0,001).

Πίνακας 44. Παράγοντες * Ποιο είδος επικοινωνίας προτιμάς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;, συσχετίσεις Spearman

Παράγοντας	Προτιμώ να παίρνω τηλέφωνο μέσω των social media	Προτιμώ να μιλάω στο chat	Προτιμώ τις βιντεοκλήσεις
1.Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	rho=-,122**, p=0,007	rho=,074, p=0,097	rho=-,084, p=0,061
2.Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης	rho=,129**, p=0,004	rho=,110*, p=0,013	rho=,081, p=0,069
3.Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία	rho=-,165**, p<0,001	rho=-,103*, p=0,021	rho=-,065, p=0,144
4.Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας	rho=,280**, p<0,001	rho=-,077, p=0,087	rho=,329**, p<0,001
5.Ψυχολογική ανάταση λόγω likes	rho=,149**, p=0,001	rho=,007, p=0,870	rho=,92*, p=0,041
6.Τάση της μόδας	rho=,117*, p=0,009	rho=,007, p=0,874	rho=,245**, p<0,001

*p<0,05, **p<0,01

viii. Πόσο συχνά μπαίνεις στο "προφίλ" των φίλων σου για να μάθεις τα νέα τους και να δεις τις αναρτήσεις τους;

Στον Πίνακα 45 παρουσιάζονται οι συσχετίσεις Spearman των παραγόντων με την διερεύνηση προφίλ φίλων όπου εντοπίστηκε στατιστικά σημαντική θετική συσχέτιση με τους παράγοντες «Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης» ($\rho=,416$, $p<0,001$), «Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία» ($\rho=-,433$, $p<0,001$), «Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας» ($\rho=,560$, $p<0,001$), «Ψυχολογική ανάταση λόγω likes» ($\rho=,200$, $p<0,001$) και «Τάση της μόδας» ($\rho=,402$, $p<0,001$).

Πίνακας 45. Παράγοντες * Διερεύνηση προφίλ φίλων, συσχετίσεις Spearman

Παράγοντας	Διερεύνηση προφίλ φίλων
1.Αλληλεπίδραση με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	$\rho=0,018$, $p=0,695$
2.Συναισθηματική κατάσταση μέσω ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης	$\rho=,416^{**}$, $p<0,001$
3.Συναισθηματική κατάσταση από την δια ζώσης επικοινωνία	$\rho=-,433^{**}$, $p<0,001$
4.Παραποίηση πραγματικής ταυτότητας	$\rho=,560^{**}$, $p<0,001$
5.Ψυχολογική ανάταση λόγω likes	$\rho=,200^{**}$, $p<0,001$
6.Τάση της μόδας	$\rho=,402^{**}$, $p<0,001$

* $p<0,05$, ** $p<0,01$

3.6. Ανάλυση ερωτήσεων ανοικτού τύπου

Στο ερωτηματολόγιο που δόθηκε σε εφήβους ηλικίας 15 έως 18 ετών συμπεριλαμβάνονταν δύο ερωτήσεις ανοικτού τύπου, στις οποίες ζητήθηκε από τα παιδιά να περιγράψουν πολύ συνοπτικά τη σχέση που έχουν αναπτύξει με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αλλά και πώς φαντάζονται τη ζωή τους χωρίς αυτά. Στις απαντήσεις τους ακολουθήθηκε μία «bottom-up» διαδικασία (Babbie, 2018; Glasser & Strauss, 1967; Mason, 2011: 258; Τσιώλης, 2014), η οποία ξεκινά από τις αναφορές των απαντήσεων που δεχθήκαμε και από «κάτω προς τα επάνω», με επαγωγικό μοντέλο δομήθηκαν οι κεντρικές κατηγορίες, γύρω από τις οποίες περιστρέφονται οι απαντήσεις των συμμετεχόντων στην έρευνα. Όσον αφορά στην ερώτηση που αφορά στη σχέση που έχουν οι έφηβοι με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, η πλειοψηφία αποτιμά θετικά τη σχέση αυτή ($N=260$), ενώ σε αρκετές περιπτώσεις αναφέρθηκε πως τα μέσα αποτελούν μέρος της καθημερινότητάς τους ($N=88$). Τονίζεται επίσης,

για ακόμα μία φορά η εργαλειοποίησή τους, καθώς τα παιδιά αναφέρουν πως τα χρησιμοποιούν κυρίως για την επικοινωνία (N=73) και την ενημέρωσή τους (N=68), ενώ συχνά συναντάμε και αναφορές που σχετίζονται με την ψυχαγωγία και τη διασκέδαση στα ηλεκτρονικά μέσα. Οι έφηβοι φαίνεται πως αντιλαμβάνονται πως δαπανούν αρκετό χρόνο καθημερινά στη χρήση πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης (N=37), ενώ αρκετές αναφορές γίνονται και σε ζητήματα εθισμού και εξάρτησης από το Διαδίκτυο (N=44). Οι αναφορές που παρουσιάζουν εξαιρετικό ενδιαφέρον είναι κάποιων κοριτσιών, τα οποία κάνουν λόγο για επίδραση των κοινωνικών δικτύων στην ψυχική τους υγεία, εξαιτίας των προτύπων που προβάλλονται διαρκώς και τους προκαλούν συναισθήματα άγχους και πίεσης για την εικόνα τους, όπως επίσης, τους δημιουργούν το αίσθημα της ανασφάλειας μειώνοντας με αυτόν τον τρόπο την αυτοπεποίθησή τους (N=16). Κανένα αγόρι δεν έκανε αναφορά σε θέματα ψυχικής υγείας που σχετίζονται με την εικόνα και τα προβαλλόμενα πρότυπα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Σε συνδυασμό με τις αναφορές των μαθητριών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης, υπάρχει ταύτιση απόψεων των έφηβων κοριτσιών, τόσο στο περιορισμένο δείγμα της μελέτης περίπτωσης, όσο και στο επαυξημένο δείγμα των 500 εφήβων, ότι τα κορίτσια που βρίσκονται στις ευαίσθητες ηλικίες της εφηβείας είναι πιο ευάλωτα ψυχικά στις εικόνες που προβάλλουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και φαίνεται πως επηρεάζονται αρκετά από αυτές.

Όσον αφορά στη δεύτερη ερώτηση ανοικτού τύπου, σχετικά με το πώς φαντάζονται οι έφηβοι τη ζωή τους χωρίς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα παιδιά έδωσαν πολυποίκιλες απαντήσεις με δημοφιλέστερες αναφορές «δύσκολη» (N=76), «καλύτερη» (N=67), «περίεργη» (N=27), «ίδια» (N=38), «βαρετή» (N=58), «ποιοτική/ποιοτικότερη» (N=21), «διαφορετική» (N=69), «αληθινή/ αυθεντική» (N=26), ενώ αρκετά παιδιά δήλωσαν, δεν μπορούν να φανταστούν τη ζωή τους χωρίς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (N=49), γιατί αυτή είναι η μόνη πραγματικότητα που γνώρισαν ή δεν ξέρουν, πώς θα μπορούσε να είναι η καθημερινή τους ζωή, αν απουσίαζε αυτό το σημαντικό εργαλείο. Οι συμμετέχοντες στην έρευνα αναφέρουν πως σίγουρα θα αντιμετώπιζαν σοβαρές δυσκολίες σε θέματα επικοινωνίας και ενημέρωσης (N=121), ωστόσο όμως, αναγνωρίζουν πως θα είχαν περισσότερο ελεύθερο χρόνο (N=30) για τον εαυτό τους, την οικογένειά τους και τους φίλους τους. Σε αυτή την ερώτηση αρκετά κορίτσια ανέφεραν, πως θα είχαν λιγότερες

ανασφάλειες και περισσότερη αυτοπεποίθηση, καθώς δε θα υπήρχε αυτός ο βομβαρδισμός με εικόνες από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που τους προσδίδουν άγχος και πίεση, συνεπώς κατανοούμε, στο κομμάτι της ψυχικής υγείας των κοριτσιών τα social media διαδραματίζουν καταλυτικό ρόλο. Επιπλέον, οι έφηβοι αρκετά συχνά μας απάντησαν, πως ακόμα κι αν στην αρχή δυσκολεύονταν να προσαρμοστούν σε μία νέα ζωή χωρίς μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ωστόσο θα το συνήθιζαν και θεωρούν, πως είναι αρκετά πιθανό η ζωή τους να ήταν καλύτερη χωρίς αυτά. Αυτό που παρουσιάζει εξαιρετικό ενδιαφέρον στις απαντήσεις αυτής της ερώτησης, είναι το γεγονός πως αρκετά παιδιά φαντάζονται τη ζωή τους πιο αληθινή, αυθεντική και ποιοτική. Όπως διαπιστώσαμε και στη μελέτη περίπτωσης οι συμμετέχοντες έφηβοι, αλλά και οι έφηβοι που έλαβαν μέρος στην ποσοτική έρευνα έχουν την ικανότητα να διακρίνουν τον πραγματικό κόσμο, από τον επίπλαστο που παρουσιάζεται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αυτό είναι ένα πολύ σημαντικό εύρημα, κυρίως διότι επικρατεί η τάση εσφαλμένα να πιστεύεται, πως τα παιδιά αυτών των συγκεκριμένων ηλικιών, έχουν αδυναμία αντίληψης του τί είναι πραγματικό και τί εικονικό, όμως οι απαντήσεις τους μας οδηγούν στο συμπέρασμα, πως οι έφηβοι από 15 έως 18 ετών αντιλαμβάνονται τον κόσμο στον οποίο διαβιούν, αλλά και τον εικονικό παγκοσμιοποιημένο κόσμο στον οποίο μετέχουν.

Συμπερασματικά, μπορούμε να πούμε, πως αν και με επιφύλαξη συμπεριλήφθηκαν ερωτήσεις ανοιχτού τύπου στο ερωτηματολόγιο, εν τούτοις τα παραγόμενα ερευνητικά ευρήματα παρουσιάζουν εξαιρετικό ενδιαφέρον και φωτίζουν πλευρές του υπό διερεύνηση ερευνητικού μας προβλήματος, που εάν απουσίαζαν, σαφώς η έρευνά μας θα είχε φτωχότερα αποτελέσματα και ημίμετρα συμπεράσματα.

3.7. Συμπεράσματα

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν μέσα από τις στάσεις και τις απόψεις των εφήβων να γνωρίσουμε και να ερμηνεύσουμε τα βαθύτερα κίνητρά τους από τη χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης, να μάθουμε τους τρόπους με τους οποίους επιλέγουν να επικοινωνήσουν μεταξύ τους, να διερευνήσουμε το πώς οι ίδιοι αντιλαμβάνονται τους τρόπους με τους οποίους διαμορφώνει τις μεταξύ τους σχέσεις η δράση που αναπτύσσουν στα social media, καθώς επίσης και να

αναζητήσουμε και το αποτύπωμα αυτής τους της συμπεριφοράς στη γενικότερη εικόνα της σημερινής κοινωνίας υπό το πρίσμα των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών που φέρει η εφηβική ηλικία και προς αυτήν την κατεύθυνση μας οδήγησε η στατιστική ανάλυση με SPSS. Συγκεκριμένα, στην έρευνα συμμετείχαν 500 έφηβοι, σχεδόν ισόποσα κατανεμημένοι ως προς το φύλο, ηλικίας 15-18 ετών, κάτοικοι κυρίως αστικών περιοχών και λιγότερο ημιαστικών και αγροτικών. Σχεδόν όλοι οι γονείς είναι απόφοιτοι Λυκείου ή ΑΕΙ, που μαρτυρά επίσης και το υψηλό εκπαιδευτικό τους επίπεδο.

Αρχικά μελετήθηκε πώς επιτελείται η λειτουργία της επικοινωνίας μεταξύ των εφήβων ηλικίας 15-18 ετών στη σύγχρονη εποχή. Σύμφωνα με τη στατιστική ανάλυση, προέκυψε, πως σαφώς όλοι οι έφηβοι διαθέτουν λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης (άλλωστε ήταν κριτήριο για τη συμμετοχή τους στην εν λόγω έρευνα) με τα συνηθέστερα να είναι το Instagram ή το Tik Tok και ο συνηθέστερος τρόπος επικοινωνίας το chat. Ακόμη, δήλωσαν ότι σε μέτριο βαθμό διερευνούν τα προφίλ των φίλων τους για να ενημερωθούν για νέα τους. Επιπλέον, ανέφεραν ότι προτιμούν να μαθαίνουν την επικαιρότητα από το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και όχι από τα παραδοσιακά μέσα, όπως είναι η τηλεόραση, το ραδιόφωνο, οι εφημερίδες, αλλά και τα περιοδικά. Παρόλα αυτά σε μέτριο βαθμό θεωρούν τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης ως αξιόπιστα και έγκυρα μέσα ενημέρωσης. Οι διαδικτυακοί φίλοι των εφήβων προέρχονται κατά κύριο λόγο από το σχολείο. Ωστόσο, οι φιλίες που δημιουργούνται στο διαδίκτυο δεν ταυτίζονται απαραίτητα με τις φιλίες στην πραγματική ζωή. Επιπλέον σχετικά με τις διαδικτυακές φιλίες, οι συμμετέχοντες φαίνεται, πως αποφεύγουν να στέλνουν αιτήματα φιλίας σε αγνώστους, αν και επηρεάζονται από τη φωτογραφία "προφίλ", όταν θα στείλουν ή όταν αποδεχτούν ένα αίτημα φιλίας από άγνωστο, όπως ακριβώς διαπιστώσαμε και στη θεματική ανάλυση περιεχομένου της μελέτης περίπτωσης του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης.

Οι έφηβοι ανέφεραν ότι σε μέτριο βαθμό βοηθάνε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην προσέγγιση πιθανών συντρόφων. Συνήθως δεν προτιμούν να συζητούν σοβαρά προβλήματα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αντιθέτως, όταν προκύπτει κάποιο πρόβλημα προτιμούν να το συζητούν από κοντά και γενικότερα εκφράζουν πιο εύκολα τα συναισθήματα τους στη διά ζώσης επικοινωνία όπου

νιώθουν και νιώθουν μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση. Στην πρώτη αυτή ενότητα, παρατηρούμε τον εξαιρετικό βαθμό ταύτισης των λεγομένων των μαθητών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης με ένα πολύ μεγαλύτερο δείγμα της τάξης των 500 εφήβων.

Όσον αφορά στους τομείς της κοινωνικής ζωής των εφήβων που φαίνεται να επηρεάζουν οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, σχεδόν όλοι οι γονείς διαθέτουν λογαριασμό στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και στις περισσότερες περιπτώσεις είναι διαδικτυακοί φίλοι με τα παιδιά τους, χωρίς να επικρίνουν τις αναρτήσεις τους. Η μειοψηφία των εφήβων που δεν έχουν τους γονείς τους, στους διαδικτυακούς τους φίλους, δήλωσε ως κυριότερους λόγους την διασφάλιση της ιδιωτικότητας και την αποφυγή του αισθήματος ελέγχου από το οικογενειακό τους περιβάλλον. Οι έφηβοι ανέφεραν ότι έχουν δημιουργήσει ομαδικές συνομιλίες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για εκπαιδευτικούς σκοπούς στις οποίες συμμετέχουν αρκετές φορές και οι καθηγητές τους. Όσον αφορά στη συναισθηματική τους ζωή, οι έφηβοι σε ορισμένες μόνο περιπτώσεις έχουν έρθει σε ρήξη εξαιτίας των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, χωρίς ωστόσο να φτάσουν σε σημείο να επηρεαστεί η συναισθηματική τους σχέση και να επέλθει ρήξη σε αυτή. Στο σημείο αυτό και πάλι επαληθεύονται τα ερευνητικά δεδομένα της μελέτης περίπτωσης.

Σχετικά με τους παράγοντες που διαμορφώνουν τη διαδικτυακή ταυτότητα των εφήβων, η παραποίηση της εικόνας δεν παρατηρήθηκε ιδιαίτερα, ενώ οι συμμετέχοντες συνήθως δεν παραποιούν εσκεμμένα στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης προσωπικά τους στοιχεία, την εικόνα τους, όπως επίσης και την ηλικία τους. Επιπλέον, πριν αναρτήσει κάποιος διαδικτυακός τους φίλος οτιδήποτε τους αφορά, θέλουν πρώτα να το εγκρίνουν. Σε άλλα ευρήματα, οι έφηβοι, βιώνουν ψυχολογική ανάταση, αν κάποια ανάρτησή τους έχει πολλά "likes", γεγονός που μαρτυρά πως επηρεάζονται από τα σχόλια και τις αντιδράσεις των Άλλων, ωστόσο εάν δεν έχει μία ανάρτησή τους την ανταπόκριση που επιθυμούν δεν σπεύδουν να την κατεβάσουν, ενώ παρατηρούμε πως τα παιδιά αν και σε κάποιο βαθμό όντως επηρεάζονται από τους Άλλους και πάλι διατηρούν την προσωπική τους κρίση και τη δική τους αντίληψη σχετικά με το περιεχόμενο που αναρτούν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Όσον αφορά στις επιρροές που δέχονται οι έφηβοι από τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, το Διαδίκτυο είναι η κύρια πηγή ενημέρωσης των εφήβων για την μόδα και τα νέα προϊόντα τεχνολογίας τα οποία επιθυμούν να αγοράζουν,

ακολουθώντας τις τάσεις της μόδας και τις τεχνολογικές εξελίξεις. Οι έφηβοι επιλέγουν για τις αγορές και τα φυσικά καταστήματα, αλλά και τα ηλεκτρονικά.

Τέλος, μελετήθηκε αν έχουν οι έφηβοι επαρκή ενημέρωση σχετικά με τους κινδύνους που ελλοχεύουν κατά τη χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης. Οι έφηβοι ανέφεραν ότι έχουν ενημερωθεί για την ασφαλή πλοήγηση στο Διαδίκτυο από τους γονείς τους και λιγότερο από το σχολείο. Επίσης, δήλωσαν ότι αν έπεφταν θύμα κάποιας κακοποιητικής συμπεριφοράς στα social media θα προχωρούσαν σε καταγγελία σε κάποιον επίσημο φορέα, όπως είναι η Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος. Ωστόσο, η συντριπτική πλειοψηφία δεν έχει αντιμετωπίσει κάποια τέτοια συμπεριφορά, όπως επίσης η πλειοψηφία αρνείται ότι έχουν υπάρξει θύτες αναπτύσσοντας κακοποιητικές συμπεριφορές στο Διαδίκτυο, ακόμα κι αν κάτι τέτοιο συνέβη ακούσια. Οι φίλοι και οι γονείς, φαίνεται ότι είναι οι κατηγορίες ατόμων που θα προτιμούσαν οι συμμετέχοντες να συζητήσουν προβληματικές καταστάσεις που συνάντησαν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, με τους φίλους βέβαια να βρίσκονται στην πρώτη θέση της προτίμησης των εφήβων, όπως μας έδειξε και η θεματική ανάλυση των ημιδομημένων συνεντεύξεων των μαθητών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης.

Η ανάλυση των αλληλοεπιδράσεων των παραγόντων ανέδειξε ένα δίπολο σχέσεων. Συγκεκριμένα, έφηβοι που βιώνουν συναισθηματική βελτίωση από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αναμένεται να αλληλεπιδρούν περισσότερο με αγνώστους και να βιώνουν ψυχολογική ανάταση λόγω likes. Αντίθετα, έφηβοι που βιώνουν συναισθηματική βελτίωση από τη διαζώσης επικοινωνία, αναμένεται να παραποιούν λιγότερο την ταυτότητα τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, να αισθάνονται λιγότερο ψυχολογική ανάταση λόγω likes και να ακολουθούν λιγότερο τις τάσεις της μόδας και τις εξελίξεις στα προϊόντα τεχνολογίας. Σημαντικό εύρημα είναι πως, η ακολούθηση των τάσεων της μόδας συνδέθηκε με παραποίηση της εικόνας, αλλά και την ψυχολογική ανάταση λόγω likes.

Η διερεύνηση της επίδρασης του δημογραφικού προφίλ ανέδειξε σημαντικές διαφορές ως προς το φύλο. Συγκεκριμένα τα αγόρια, αλληλοεπιδρούν περισσότερο με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ωστόσο βιώνουν μεγαλύτερη συναισθηματική βελτίωση από τη διαζώσης επικοινωνία. Αντίθετα, τα κορίτσια βιώνουν μεγαλύτερη συναισθηματική βελτίωση μέσω των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης, αισθάνονται μεγαλύτερη ψυχολογική ανάταση λόγω likes, παραποιούν

περισσότερο την πραγματική τους ταυτότητα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ακολουθούν σε μεγαλύτερο βαθμό την τάση της μόδας. Σημαντικές διαφορές εντοπίστηκαν και ως προς την ηλικία. Οι έφηβοι μεγαλύτερης ηλικίας 17-18 τολμούν περισσότερο να αλληλοεπιδρούν με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, σε σχέση με τους εφήβους των 15-16 ετών, ενώ οι νεότεροι βιώνουν μεγαλύτερη ψυχολογική ανάταση λόγω likes. Επιπλέον, και το μορφωτικό επίπεδο των γονέων επηρέασε τις παραμέτρους. Το υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο της μητέρας συνδέθηκε με μεγαλύτερη ακολουθία των τάσεων της μόδας από το παιδί. Αντίθετα, το υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο του πατέρα συνδέθηκε με μικρότερη ακολουθία των τάσεων της μόδας από το παιδί και με μικρότερη συναισθηματική βελτίωση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Το είδος χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ανέδειξε ενδιαφέροντα αποτελέσματα. Έφηβοι που αλληλοεπιδρούν περισσότερο με αγνώστους τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιούν περισσότερο το Facebook, το Tik Tok και το Twitter. Όσοι χρησιμοποιούν περισσότερο το Snapchat, παραποιούν περισσότερο την πραγματική τους ταυτότητα, ακολουθούν περισσότερο την τάση της μόδας και βιώνουν μεγαλύτερη ψυχολογική ανάταση λόγω likes. Οι έφηβοι που βιώνουν συναισθηματική βελτίωση από την δια ζώσης επικοινωνία προτιμούν να χρησιμοποιούν το Reddit/Discord. Επίσης, συμμετέχοντες που παραποιούν περισσότερο την ταυτότητα τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ακολουθούν την τάση της μόδας και βιώνουν ψυχολογική ανάταση λόγω likes προτιμούν να παίρνουν τηλέφωνο μέσω των social media ή να κάνουν βιντεοκλήσεις, ενώ έφηβοι που βιώνουν συναισθηματική βελτίωση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επικοινωνούν περισσότερο με chat ή μέσω τηλεφώνου. Τέλος, οι έφηβοι που βιώνουν συναισθηματική βελτίωση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ψυχολογική ανάταση λόγω likes, που παραποιούν περισσότερο την ταυτότητα τους στα μέσα και ακολουθούν περισσότερο την τάση της μόδας, φαίνεται πως διερευνούν περισσότερο τα προφίλ των φίλων τους για να συλλέξουν πληροφορίες.

Συμπερασματικά, μπορούμε να πούμε πως η στατιστική ανάλυση της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε σε εφήβους ηλικίας 15 έως 18 ετών, αλλά και η επαγωγική ανάλυση περιεχομένου που ακολουθήθηκε για τη ανάλυση των ανοικτών ερωτήσεων του ερωτηματολογίου, έφεραν στο φως πολύ σημαντικά

ερευνητικά δεδομένα, ενώ υπάρχει σχεδόν πλήρης ταύτιση με τα αποτελέσματα της θεματικής ανάλυσης περιεχομένου που πραγματοποιήθηκε για τη μελέτη περίπτωσης των μαθητών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης. Τόσο η περιγραφική στατιστική, όσο και η επαγωγική με την ανάδειξη των παραγόντων και τη μεταξύ τους συσχέτιση, αλλά και την επίδραση του δημογραφικού προφίλ, προχώρησαν σε ακόμα μεγαλύτερο βάθος το ερευνητικό μας πρόβλημα και μας οδήγησε σε ακόμα πιο λεπτομερή και ενδελεχή εξέταση του ρόλου της ηλεκτρονικά μεσοποιημένης επικοινωνίας στην εφηβική ηλικία και συγκεκριμένα, της επίδραση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στους εφήβους ηλικίας 15 έως 18 ετών.

ΜΕΡΟΣ Γ΄

ΣΥΖΗΤΗΣΗ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

Οι νέες τεχνολογίες διαθέτουν αναμφισβήτητα μία σαρωτική δυναμική, η οποία υπεισέρχεται σε κάθε έκφανση της καθημερινότητας των πολιτών του σύγχρονου παγκοσμιοποιημένου περιβάλλοντος. Οι συνεχώς μεταβαλλόμενες συνθήκες εξαιτίας της διαρκούς εξέλιξης των τεχνολογικών επιτευγμάτων, δημιουργούν συνεχώς νέα δεδομένα, τα οποία οι άνθρωποι καλούνται να υιοθετούν, ώστε να είναι σε θέση να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις που επιβάλλουν οι νέοι ρυθμοί της ζωής. Μετέχουμε σε ένα νέο Παράδειγμα, σε έναν νέο κόσμο, πολύ διαφορετικό από αυτόν που έζησαν οι προηγούμενες γενιές. Οι ανθρώπινες σχέσεις έχουν επαναπροσδιοριστεί. Ο χώρος και ο χρόνος έχουν επίσης επαναπροσδιοριστεί και πλέον η διάδραση είναι δομικό στοιχείο αυτής της νέας τάξης πραγμάτων, στην οποία έχουμε περιέλθει, ενώ η κοινή λογική υπαγορεύει πως η επέλαση του Διαδικτύου, ασκεί σε κάποιο βαθμό επιρροή στον πολίτη, ο οποίος τώρα αποκτά την νέα ταυτότητα του χρήστη.

Η επισκόπηση της βιβλιογραφίας και η μελέτη των υπαρχουσών ερευνών κατέδειξε, πως το Διαδίκτυο είναι μία πλατφόρμα φτιαγμένη για όλους. Δεν υφίσταται αυστηρό κριτήριο ηλικίας για τους χρήστες - παρά μόνο σε εξαιρετικές περιπτώσεις - δεν υφίσταται μορφωτικό επίπεδο, δεν υφίστανται περιορισμοί. Μοναδική προϋπόθεση είναι η ύπαρξη κατάλληλου τεχνολογικού εξοπλισμού και μία ευρυζωνική σύνδεση στο Διαδίκτυο που προσφέρει μόνιμη σύνδεση, αλλά και ασύλληπτες ταχύτητες, που επιτρέπουν τη γρήγορη και ελεύθερη πρόσβαση σε μία υπερ-δεξαμενή πληροφοριών και περιεχομένου, ενώ οι χρήστες δημιουργούν το δικό τους προσωποποιημένο περιεχόμενο καθημερινά, αξιοποιώντας στο έπακρο κάθε δυνατότητα του παγκόσμιου ιστού μέσα από τις πολυάριθμες επιλογές που διατίθενται σε ένα ιδιαίτερα ευέλικτο και ελκυστικό μέσο, το οποίο οι ίδιοι διαμορφώνουν και εξελίσσουν. Το Διαδίκτυο μαγνητίζει τους χρήστες, σχεδόν τους σαγηνεύει με την ευκολία στη χρήση του, τις απίστευτες ταχύτητες στο διαμοιρασμό της πληροφορίας, την ελεύθερη πρόσβαση στην πανανθρώπινη γνώση. Η οικονομία, η εργασία, η διοίκηση, η γραφειοκρατία, η εκπαίδευση, το εμπόριο, πυλώνες του

παγκόσμιου γίνεσθαι έχουν μετασηματιστεί κι έχουν προσαρμοστεί στην νέα πραγματικότητα που έχει ορίσει η τεχνολογία. Ας ανασύρουμε για λίγο από τη μνήμη μας το όχι και τόσο μακρινό 1999 και τον τρόπο που είχε σκορπίσει στους κόλπους των τραπεζών και των παγκόσμιων κέντρων εμπορίου το γεγονός ότι η ημερομηνία 01-01-2000 θα δημιουργούσε σύγχυση στους servers με μεγάλη πιθανότητα ενός εκτεταμένου black out. Φυσικά δε συνέβη τίποτα από όλα αυτά τα σενάρια που κυκλοφορούσαν, όμως ο πανικός που είχε δημιουργηθεί εξαιτίας της πιθανότητας ήταν τεράστιος και μας κάνει να αντιλαμβανόμαστε το μέγεθος της αναγκαιότητας ύπαρξης ενός εργαλείου που διατηρεί την τάξη της παγκοσμιότητας, αλλά και να αναρωτιόμαστε, πώς ήταν αλήθεια ο κόσμος πριν από τη γένεση του Διαδικτύου.

Μέσα σε αυτό το νέο Παράδειγμα, πέραν των άμεσων ορατών αλλαγών που επήλθαν στην καθημερινότητα των ανθρώπων, άλλαξαν και οι όροι με τους οποίους πραγματοποιείται η επικοινωνία σε μακρο- και μικρο-επίπεδο, αλλά και η ενημέρωση. Η διαδραστικότητα του Διαδικτύου μετέβαλε πολυεπίπεδα τις δύο βασικές αυτές λειτουργίες, οι οποίες ενσωμάτωσαν κάθε νέο τεχνολογικό επίτευγμα και το εργαλειοποίησαν για τη διευκόλυνση των χρηστών, αλλά και την προσέλκυση νέων. Είναι τόσο ισχυρή η ενσωμάτωση των νέων τεχνολογιών, που κάθε καινοτομία υιοθετείται και εξαπλώνεται με ασύλληπτη ταχύτητα σε ένα παγκόσμιο κοινό, μάλιστα ένα κοινό που γίνεται κοινωνός όλων αυτών των μεταβολών και επιθυμεί το δικό του μερίδιο συμμετοχής, ενώ ταυτόχρονα αναζητά το χώρο του μέσα σε μία φανταστική κοινότητα, με τα όρια πραγματικού-εικονικού να είναι σχεδόν δυσδιάκριτα.

Οι κοινωνικές σχέσεις, οι προσωπικές, οι επαγγελματικές μέχρι πριν κάποια χρόνια νοούνταν στη βάση της διαπροσωπικής επικοινωνίας. Τα κοινωνικά δίκτυα με την παραδοσιακή τους έννοια, προϋπήρχαν, αλλά σαφώς ήταν πιο περιορισμένα, συγκεκριμένα και είχαν μικρότερη δυναμική, μιας και η επικοινωνία πραγματοποιόταν με διαφορετικούς όρους σε σχέση με το σήμερα. Τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας κι ενημέρωσης έφερναν κοντά τους ανθρώπους μεν, αλλά ταυτόχρονα υπήρχε και η επιθυμία διατήρησης του προσωπικού χώρου και της ιδιωτικότητας. Αυτό που επίσης είναι σημαντικό, είναι το γεγονός, ότι η ενημέρωση ήταν μονόδρομη και δεν υπήρχε διάδραση. Το σχήμα πομπός-μήνυμα-δέκτης είχε μονή κατεύθυνση και ο δέκτης ήταν παθητικός, αμέτοχος, χωρίς τρόπο ή μέσο για να αντιδράσει στο μήνυμα

και ακόμα περισσότερο στο δέκτη. Αντιθέτως στον τομέα της επικοινωνίας που εξ ορισμού υπάρχει η διάδραση, ο χρόνος είχε πολύ διαφορετική έννοια, από αυτήν που αντιλαμβανόμαστε σήμερα. Τα στοιχεία της μετανεωτερικότητας διαπερνούν πια ολόκληρη την ύπαρξη των ανθρώπων που διαβιούν στο σύγχρονο περιβάλλον, όπου ο χωροχρόνος καταλύεται, η ιδιωτικότητα αποτελεί πολυτέλεια, η θραυσματοποίηση της πραγματικότητας δημιουργεί πολλές και διαφορετικές αλήθειες και το παρόν παίρνει αποστάσεις από το παρελθόν και το αμφισβητεί. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο ο τρόπος της επικοινωνίας διαφοροποιήθηκε. Τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας αντικαταστάθηκαν από υπερσύγχρονα τεχνολογικά επιτεύγματα, που εφευρέθηκαν για να κάνουν τη ζωή μας εύκολη και γρήγορη. Οι κοινωνικές σχέσεις συνεχίζουν να υπάρχουν, αλλά μεταφέρθηκαν και σε ένα νέο πεδίο, σε αυτό που εκτείνεται στο πλαίσιο του φαντασιακού. Δομούμε σχέσεις στον πραγματικό κόσμο, αλλά και στον εικονικό. Τα κοινωνικά δίκτυα ως ζωντανοί οργανισμοί συνεχίζουν να υπάρχουν στον πραγματικό κόσμο, αλλά τώρα διευρύνονται και στον εικονικό. Το αίσθημα του σηνανήκειν αναζητάται και στο διαδικτυακό περιβάλλον. Το Διαδίκτυο δεν θα ήταν ένας ολοκληρωμένος κόσμος, έστω και εικονικός, εάν τα άτομα δε θα μπορούσαν να αλληλεπιδρούν μέσω αυτού. Θα ήταν απλά μία πλατφόρμα γεμάτη πληροφορίες και περιεχόμενο, μία τεράστια βιβλιοθήκη, που αντί να την επισκεπτόμαστε, θα περιηγούμασταν σε αυτήν μέσω ενός υπολογιστή με το πάτημα ενός κουμπιού από την άνεση του σπιτιού μας. Όποια κι αν ήταν τα κίνητρα για τη δημιουργία των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης, η ουσία είναι, ότι οι άνθρωποι πάντοτε επιθυμούν την επικοινωνία και την επαφή, ακόμα κι αν αυτή πρέπει να επιτευχθεί με εναλλακτικούς τρόπους σε έναν ιδεατό κόσμο. Οι κοινωνικές πρακτικές δεν έχουν αλλοιωθεί και δεν έχουν αλλάξει εξαιτίας του Διαδικτύου. Οι καθιερωμένες σχέσεις δεν έχουν αντικατασταθεί από τεχνικώς εξελιγμένες, όμως το πλαίσιο μέσα στο οποίο δομούνται είναι διαφορετικό. Το περιβάλλον μέσα στο οποίο αλληλεπιδρούν τα άτομα είναι διαφορετικό, τα συναισθήματα όμως παραμένουν ίδια, είναι μοναδικά, είναι συγκεκριμένα. Η ανάγκη για επικοινωνία και επαφή παραμένει αναλλοίωτη. Η ουσία της επικοινωνίας και η ουσία των κοινωνικών σχέσεων παραμένει ίδια: οι άνθρωποι επιθυμούν να βρίσκονται κοντά ο ένας στον άλλον και να αλληλεπιδρούν. Σε αυτήν τη βάση λοιπόν,

οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, δημιουργήθηκαν ως φυσική εξέλιξη των παραδοσιακών κοινωνικών δικτύων.

Το Διαδίκτυο έχει επιφέρει σαρωτικές αλλαγές στον κόσμο των ενηλίκων με τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης να εγκαινιάζουν μία νέα μορφή επικοινωνίας, μιας επικοινωνίας που λαμβάνει χώρα σε ένα νέο πεδίο. Είναι κοινή λογική, πως η ζωή μας δεν είναι πια ίδια. Έχει μετασηματιστεί, έχει αλλάξει και έχουμε πια ελεύθερη πρόσβαση σε πανανθρώπινη γνώση. Ωστόσο, η αλλαγή αφορά αυτούς τους ανθρώπους που βίωσαν τον κόσμο στην προηγούμενη μορφή του και ήταν παρόντες στην αλλαγή Παραδείγματος που επέφερε η τεχνολογική επανάσταση. Όμως τι συμβαίνει ακριβώς με τα παιδιά που γεννήθηκαν μέσα σε αυτόν τον κόσμο; Ποιες είναι οι αλλαγές που έχει επιφέρει στον κόσμο των ανηλίκων; Μπορούμε να μιλήσουμε για αλλαγές, μετασηματισμό και επαναπροσδιορισμό σχέσεων για την Gen Z, η οποία αγνοεί τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας και ενημέρωσης; Η νέα γενιά, όπως χαρακτηριστικά ακούσαμε αρκετές φορές κατά την εκπόνηση των ερευνών είναι «παιδιά του Διαδικτύου», «έχει πολλά χρόνια να μπει εφημερίδα στο σπίτι» τους, «στην τηλεόραση βλέπουν ειδήσεις η γιαγιά και ο παππούς». Οι ανήλικοι στη σημερινή εποχή έχουν μία πολύ σημαντική διαφορά από τους ανήλικους προηγούμενων εποχών: έχουν απόλυτα ελεύθερη πρόσβαση στο Διαδίκτυο, εκτός από τις περιπτώσεις που ασκείται αυστηρός γονικός έλεγχος και τα παιδιά έχουν σαφείς περιορισμούς στη χρήση του Διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Έχοντας αυτό το προνόμιο -εάν μπορεί να θεωρηθεί προνόμιο- αποκτούν πρόσβαση στον κόσμο των ενηλίκων από πολύ νωρίς, γίνονται κοινωνικοί τεράστιου όγκου πληροφοριών και έχουν εντελώς διαφορετικά ερεθίσματα από αυτά που είχαν κατά την παιδική τους ηλικία, ακόμα και οι millennials, οι οποίοι γεννήθηκαν από το 1981 έως το 1996.

Σκοπό της παρούσας διατριβής αποτέλεσε η διερεύνηση των επιδράσεων της χρήσης των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης σε εφήβους ηλικίας από 15 έως 18 ετών. Η ζωή των ενηλίκων πράγματι επηρεάστηκε από την επέλαση της τεχνολογίας. Τι συμβαίνει όμως με τη γενιά που γεννήθηκε μέσα σε αυτόν τον νέο κόσμο; Ποιος είναι ο ρόλος της ηλεκτρονικά μεσοποιημένης επικοινωνίας στην εφηβική ηλικία και συγκεκριμένα, πώς επιδρούν οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης στους εφήβους ηλικίας 15 έως 18 ετών, αλλά και στις σχέσεις τους; Αυτό το κενό ήρθαν να καλύψουν

οι έρευνές μας κι εδώ έγκειται η **πρωτοτυπία** της διατριβής, καθώς θεωρούμε, πως το ζήτημα της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από τους εφήβους είναι μείζονος σημασίας, αφού αφορά τα ίδια τα παιδιά σε σχέση με τη σωματική, αλλά και την ψυχική τους υγεία, τους γονείς τους, τους εκπαιδευτικούς, το σχολικό και φιλικό τους περιβάλλον, τις προσωπικές και συναισθηματικές τους σχέσεις, τις καταναλωτικές τους συνήθειες, τις παρεκκλίνουσες συμπεριφορές που φαίνεται πως ευνοεί το περιβάλλον των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης, ενώ τα αποτελέσματα των ερευνών, μας οδήγησαν στην ένταξη της συμπεριφοράς τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης γενικότερα στη δομή της ευρύτερης κοινωνίας, της οποίας στο μέλλον θα αποτελέσουν καθοριστικούς διαμορφωτές.

Για τη διερεύνηση του ερευνητικού μας προβλήματος ακολουθήσαμε δύο διαφορετικά μεθοδολογικά σχήματα. Εκπονήσαμε μία μελέτη περίπτωσης του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης με συμμετέχοντες 10 κορίτσια και 9 αγόρια και των τριών τάξεων του Λυκείου με σκοπό να μελετήσουμε σε βάθος τις πιθανές επιδράσεις της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, ενώ παράλληλα εκπονήσαμε και μία ποσοτική έρευνα σε δείγμα 500 εφήβων με σκοπό να συγκρίνουμε τα αποτελέσματά της με αυτά της μελέτης περίπτωσης, ώστε να εξαγάγουμε συμπεράσματα, τα οποία θα μπορέσουμε να γενικεύσουμε στον πληθυσμό των εφήβων. Στη βιβλιογραφία συναντήσαμε αρκετές μελέτες περίπτωσης με παρεμφερή αντικείμενα με αυτό που πραγματευόμαστε εμείς. Όμως δε συναντήσαμε μελέτες περίπτωσης σε εφήβους με ερευνητικό εργαλείο τη συνέντευξη. Οι ημιδομημένες συνεντεύξεις συνιστούν το βασικότερο παράγοντα επιτυχίας της εν λόγω μελέτης περίπτωσης, καθώς όσο κι αν εξετάσουμε προσεκτικά τα αποτελέσματα της ποσοτικής έρευνας, δε θα καταφέρουμε να φτάσουμε στο βάθος, που φτάνει η προσωπική επαφή και συζήτηση με εφήβους, οι οποίοι μοιράστηκαν μαζί μας τη δική τους οπτική και τη δική τους αλήθεια.

Όσον αφορά στο πρώτο ερευνητικό μας ερώτημα σχετικά με τη λειτουργία της επικοινωνίας μεταξύ των εφήβων στη σύγχρονη εποχή, οι έρευνές μας κατέδειξαν, πως τα παιδιά ηλικίας 15-18 ετών έχουν σαφέστατη προτίμηση στην επικοινωνία μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και αυτό συμβαίνει, διότι τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του Διαδικτύου, έναντι των παραδοσιακών μέσων καθιστούν την επικοινωνία μία αρκετά εύκολη και γρήγορη διαδικασία. Αυτό που έχει ιδιαίτερη αξία στο σημείο αυτό είναι η παραδοχή των εφήβων, ότι «είναι παιδιά

του Διαδικτύου». Η σημερινή εποχή έχει επιβάλλει στους εφήβους αυτόν τον τρόπο επικοινωνίας και έτσι αντιλαμβανόμαστε κι εμείς τη δύναμη του συστήματος πάνω στο άτομο, ήδη από την πολύ μικρή του ηλικία. Η εποχή επιβάλλει και το άτομο δε γνωρίζει άλλον τρόπο, συνεπώς ακούσια δέχεται τις επιταγές της χρονικής περιόδου εντός της οποίας διαβιεί. Επιπλέον, τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας και ενημέρωσης θεωρείται πως αφορούν μεγαλύτερες ηλικίες, οι οποίες στο μυαλό των εφήβων δεν μπορούν να ακολουθήσουν τους γρήγορους ρυθμούς της νέας αυτής εποχής, που τους ανήκει. Ένας ακόμα λόγος για τον οποίο τα παιδιά επιλέγουν για την επικοινωνία και την ενημέρωσή τους τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, είναι διότι τα παραδοσιακά μέσα παρουσιάζουν μονόπλευρα τα γεγονότα, ενώ δεν υπάρχει η δυνατότητα της επιλογής μεταξύ πολλών πηγών, όπως συμβαίνει στο Διαδίκτυο, όπου ο χρήστης έχει άπειρες επιλογές μεταξύ των οποίων μπορεί να διαλέξει ο ίδιος τις πηγές πληροφόρησης που επιθυμεί, ενώ μπορεί να αλληλεπιδράσει με αυτές. Η αλληλεπίδραση είναι σημαντικός παράγοντας επιτυχίας των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στις ηλικίες των 15 έως 18 ετών. Τα παιδιά επιθυμούν να μετέχουν, δε θέλουν να είναι παθητικοί δέκτες μηνυμάτων, ενώ τα ερεθίσματά που λαμβάνουν είναι τόσο ισχυρά, που τα αφυπνίζουν. Μέσα από τις συνεντεύξεις, αλλά και από τα ερευνητικά δεδομένα της ποσοτικής έρευνας, συνειδητοποιήσαμε πως οι σημερινοί έφηβοι, έχουν κριτικό νου και αντίληψη, ενώ η πλούσια δράση τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε συνδυασμό με την καλή γνώση του χειρισμού τους, τους καθιστά υπολογίσιμη δύναμη, και μάλιστα ένα πολύ δυναμικό κοινό με επιρροή. Επιπλέον, τα παραδοσιακά μέσα, όπως χαρακτηριστικά μας ανέφεραν οι συμμετέχοντες κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων, τους δημιουργούν άγχος και δυσάρεστα συναισθήματα, με αποτέλεσμα την αποστροφή τους από αυτά και τη διέξοδο στην ενημέρωση από το διαδίκτυο, όπου απλά μπορούν να προσπεράσουν μία δυσάρεστη είδηση, ή απλά να την πληροφορηθούν χωρίς την επίκληση στο συναίσθημα, που αποτελεί κοινή πρακτική των τηλεοπτικών προγραμμάτων για την προσέλκυση των τηλεθεατών. Σε κάθε περίπτωση όμως, οι έφηβοι των υπό διερεύνηση ηλικιών δεν είναι απλά παθητικοί χρήστες, καθώς δε φαίνεται να θεωρούν έγκυρα και αξιόπιστα ούτε τα παραδοσιακά μέσα, αλλά ούτε και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως προς την ενημέρωσή τους. Τα παιδιά δεν εμπιστεύονται εύκολα αυτά που ακούν στις τηλεοράσεις, αλλά ούτε και αυτά που διαβάζουν στο

Διαδίκτυο, καθώς τα ερεθίσματα που λαμβάνουν καθημερινά, αλλά και η απρόσκοπτη πρόσβασή τους στον κόσμο των ενηλίκων τους υποδεικνύει πως η αλήθεια, η εγκυρότητα και η αξιοπιστία, είναι δυσεύρετες αρετές και η επιφύλαξη είναι η καλύτερη άμυνα, απέναντι στις ψεύτικες ειδήσεις που κατακλύζουν κυρίως το Διαδίκτυο, αλλά και τα παραδοσιακά μέσα, τα οποία οι έφηβοι θεωρούν πως είναι ελεγχόμενα και γι' αυτό αναξιόπιστα.

Σύμφωνα με τα ευρήματα της μελέτης περίπτωσης του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης, τα οποία επιβεβαιώνει και η ποσοτική μας έρευνα, οι έφηβοι επιλέγουν να δικτυώνονται με ανθρώπους που γνωρίζουν. Τα άτομα που αποτελούν τις κυριότερες πηγές διαδικτυακών φίλων, είναι πρωτίστως οι φίλοι τους και στην πραγματική ζωή, οι συμμαθητές τους, το οικογενειακό τους περιβάλλον, άτομα του ευρύτερου κοινωνικού περιβάλλοντος των παιδιών, άτομα που συμμετέχουν στις ίδιες κοινωνικές ομάδες και δραστηριότητες. Ένα από τα ζητήματα που απασχολεί ιδιαίτερως τους ενήλικες και κυρίως τους γονείς που έχουν παιδιά στις υπό διερεύνηση ηλικίες, είναι το πώς οι έφηβοι διαχειρίζονται τους αγνώστους που τους προσεγγίζουν στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης. Και οι δύο έρευνές μας δείχνουν πως, οι έφηβοι δικτυώνονται με αγνώστους. Παρά το γεγονός, ότι θέτουν αυστηρά κριτήρια επιλογής ως προς τους διαδικτυακούς τους φίλους και παρά το γεγονός, ότι είναι επιφυλακτικοί, δεν παύουν να δημιουργούν διαδικτυακές φιλίες με ανθρώπους που δε γνωρίζουν, που σημαίνει, ότι πάντοτε ελλοχεύει ο κίνδυνος οι έφηβοι να προσεγγίζονται από ανθρώπους που ενδεχομένως να επιθυμούν να τους βλάψουν ή να τους εκμεταλλευτούν. Ως προς το φύλο, θα πρέπει να επισημάνουμε πως τα αγόρια δημιουργούν πολύ πιο εύκολα σε σχέση με τα κορίτσια διαδικτυακές φιλίες με αγνώστους, όπως ανέδειξε η ποσοτική μας έρευνα και αυτό πιθανόν εξηγείται από τα λεγόμενα των κοριτσιών της μελέτης περίπτωσης, τα οποία χαρακτηριστικά αναφέρουν, πως φοβούνται την προσέγγιση αγνώστων προφίλ, διότι νιώθουν μεγαλύτερη ανασφάλεια στο διαδίκτυο σε σχέση με τα συνομήλικά τους αγόρια. Επιπλέον, θεωρούν πως τα κορίτσια είναι πιο πιθανό να πέσουν θύματα εκμετάλλευσης, ενώ στις συνεντεύξεις αναφέρθηκαν αρκετές φορές σε περιστατικά προσέγγισης από αγνώστους, οι οποίοι απέστειλαν ακόμη και υλικό με άσεμνο περιεχόμενο. Τέτοιου είδους περιστατικά δεν αναφέρθηκαν καθόλου από αγόρια, τα οποία φαίνεται πως νιώθουν μεγαλύτερη ασφάλεια στο Διαδίκτυο έναντι των

κοριτσιών. Εκτός από το φύλο, σημαντικός παράγοντας στη δημιουργία διαδικτυακής φιλίας με αγνώστους είναι και η ηλικία, καθώς από τα ερευνητικά μας δεδομένα προκύπτει πως οι έφηβοι που βρίσκονται στην ηλικία 17 έως 18 ετών δικτυώνονται περισσότερο με αγνώστους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε σχέση με τους εφήβους μικρότερης ηλικίας, οι οποίοι φαίνονται πιο επιφυλακτικοί ως προς τη δημιουργία νέων φιλιών στο Διαδίκτυο. Η εικόνα είναι βασικό κριτήριο για την προσέγγιση «φίλων» ή την αποδοχή αιτημάτων φιλίας από αγνώστους. Η συντριπτική πλειοψηφία των εφήβων δίνει μεγάλη βαρύτητα στη φωτογραφία του προφίλ, καθώς από αυτήν μπορούν να καταλάβουν την ηλικία του πιθανού τους φίλου, το κοινωνικό τους status, ενδεχομένως και την καταγωγή, ενώ οι κοινοί φίλοι παίζουν καθοριστικό ρόλο στην αποδοχή ή μη ενός αιτήματος φιλίας, αποτελώντας ένα ακόμη κριτήριο επιλογής.

Αυτό που παρουσιάζει εξαιρετικό ενδιαφέρον είναι ο τρόπος με τον οποίο οι έφηβοι δομούν τις σχέσεις τους σήμερα. Τόσο η μελέτη περίπτωσης των μαθητών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης, όσο και η ποσοτική μας έρευνα, η οποία έρχεται να επιβεβαιώσει τα λεγόμενα των συμμετεχόντων μαθητών μας δείχνουν, πως οι σχέσεις των παιδιών μεταξύ τους δεν επηρεάζονται από τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Τα παιδιά κατανοούν πως ο εικονικός κόσμος και ο πραγματικός είναι δύο διαφορετικές συνθήκες και επιλέγουν να δομούν τις διαπροσωπικές τους σχέσεις στην πραγματική τους ζωή, ενώ τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν καθαρά εργαλειακό χαρακτήρα και τα παιδιά τα χρησιμοποιούν για την επικοινωνία και την ενημέρωσή τους. Αν και οι έφηβοι παραδέχονται πως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ένας εύκολος τρόπος προσέγγισης των προσώπων που τους ενδιαφέρουν και η επικοινωνία μπορεί πιο εύκολα να ξεκινήσει μέσω αυτών, ωστόσο η διά ζώσης επαφή είναι αναντικατάστατη και την επιλέγουν σε κάθε επίπεδο σχεδόν καθολικά. Τα παιδιά θεωρούν πως πράγματι στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης η συμπεριφορά του ατόμου υποδεικνύει και την προσωπικότητα του χρήστη στην πραγματική του ζωή, όμως αυτό που τα απασχολεί κυρίως, είναι η συμπεριφορά των ανθρώπων που συναναστρέφονται στην πραγματική ζωή και αυτό αφορά, τόσο τις φίλιες τους, όσο και τις συναισθηματικές τους σχέσεις. Επιπλέον οι έφηβοι νιώθουν μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση στη διά ζώσης επικοινωνία, όπως επίσης θεωρούν πως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δε βοηθούν στην έκφραση των

συναισθημάτων τους, γι' αυτό και πιστεύουν πως η προσωπική επαφή πάντοτε βοηθά στην επίλυση προβλημάτων, τα οποία μάλιστα αξιολογούν ανάλογα με το βαθμό σοβαρότητας, σύμφωνα με τα δικά τους κριτήρια.

Συνοψίζοντας λοιπόν, τα ερευνητικά μας δεδομένα, στα οποία υπάρχει απόλυτη ταύτιση μεταξύ της μελέτης περίπτωσης που διεξήχθη στο 4^ο ΓΕΛ Κατερίνης και της ποσοτικής έρευνας που διεξήχθη σε δείγμα 500 εφήβων, μπορούμε να πούμε πως η λειτουργία της επικοινωνίας μεταξύ των εφήβων ηλικίας 15 έως 18 ετών επιτελείται μέσω του Διαδικτύου και συγκεκριμένα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, καθώς η σημερινή εποχή έχει επιβάλλει τους δικούς της γρήγορους ρυθμούς στην καθημερινότητα των παιδιών, τα οποία επιλέγουν κατά κύριο λόγο να δικτυώνονται με άτομα που ήδη γνωρίζουν και έχουν προσωπική γνωριμία και στην πραγματική τους ζωή, ενώ υπό προϋποθέσεις επιλέγουν να δικτυώνονται και με αγνώστους θέτοντας ωστόσο, πολύ αυστηρά κριτήρια και με κάθε επιφύλαξη. Τέλος, η χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης δε φαίνεται να επηρεάζει τις μεταξύ τους σχέσεις, αφού τόσο η μελέτη περίπτωσης, όσο και η ποσοτική έρευνα δείχνουν την ξεκάθαρη προτίμηση των εφήβων στη διά ζώσης επαφή, αφού έχουν ήδη διαχωρίσει μέσα τους τον εικονικό, ωραιοποιημένο κόσμο που δημιουργούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης από την πραγματική ζωή.

Όσον αφορά στο δεύτερο ερευνητικό μας ερώτημα, σχετικά με το βαθμό, στον οποίο φαίνεται να επιδρούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στις κοινωνικές, οικογενειακές και προσωπικές σχέσεις των εφήβων, όπως επίσης και τις σχέσεις που αναπτύσσονται στο σχολικό περιβάλλον, τόσο μεταξύ συμμαθητών, όσο και μεταξύ μαθητών και καθηγητών, τα ερευνητικά μας δεδομένα μαρτυρούν, πως οι έφηβοι ηλικίας 15 έως 18 ετών αλληλεπιδρούν με τους γονείς τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι γονείς κατά τη συντριπτική τους πλειοψηφία διατηρούν λογαριασμούς σε διάφορες πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, με δημοφιλέστερη το Facebook, ωστόσο σύμφωνα με τα λεγόμενα των παιδιών δεν ασχολούνται ιδιαίτερα με την περιήγηση στο Διαδίκτυο, ενώ δε φαίνεται να είναι και ιδιαίτερα παρεμβατικοί απέναντι σε συμπεριφορές ή δημοσιεύσεις των παιδιών τους. Συνήθως οι γονείς δεν κάνουν παρατηρήσεις στους εφήβους για το περιεχόμενο που μοιράζονται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και αυτό διαφαίνεται και από τις δύο εκπονηθείσες έρευνες. Αυτό που έχει εξαιρετικό ενδιαφέρον είναι το γεγονός, πως ενώ τα παιδιά

αναγνωρίζουν, ότι οι γονείς τους δεν είναι ιδιαιτέρως παρεμβατικοί, ωστόσο τα ίδια βιώνουν έντονα το συναίσθημα του ελέγχου και αυτό μαρτυρά, πως οι σχέσεις γονέων-παιδιών, οι οποίες καθορίζονται από κάποια μορφή εξουσίας και ελέγχου πάνω στο παιδί μεταφέρονται και στο πεδίο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Οι έφηβοι νιώθουν για τους γονείς τους, τα ίδια συναισθήματα που νιώθουν και στην πραγματική τους ζωή. Το αίσθημα του ελέγχου είναι υπαρκτό, κάποιες φορές το αίσθημα της απαξίωσης είναι υπαρκτό, το αίσθημα της ντροπής και του φόβου είναι υπαρκτά, όπως ακριβώς συμβαίνει και στην πραγματική ζωή. Δεν παρατηρείται καμία διαφορά μεταξύ της ουσίας των οικογενειακών σχέσεων, ακόμα και αν οι σχέσεις αυτές μεταφέρονται στο πλαίσιο μίας πλατφόρμας κοινωνικής δικτύωσης. Στο σημείο αυτό, αξίζει να επισημάνουμε, πως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν αφουγκραστεί τον τρόπο με τον οποίο δομούνται οι σχέσεις μεταξύ εφήβων και γονέων και γι' αυτό το λόγο έχουν προσαρμόσει τα εργαλεία τους πάνω στο πιο δυναμικό κοινό τους, όπως για παράδειγμα οι «ιστορίες» που μένουν online μόλις 24 ώρες, ή το γεγονός, ότι μπορεί ο χρήστης να αποκλείσει από τη θέαση των αναρτήσεών του τους χρήστες που δεν επιθυμεί, χωρίς να είναι απαραίτητο να διαγράψει κάποιον διαδικτυακό του φίλο. Συνεπώς, παρατηρούμε μία υβριδική διαδικτυακή φιλία μεταξύ γονέων και εφήβων, καθώς οι έφηβοι μοιράζονται με τους γονείς τους μόνο το περιεχόμενο που επιθυμούν, ενώ τους αποκλείουν από το περιεχόμενο που δεν επιθυμούν να δουν διασφαλίζοντας με αυτόν τον τρόπο την ιδιωτικότητά τους.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποδεικνύεται πως είναι ένα πολύ χρήσιμο μέσο επικοινωνίας, ενώ πλέον αποτελεί το δημοφιλέστερο εργαλείο για την επικοινωνία και στο σχολικό περιβάλλον. Συγκεκριμένα οι έφηβοι ηλικίας 15 έως 18 χρησιμοποιούν τις διαδικτυακές πλατφόρμες για να ενημερώνονται, αλλά και να επικοινωνούν με τους συμμαθητές τους για θέματα που αφορούν την καθημερινή τους ζωή στο σχολείο, τα μαθήματα ή ακόμα και εκπαιδευτικά προγράμματα, στα οποία συμμετέχουν. Η δυνατότητα των ομαδικών συνομιλιών που παρέχουν οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης αξιοποιείται πλήρως από μαθητές και καθηγητές, καθώς έχουν την ευκαιρία να συνομιλήσουν όλοι μαζί για ζητήματα που αφορούν στο σχολείο, ωστόσο η μελέτη περίπτωσης, ανέδειξε μία σημαντική λεπτομέρεια: οι μαθητές και οι μαθήτριες χρησιμοποιούν κατά κύριο λόγο τις ομαδικές συνομιλίες

με τους καθηγητές τους από τα φροντιστήρια και όχι με τους καθηγητές τους από το σχολείο. Οι καθηγητές του σχολείου σπανίως συμμετέχουν σε ομάδες συνομιλίας με τους μαθητές τους, παρά μόνο σε περιπτώσεις που απαιτείται ομαδική συνεννόηση για κάποια σχολική δράση.

Όσον αφορά στις προσωπικές και συναισθηματικές σχέσεις των εφήβων, συμπεραίνουμε, πως επίσης δεν επηρεάζονται σχεδόν καθόλου από τη χρήση του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Η προτίμηση των παιδιών στη διάζωση επαφή είναι ολοφάνερη και δε δείχνουν να επιθυμούν να μεταφέρουν την προσωπική τους ζωή σε μία διαδικτυακή πλατφόρμα, σπάνια επηρεάζονται από συμπεριφορές των συντρόφων τους ή από αναρτήσεις τους, ενώ ακόμα και να υπάρξουν προστριβές, σπάνια θα επέλθει η ρήξη. Για ακόμα μία φορά διαφαίνεται και από τις δύο έρευνές μας, πως οι έφηβοι διατηρούν τις σχέσεις τους στη σφαίρα του πραγματικού και δεν επηρεάζονται από το τί συμβαίνει στη σφαίρα του φαντασιακού, παρά το γεγονός, ότι επικρατεί η αντίληψη πως συμβαίνει το αντίθετο. Τα παιδιά δείχνουν μία διάθεση να διαφυλάξουν τις σχέσεις τους, να τις προστατεύσουν και όχι να τις εκθέσουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και αυτό φαίνεται και από τα λεγόμενά τους, ειδικότερα όταν επισημαίνουν πως δεν αναρτούν συχνά περιεχόμενο, παρά μόνο κάποιες «ιστορίες», οι οποίες παραμένουν online για ελάχιστο χρονικό διάστημα.

Συμπερασματικά, μπορούμε να πούμε πως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δε φαίνεται να ασκούν ιδιαίτερη επιρροή στις κοινωνικές, οικογενειακές και προσωπικές σχέσεις των εφήβων, αντιθέτως εργαλειοποιούνται καθαρά για λόγους επικοινωνίας και μόνο, χωρίς να επιδρούν πάνω στα παιδιά, τα οποία διατηρούν μία ισορροπία μεταξύ πραγματικής και διαδικτυακής ζωής.

Ένα εξαιρετικά ενδιαφέρον ζήτημα που ανέδειξε τόσο η μελέτη περίπτωσης των μαθητών και μαθητριών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης, όσο και η ποσοτική μας έρευνα, είναι η διαδικτυακή ταυτότητα των παιδιών και ο τρόπος που διαμορφώνεται στο εικονικό περιβάλλον σε σύγκριση με την πραγματική τους ταυτότητα. Όπως προέκυψε από τις δύο εκπονηθείσες έρευνες υπάρχει διαφορά μεταξύ του πραγματικού εαυτού και της παρουσίας του στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι έφηβοι θεωρούν πως μία διαδικτυακή πλατφόρμα εξ ορισμού δεν μπορεί να αναδείξει την προσωπικότητά τους και αυτό συμβαίνει, διότι στα μέσα κοινωνικής

δικτύωσης είτε παρουσιάζει κανείς έναν ωραιοποιημένο Εαυτό, που είναι κοινωνικά «σωστός» και αποδεκτός, είτε αποκρύπτει τα πραγματικά στοιχεία του χαρακτήρα του, αφού το Διαδίκτυο μπορεί να κατέχει την πανανθρώπινη γνώση, αλλά δεν μπορεί να αναδείξει συναισθήματα και αντιλήψεις από μία απλή ανάρτηση. Οι έφηβοι συνήθως δε θέλουν οι ίδιοι να μοιραστούν αρκετές πληροφορίες για τον εαυτό τους, ή επιθυμούν να τις μοιραστούν μόνο με το φιλικό τους περιβάλλον ή τους κοντινούς τους ανθρώπους, οι οποίοι υπάρχουν και στην καθημερινότητά τους και ούτως ή άλλως γνωρίζουν το χαρακτήρα και την αληθινή τους προσωπικότητα. Επιπλέον, οι έφηβοι επιθυμούν να έχουν τον έλεγχο της παρουσίασης του Εαυτού τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ενώ αποφεύγουν να παραποιούν εσκεμμένα στοιχεία της ταυτότητά τους, διότι θεωρούν πως μία ανειλικρινής εικόνα εγείρει ζητήματα εμπιστοσύνης στο Διαδίκτυο και δημιουργεί λανθασμένες εντυπώσεις στους διαδικτυακούς φίλους.

Η εικόνα έχει μεγάλη δύναμη και τα παιδιά την αντιλαμβάνονται και προσπαθούν να την ελέγξουν, ενώ δεν επιτρέπουν σε Άλλους να τη διαχειριστούν. Στην εφηβεία συμβαίνουν τρομερές αλλαγές στην ταυτότητα, την εμφάνιση, αλλά και τον ψυχικό κόσμο των παιδιών, τα οποία παραπέουν μεταξύ παιδικής ηλικίας και ενηλικίωσης, γι' αυτό το λόγο σε μία μεταβατική περίοδο της ζωής τους επιθυμούν να νιώσουν πως έχουν τα ίδια τον έλεγχο των ζητημάτων που τους αφορούν και καθορίζουν με το δικό τους τρόπο, το πώς διαχειρίζονται την εικόνα τους, το πώς παρουσιάζουν την προσωπικότητά τους και θέτουν όρια στο περιβάλλον τους, τα οποία τηρούν αυστηρά και δεν επιτρέπουν να παραβιάζονται, ειδάλλως τους δημιουργούνται δυσάρεστα συναισθήματα και μία σύγχυση ως προς τη διαχείρισή τους. Στη σημερινή εποχή που οι αντιθέσεις και τα δίπολα επικρατούν, οι έφηβοι προσπαθούν να βρεθούν στο επίκεντρο, είτε μέσω την αντίδρασης, είτε μέσω της εκμετάλλευσης της εικόνας τους, αποσκοπώντας στην αποδοχή από τους συνομηλικούς τους. Η αποδοχή είναι πολύ σημαντική για τα παιδιά, διότι μέσω αυτής επιτελείται το συνανήκειν και ταυτόχρονα αποκτούν μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση μέσα στην ομάδα-παρέα τους. Αυτό διαφαίνεται άλλωστε και από τις δύο έρευνες, οι οποίες δείχνουν ξεκάθαρα, πως η αυτοπεποίθηση των εφήβων ηλικίας 15 έως 18 ετών επηρεάζεται από την ανταπόκριση που έχουν οι δημοσιεύσεις τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Όσο μεγαλύτερη η ανταπόκριση, όσο περισσότερα τα «likes»

τόσο μεγαλύτερη και η αυτοπεποίθηση, η οποία όπως χαρακτηριστικά μας ανέφερε ένας μαθητής του 4^{ου} ΓΕΛ Λυκείου «εκτοξεύεται». Ωστόσο, αν και η αυτοπεποίθηση έχει αναλογική σχέση με την ανταπόκριση στις αναρτήσεις των εφήβων, αντιθέτως μία φτωχή ανταπόκριση δε φαίνεται να επηρεάζει ιδιαίτερα τα παιδιά, τα οποία θεωρούν πως εφ' όσον νιώθουν τα ίδια καλά με την ανάρτησή τους δεν τα απασχολεί ιδιαίτερος η γνώμη των Άλλων. Ωστόσο, ένα σημαντικό εύρημα της ποσοτικής έρευνας είναι πως οι έφηβοι ηλικίας 15 έως 16 ετών βιώνουν μεγαλύτερη ψυχολογική ανάταση από την ανταπόκριση των Άλλων στις αναρτήσεις τους σε σχέση με τους εφήβους ηλικίας 17-18 ετών, όπως επίσης και το φύλο παίζει σημαντικό παράγοντα, με τα κορίτσια να αισθάνονται μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση εξαιτίας των «likes» σε σχέση με τα αγόρια.

Συμπερασματικά λοιπόν, μπορούμε να πούμε πως η πραγματική ταυτότητα των εφήβων χρηστών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δε βρίσκεται σε απόλυτη αντιστοιχία με τη διαδικτυακή και αυτό συμβαίνει, είτε γιατί τα ίδια τα μέσα δεν επιτρέπουν να φανεί ο πραγματικός εαυτός των εφήβων, είτε διότι η σημερινή εποχή επιβάλλει μία ωραιοποιημένη εικόνα με σκοπό την κοινωνική αποδοχή ή κυρίως διότι τα ίδια τα παιδιά δε θέλουν να μοιράζονται στο Διαδίκτυο πληροφορίες που δείχνουν τον πραγματικό τους Εαυτό και επιθυμούν να διατηρήσουν την ιδιωτικότητά τους. Ωστόσο, η εικόνα είναι πολύ σημαντική για τους εφήβους, αφού θεωρούν πως είναι η πρώτη επαφή με το προφίλ κάποιου ανθρώπου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, συνεπώς, φροντίζουν με κάθε τρόπο να παρουσιάζουν την εικόνα που επιθυμούν να δείξουν στους διαδικτυακούς τους φίλους και μάλιστα αυτήν που τους εκφράζει καλύτερα και πρωτίστως ευχαριστεί τους ίδιους χρησιμοποιώντας μάλιστα ακόμα και εργαλεία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ή και εφαρμογές που μπορούν να βελτιώσουν σε κάποιο βαθμό την εμφάνισή τους, χωρίς όμως να την αλλοιώσουν. Τέλος, η αυτοπεποίθηση των εφήβων πράγματι επηρεάζεται από τα σχόλια και τις αντιδράσεις των Άλλων στις αναρτήσεις τους, ενώ όσο μικρότερη η ηλικία των παιδιών τόσο μεγαλύτερη η επίδραση, όπως επίσης και το φύλο είναι καθοριστικός παράγοντας, καθώς τα κορίτσια φαίνεται πως έχουν την τάση να παραποιούν περισσότερο την ταυτότητά τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αλλά και να επηρεάζεται η αυτοπεποίθησή τους περισσότερο από τη γνώμη των Άλλων.

Όσον αφορά στο τέταρτο ερευνητικό ερώτημα σχετικά με τις επιρροές που δέχονται οι έφηβοι ηλικίας 15 έως 18 ετών από τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, τα ερευνητικά ευρήματα παρουσιάζουν επίσης εξαιρετικό ενδιαφέρον, καθώς υπαγορεύουν, πως τα παιδιά αυτής της ηλικίας επηρεάζονται πράγματι από τα ερεθίσματα που λαμβάνουν κατά τη χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης. Το Διαδίκτυο και οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, με δημοφιλέστερες το Instagram και το Tik Tok είναι τα μέσα, από τα οποία οι έφηβοι ενημερώνονται τόσο για τη μόδα, όσο και για τα νέα προϊόντα τεχνολογίας. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και επικοινωνίας ανέκαθεν αποτελούσαν σημαντικούς παράγοντες επιρροής της μάζας και οι έφηβοι δε θα μπορούσαν να μείνουν ανεπηρέαστοι από τα διαφημιστικά μηνύματα, αλλά και τα καταναλωτικά πρότυπα που προβάλλονται διαρκώς με άμεσο, αλλά και έμμεσο τρόπο στο Διαδίκτυο.

Ένα χαρακτηριστικό των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, όπως προαναφέρθηκε είναι η διαδραστικότητα. Οι χρήστες έχουν την ευκαιρία, όχι μόνο να δημιουργούν περιεχόμενο, αλλά να αλληλεπιδρούν με άλλους χρήστες και αναπτύσσουν σχέσεις μαζί τους. Επιπλέον τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν μέσο αυτοπροβολής με σημαντικά πλεονεκτήματα, έναντι των υπολοίπων παραδοσιακών τρόπων προβολής που χρησιμοποιούνταν σε προηγούμενα χρόνια (δωρεάν, εύκολη και γρήγορη διαφήμιση). Οι διασημότητες πλέον χρησιμοποιούν τις πλατφόρμες ως πεδίο προβολής των δραστηριοτήτων τους, προσεγγίζοντας το κοινό στο οποίο απευθύνονται, ενώ εξαιτίας της αλληλεπίδρασης με τους χρήστες η απόσταση μεταξύ των ανθρώπων μειώνεται και όλοι έχουν την ευκαιρία να επικοινωνήσουν και να αλληλεπιδράσουν με όλους. Αυτή η μείωση της απόστασης, η υβριδική επικοινωνία, η δημιουργία σχέσεων και η διάδραση έχει αναδείξει ένα νέο μοντέλο επικοινωνίας μεταξύ του κοινού και των διασημοτήτων, με σημαντικές επιδράσεις για αμφότερους. Όπως έχει αναδείξει και η βιβλιογραφία, οι έφηβοι είναι το πιο ενεργό, δραστήριο και δυναμικό κοινό των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, γι' αυτό και αποτελεί target group διαφημίσεων, προβολής και προσέγγισης με σκοπό τη δημιουργία τάσεων σε ένα ευρύτατο κοινό, το οποίο ωστόσο, έχει ένα βασικό χαρακτηριστικό: λόγω της ανηλικότητας είναι εξαρτώμενο κοινό - εξαρτώμενο από γονείς, χωρίς απόλυτη ελευθερία, αλλά κυρίως οικονομικά εξαρτώμενο, γεγονός που οδηγεί μία ολόκληρη βιομηχανία να δημιουργήσει επίπλαστες ανάγκες

βομβαρδίζοντας τα παιδιά με εικόνες και οπτικοακουστικό υλικό μικρής διάρκειας με σκοπό τις πωλήσεις και το κέρδος. Η ποσοτική έρευνα κατέδειξε, πως οι τάσεις της μόδας αφορούν κυρίως τα κορίτσια, ενώ ενδιαφέρον παρουσιάζει και το γεγονός, πως τα κορίτσια που χρησιμοποιούν το Snapchat – το οποίο χρησιμοποιείται κυρίως για τα φωτογραφικά φίλτρα που βελτιώνουν την εμφάνιση του χρήστη – έχουν την τάση να ακολουθούν περισσότερο τις επιταγές της μόδας που προβάλλονται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Ενδιαφέρον επίσης παρουσιάζει και η διασύνδεση του εκπαιδευτικού επιπέδου της μητέρας με την ακολούθηση των τάσεων της μόδας από τα παιδιά, καθώς παρατηρείται μία αναλογική σχέση μεταξύ τους, εύρημα που έρχεται σε αντίθεση με το εκπαιδευτικό επίπεδο του πατέρα και την αντιστρόφως ανάλογη σχέση που αναπτύσσεται με την ακολούθηση των τάσεων της μόδας από τους εφήβους ηλικίας 15 έως 18 ετών.

Η μελέτη περίπτωσης των μαθητών και των μαθητριών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης, όπως επίσης και η ποσοτική έρευνα μας οδηγούν στο συμπέρασμα πως πράγματι οι έφηβοι δέχονται ως καταναλωτές σημαντικές επιδράσεις από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να επισημάνουμε, πως τα ερεθίσματα που λαμβάνουν οι έφηβοι είναι ισχυρά και συγκεκριμένα ως προς το φύλο, καθώς οι έρευνές μας ανέδειξαν πως τα κορίτσια φαίνονται πιο ευάλωτα σε σχέση με τα αγόρια, ως προς τη διαχείριση της εικόνας τους, όχι μόνο στην παρουσίαση του Εαυτού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αλλά τα αρνητικά συναισθήματα που προκαλούνται από τη θέαση των «ιδανικών» προτύπων ομορφιάς, έχουν σημαντικές επιδράσεις στην ψυχική τους υγεία, τους δημιουργούν ανασφάλειες και άγχος για την εικόνα τους, την οποία διαρκώς συγκρίνουν με το περιεχόμενο που παρακολουθούν. Παρά το γεγονός, πως τα κορίτσια είναι σε θέση να αντιληφθούν τον επίπλαστο κόσμο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, δεν παύουν να αναγνωρίζουν, πως τα πρότυπα ομορφιάς που παρουσιάζονται, επηρεάζουν την ψυχική τους υγεία, αλλά και τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβάνονται τον Εαυτό τους. Από την άλλη, τα αγόρια δε φαίνεται να ασχολούνται, ούτε να επηρεάζονται από τα ερεθίσματα που δέχονται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αυτό που αναδεικνύεται και στις δύο έρευνες είναι, πως ακόμα κι αν τα κορίτσια επηρεάζονται από τα πρότυπα που δημιουργούνται στις διαδικτυακές πλατφόρμες και τα δύο φύλα προσπαθούν να προσαρμόζουν αυτό που βλέπουν σε αυτό που πραγματικά τους

ταιριάζει, φιλτράροντας με βάση τις προσωπικές τους προτιμήσεις και το προσωπικό τους γούστο τον καταϊγισμό διαφημίσεων και εικόνων που παρακολουθούν ανελλιπώς στο Διαδίκτυο.

Οι έφηβοι μέχρι πριν κάποια χρόνια θεωρούνταν εκκολλημένοι πολίτες, οι οποίοι προετοιμάζονταν τόσο από την οικογένειά τους, όσο και από το σχολικό περιβάλλον να γίνουν ενεργά μέλη μιας κοινωνίας, μέσα στην οποία θα διαμόρφωναν τη δική τους ζωή και θα έκαναν ανάληψη του ρόλου που τους αναλογούσε και επιθυμούσαν οι ίδιοι, ανάλογα με τις ικανότητες και τις δυνατότητές τους και το πολιτισμικό και κοινωνικό τους κεφάλαιο. Σήμερα οι έφηβοι δεν εκκινούν με τον ίδιο τρόπο την ενήλικη ζωή τους. Η διαφορά είναι, ότι αυτή η νέα γενιά έχει γεννηθεί μέσα σε μία κοινωνία, της οποίας ήδη από πολύ μικρή ηλικία μετέχει πρώτα ως χρήστης και μετέπειτα ως πολίτης. Πριν λοιπόν τα παιδιά γίνουν ενεργοί πολίτες, γίνονται ενεργοί χρήστες του Διαδικτύου και επιφορτώνονται κάθε ευθύνη που φέρει η απόλυτη πρόσβαση στην πληροφορία. Η γνώση και η διαχείρισή της είναι ένα μεγάλο βάρος στους ώμους ενός παιδιού στις ευαίσθητες ηλικίες των 15 έως 18 ετών και αυτό συμβαίνει, διότι σε αυτήν την ηλικία το άτομο ακόμα βρίσκεται στη διαδικασία της διαμόρφωσης. Μέσα σε αυτά τα νέα δεδομένα, σε μία εποχή που επιτάσσει τη συμμετοχή, οι έφηβοι πια συμμετέχουν, ενώ μάλιστα διαμορφώνουν και οι ίδιοι τάσεις. Η εφηβεία ως βιολογικό στάδιο ανάπτυξης δεν έχει μεταβολές, όμως η νέα γνώση, η υπερπληθώρα πληροφοριών και η διαχείριση της, έχει αναγκάσει τους εφήβους να προσαρμοστούν στην νέα εποχή, αποτελώντας ενεργά μέλη, με πλούσια δράση κάτι που είναι απόλυτα λογικό, αφού τα παιδιά σε αυτήν την ηλικία έχουν εξαιρετικές αφομοιωτικές και προσαρμοστικές ικανότητες, ενώ έχουν ήδη εργαλειοποιήσει τις νέες τεχνολογίες και τις έχουν ενσωματώσει στην καθημερινή τους ζωή πολύ πιο εύκολα από έναν ενήλικο, για τον οποίο μέχρι πρόσφατα καινοτομία αποτελούσε ακόμα και η πρόσβαση στο Διαδίκτυο από το κινητό τηλέφωνο.

Συμπερασματικά, μπορούμε να πούμε πως οι έφηβοι πλέον είναι ένα υπολογίσιμο δυναμικό κοινό, το οποίο διαμορφώνει περιεχόμενο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και έχει αναλάβει έναν ενεργό ρόλο στη δομή της κοινωνίας, ενώ εργαλειοποιώντας τις νέες τεχνολογίες έχει τη δυνατότητα πλέον να ακούγεται, να διεκδικεί το χώρο του και να γίνεται ορατό. Τα παιδιά δεν είναι αόρατα στο

Διαδίκτυο, είναι ενεργά μέλη, όπως φαίνεται από τις προηγηθείσες έρευνες, πολύ πιο ενεργά από τους περισσότερους ενήλικους και παρά το γεγονός, ότι είναι οικονομικά εξαρτώμενα άτομα, ωστόσο έχουν μεγάλη καταναλωτική δύναμη, διότι διαχειρίζονται οι ίδιοι τους πόρους τους κατά το δοκούν, ακόμα κι αν οι πόροι αυτοί είναι περιορισμένοι.

Τα παραδοσιακά μέσα ως μονόδρομα μέσα δεν έδιναν τη δυνατότητα της αλληλεπίδρασης, όπως επίσης δεν έδιναν και τη δυνατότητα στο κοινό τους να απαντήσει στα μηνύματα που δεχόταν, όμως αυτή η συνθήκη δεν ισχύει στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όπου το κοινό αλληλεπιδρά, με τους εφήβους να μετατρέπουν τις διαδικτυακές πλατφόρμες σε πεδία έκφρασης, διαλόγου, αντίρρησης, αλλά και αντίδρασης σε γεγονότα, καταστάσεις ή ακόμα και πρόσωπα. Αρκεί να ανασύρουμε στην μνήμη μας τις τελευταίες εκλογές για την ανάδειξη Προέδρου των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής, όπου οι έφηβοι χρήστες του Tik Tok μοιχόταραν την προεκλογική καμπάνια του υποψηφίου Προέδρου, Ντόναλντ Τραμπ στην Οκλαχόμα, αγοράζοντας διαδικτυακά εκατοντάδες εισιτήρια για την ομιλία του, στην οποία δεν εμφανίστηκε κανείς, με αποτέλεσμα τα μέσα ενημέρωσης να κάνουν λόγο για φιάσκο, αλλά και για την τεράστια επιρροή που μπορούν να ασκήσουν τα παιδιά αυτής της ηλικίας, πιέζοντας προς την κατεύθυνση που επιθυμούν με όχημα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης³⁴⁰. Η γρήγορη εξάπλωση της πληροφορίας, η μαζικότητα που χαρακτηρίζει τη λειτουργία της επικοινωνίας και η ευκολία στην αλληλεπίδραση είναι στοιχεία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που τα καθιστούν ιδιαίτερα δημοφιλή στις μικρές ηλικίες, αλλά και στοιχεία μίας νέας εποχής που επιτρέπει σε νέους ανθρώπους να συμμετέχουν ως ενεργοί πολίτες. Συνεπώς, μπορούμε να πούμε, πως οι έφηβοι ηλικίας 15 έως 18 ετών είναι ενεργά μέλη μιας κοινωνίας, διότι μπορεί η δράση τους να λαμβάνει χώρα σε έναν εικονικό κόσμο, όμως τα αποτελέσματα των συμπεριφορών και των δράσεών τους διαφαίνονται στον πραγματικό κόσμο, όπου αποτυπώνονται και οι συνέπειες των λόγων και των πράξεών τους.

³⁴⁰ Για περισσότερες πληροφορίες μπορεί να ανατρέξει κανείς στο ρεπορτάζ της Καθημερινής στο σύνδεσμο <https://www.kathimerini.gr/world/1083887/pos-oi-efivoi-christes-toy-tik-tok-metetrepsan-ti-fiesta-toy-tramp-stin-oklachoma-se-fiasko/> όπου δημοσιεύτηκε το άρθρο με τίτλο «Πως οι έφηβοι χρήστες του Tik Tok μετέτρεψαν τη φιάστα του Τραμπ στην Οκλαχόμα σε φιάσκο» στις 21/06/2020.

Στην παρούσα διατριβή αναφέρθηκαν αρκετές φορές, τα συγκριτικά πλεονεκτήματα των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης σε σχέση με τα παραδοσιακά μέσα, ωστόσο αναλύσαμε εκτενώς και τους κινδύνους που ελλοχεύουν κατά τη χρήση τους, ειδικότερα, κατά την κατάχρησή τους. Οι έφηβοι είναι μία ηλικιακή ομάδα υψηλού κινδύνου στο Διαδίκτυο, καθώς λόγω της μικρής τους ηλικίας, αλλά και της ψυχροσύνθεσής τους θυματοποιούνται πιο εύκολα σε σχέση με μεγαλύτερες ηλικίες. Τόσο στη μελέτη περίπτωσης των μαθητών και των μαθητριών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης κατά κύριο λόγο, όσο και στην ποσοτική μας έρευνα σε μικρότερο ωστόσο βαθμό, διαπιστώσαμε πως οι έφηβοι ηλικίας 15 έως 18 ετών έχουν την τάση να υπερεκτιμούν τις δυνατότητες τους, να διακατέχονται από την παιδική αφέλεια, όπως επίσης και κάποιες φορές να έχουν άγνοια κινδύνου κατά τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, με πολλαπλές συνέπειες τόσο για την ψυχική, όσο και για τη σωματική τους υγεία, όπως κατέδειξε και η μελέτη της προϋπάρχουσας βιβλιογραφίας.

Οι έφηβοι έρχονται συχνά σε επαφή με κακοποιητικές συμπεριφορές στο διαδίκτυο, ενώ δεν είναι λίγα τα κορίτσια που ανέφεραν περιστατικά, κατά τα οποία άγνωστοι τα προσέγγισαν στέλνοντάς τους άσεμνο περιεχόμενο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αυτό που παρουσιάζει εξαιρετικό ενδιαφέρον και επιβεβαιώνει την ιδιότητα της εφηβικής ηλικίας, κατά την οποία τα παιδιά σε αυτό το αναπτυξιακό στάδιο υπερεκτιμούν τις δυνατότητές τους είναι το γεγονός, ότι σε περίπτωση αντιμετώπισης κακοποιητικών συμπεριφορών στο διαδίκτυο θα προσπαθούσαν μόνα τους να αντιμετωπίσουν τη διαδικτυακή απειλή, χωρίς να ενημερώσουν κανέναν. Το ερώτημα έγκειται στο κατά πόσο οι έφηβοι ηλικίας 15 έως 18 ετών είναι ικανοί να αξιολογήσουν τον κίνδυνο που μπορεί να συναντήσουν κατά τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Τα παιδιά σε αυτήν την ηλικία δεν είναι σε θέση να αντιληφθούν τους πραγματικούς κινδύνους που μπορεί να συναντήσουν και είναι αρκετά εύκολο να χειραγωγηθούν γι' αυτό και είναι πιο εύκολα θύματα. Επιπλέον, όπως φαίνεται και από τις συνεντεύξεις των μαθητών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης, οι έφηβοι έχουν την τάση να μην αποδίδουν την πραγματική διάσταση των γεγονότων ή ακόμη και να μην υπολογίζουν τις συνέπειες των πράξεών τους και τον αντίκτυπο που ενδεχομένως να έχει μία συμπεριφορά τους σε κάποιον άνθρωπο. Αρκετές φορές ακούστηκε η έκφραση «για πλάκα». Η έκφραση αυτή φανερώνει πως τα

παιδιά δεν αντιλαμβάνονται τη σοβαρότητα κάποιων γεγονότων και την πιθανότητα το αντικείμενο της λεγόμενης «πλάκας» να γίνεται αισθητό ως σοβαρή απειλή για το άτομο που τη δέχεται, έστω κι αν αυτή η συνθήκη δεν ανταποκρίνεται στα ενδεχομένως αγαθά κίνητρα του δρώντος.

Μία σημαντική παράμετρος που ανέδειξαν και οι δύο έρευνες είναι η αξία της φιλίας στην εφηβική ηλικία. Οι φίλοι, η παρέα, «οι κολλητοί» έχουν το μεγαλύτερο μερίδιο βαθμό επιρροής στους εφήβους, οι οποίοι νιώθουν μεγαλύτερη άνεση με τους συνομηλίκους τους από ό,τι με το οικογενειακό τους περιβάλλον, ειδικότερα όταν θα πρέπει να συζητήσουν ζητήματα διαδικτυακής ασφάλειας και περιστατικά που ενδεχομένως συνέβησαν κατά τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και τα παιδιά βίωσαν το αίσθημα της απειλής. Όπως προαναφέρθηκε οι σχέσεις εφήβων-γονέων ακροβατούν σε ένα πολύ λεπτό σχοινί εξαιτίας του αισθήματος ελέγχου και της εξουσίας που νιώθουν τα παιδιά πως έχουν επάνω τους οι ενήλικοι, της πίεσης και της ντροπής να συζητούν θέματα «ταμπού» που φέρνουν σε δύσκολη θέση κυρίως τους ίδιους τους εφήβους. Όπως διαπιστώσαμε τόσο στην ποσοτική έρευνα, όσο και στη μελέτη περίπτωσης, τα παιδιά νιώθουν πως οι γονείς τους θα κατακρίνουν τη συμπεριφορά τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ενώ ταυτόχρονα νιώθουν έντονα το αίσθημα της ντροπής, αντιθέτως με τους φίλους τους, με τους οποίους βρίσκονται στην ίδια φάση της ζωής τους, νιώθουν μεγάλη οικειότητα, δε θεωρούν πως θα τους κρίνουν αυστηρά και θεωρούν, πως εφ' όσον έχουν κοινές αντιλήψεις, τότε μπορούν και από κοινού να δώσουν λύσεις σε ζητήματα που τους απασχολούν. Το χάσμα γενεών είναι μία πραγματική συνθήκη, η οποία διατηρεί μία σημαντική απόσταση μεταξύ εφήβων και γονέων, καθώς οι γονείς βρίσκονται αρκετά μακριά από το αναπτυξιακό στάδιο της εφηβείας, την οποία βίωσαν μέσα σε εντελώς διαφορετικές συνθήκες από τις σημερινές και τα παιδιά δεν είναι σε θέση να αντιληφθούν, πως οι γονείς τους κάποτε πέρασαν από αυτές τις ηλικίες και είναι σε θέση να κατανοήσουν τα προβλήματα που μπορεί να αντιμετωπίζει ο σημερινός έφηβος, ακόμα κι αν η σημερινή εποχή έχει δημιουργήσει νέους κινδύνους εξαιτίας της επέλασης της τεχνολογίας και της διαρκούς χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που αποτελούν πεδίο, στο οποίο αναπτύσσονται συχνά παρεκκλίνουσες συμπεριφορές και ελλοχεύουν υπέρμετροι κίνδυνοι.

Οι έφηβοι φαίνονται εξοικειωμένοι με τα εργαλεία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που τους παρέχουν κάποια σχετική προστασία από τους διαδικτυακούς κινδύνους, ενώ θέτουν αυστηρά κριτήρια στις διαδικτυακές τους φιλίες με σκοπό την αυτοπροστασία τους και την ελαχιστοποίηση ενδεχόμενων απειλών στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης. Προσπαθούν να φιλτράρουν τα αιτήματα φιλίας που δέχονται, ενώ εάν κάποιος άγνωστος τα προσεγγίσει και αντιληφθούν την επικινδυνότητά του, απευθείας τον «μπλοκάρουν», ώστε να μην μπορεί να επικοινωνήσει με κανέναν τρόπο ξανά μαζί τους. Σημαντικό εύρημα των ερευνών όμως, είναι πως οι έφηβοι στις υπό διερεύνηση ηλικίες δεν είναι εξοικειωμένοι με τις διαδικασίες που θα πρέπει να ακολουθηθούν σε περίπτωση που θυματοποιηθούν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή νιώσουν πως κινδυνεύουν στο Διαδίκτυο. Αν και η πλειοψηφία των εφήβων γνωρίζει, πως η Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος είναι η υπηρεσία στην οποία θα πρέπει να απευθυνθούν, ωστόσο δε γνωρίζουν επακριβώς τη διαδικασία, ενώ μάλιστα αρκετοί θεωρούν πως όταν κάνει κανείς «αναφορά» σε ένα προφίλ σε μία πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης είναι έννοια ταυτόσημη με καταγγελία, γεγονός που δεν ανταποκρίνεται σαφώς στην πραγματικότητα και αναδεικνύει τη σοβαρή έλλειψη ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης των εφήβων σε θέματα ασφάλειας στο Διαδίκτυο και αντιμετώπισης των διαδικτυακών κινδύνων. Παρά το γεγονός, ότι οι γονείς συμβουλεύουν τα παιδιά τους να προσέχουν το περιεχόμενο που δημιουργούν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αλλά και να αποφεύγουν να δικτυώνονται με αγνώστους, ωστόσο προκύπτει, πως οι έφηβοι είναι πλημμελώς ενημερωμένοι από το οικογενειακό τους περιβάλλον, όπως επίσης και από το σχολικό περιβάλλον. Οι συμμετέχοντες της μελέτης περίπτωσης του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης θεωρούν πως το σχολείο, θα έπρεπε να κατανοεί περισσότερο τις ανάγκες των σημερινών εφήβων και να αφουγκράζεται τους προβληματισμούς τους, ειδικά σε θέματα ασφάλειας στο Διαδίκτυο, για τα οποία δεν έχουν σχεδόν καμία ενημέρωση. Οι έφηβοι επισημαίνουν την απόσταση που υφίσταται μεταξύ του ελληνικού σχολείου και των μαθητών, η οποία τους δημιουργεί αρνητικά συναισθήματα, καθώς επιθυμούν ένα σύγχρονο σχολείο με μεγαλύτερη κατανόηση στα ζητήματα που αφορούν τους μαθητές και τις μαθήτριες, που δεν άπτονται μόνο εκπαιδευτικών θεμάτων, αλλά και κοινωνικών, καθώς η νέα γενιά της Κοινωνίας της Πληροφορίας είναι αφυπνισμένη και ενεργή κοινωνικά.

Συνοψίζοντας λοιπόν, θα μπορούσαμε να πούμε πως οι έφηβοι ηλικίας 15 έως 18 ετών αντιλαμβάνονται τους κινδύνους που υπάρχουν στο Διαδίκτυο, όπως επίσης είναι σε θέση να αντιληφθούν και την επικινδυνότητα των αγνώστων ατόμων που ενδεχομένως να προσπαθήσουν να τους εκμεταλλευτούν μέσω των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης. Ακόμα κι αν φαίνεται πως θέτουν αυστηρά κριτήρια στις διαδικτυακές τους φιλίες, το γεγονός, ότι υπερεκτιμούν τις ικανότητες και τις δυνατότητές τους, όπως επίσης και το γεγονός, ότι οι γονείς τους δεν αποτελούν τα πρόσωπα, στα οποία καταφεύγουν σε περίπτωση που έρθουν αντιμέτωποι με παρεκκλίνουσες συμπεριφορές στο Διαδίκτυο, καθιστά τα παιδιά ευάλωτα κατά τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, με αποτέλεσμα να θυματοποιούνται πιο εύκολα από άλλες ηλικιακές ομάδες. Αυτό που πρέπει να τονίσουμε στο σημείο αυτό, είναι η σαφής ανάγκη των εφήβων για ενημέρωση και ευαισθητοποίηση σε θέματα ασφάλειας στο Διαδίκτυο τόσο από το οικογενειακό τους περιβάλλον, όσο και από το σχολείο, το οποίο αποτελεί το χώρο στον οποίο τα παιδιά περνούν αρκετές ώρες της ημέρας, έρχονται σε επαφή με συνομηλικούς τους, αλληλεπιδρούν με τους καθηγητές τους, οι οποίοι κατέχουν κομβικό ρόλο στη ζωή τους, ειδικότερα, εάν λάβουμε υπ' όψιν μας τις απαντήσεις κάποιων μαθητών, οι οποίοι ανέφεραν, πως νιώθουν μεγαλύτερη ασφάλεια κι έχουν περισσότερη εμπιστοσύνη σε κάποιους καθηγητές τους, παρά στους γονείς τους, με τους οποίους δεν έχουν ανοιχτούς διαύλους επικοινωνίας, εξαιτίας του χάσματος γενεών που προκύπτει από τη μεγάλη διαφορά ηλικίας. Παρά το γεγονός, ότι οι νέοι γονείς των σημερινών εφήβων βρίσκονται κοντά τους και τους συμβουλεύουν για θέματα ασφάλειας στο Διαδίκτυο, ωστόσο η εμπειριστατωμένη ενημέρωση από την πλευρά τους εκλείπει, και αυτό αποδεικνύεται από το γεγονός, πως οι έφηβοι δε διαθέτουν βασικές γνώσεις αντιμετώπισης επικίνδυνων συμπεριφορών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Υπάρχουν μεν σχέσεις εμπιστοσύνης μεταξύ γονέων και εφήβων, όμως η ενίσχυσή τους θεωρείται επιβεβλημένη για την προστασία των παιδιών και την πρόληψη φαινομένων που θέτουν όχι μόνο την ψυχική, αλλά και τη σωματική τους υγεία σε κίνδυνο, ενώ επιβεβλημένη θα πρέπει να θεωρείται και η συμμετοχή του σχολείου στη διαδικασία αυτή, καθώς οι έφηβοι επισημαίνουν την ανεπαρκή ενημέρωση που λαμβάνουν επιζητώντας ουσιαστικά τον εκσυγχρονισμό του ελληνικού σχολείου και την ευθυγράμμισή του με τη σύγχρονη εποχή.

Στην παρούσα διατριβή μελετήσαμε το φαινόμενο της χρήσης των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης από εφήβους ηλικίας 15 έως 18 ετών. Είχαμε την ευκαιρία να αναζητήσουμε τα βαθύτερα κίνητρά τους, να μάθουμε τους τρόπους με τους οποίους επιλέγουν να επικοινωνήσουν μεταξύ τους, να διερευνήσουμε το πώς οι ίδιοι αντιλαμβάνονται τους τρόπους με τους οποίους διαμορφώνονται οι μεταξύ τους σχέσεις, η δράση που αναπτύσσουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, καθώς επίσης και να αναζητήσουμε το αποτύπωμα αυτής τους της συμπεριφοράς στη γενικότερη εικόνα της σημερινής κοινωνίας υπό το πρίσμα των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών που φέρει η εφηβική ηλικία. Επιπλέον, με την τριγωνοποίηση καταφέραμε να εξετάσουμε το ίδιο φαινόμενο υπό δύο διαφορετικά μεθοδολογικά πρίσματα, μέσω της μελέτης περίπτωσης των μαθητών και μαθητριών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης και της ποσοτικής έρευνας που διεξήχθη σε 500 εφήβους, ενώ συγκριτικά μπορούμε να πούμε πως τα αποτελέσματα των δύο ερευνών μας ταυτίζονται στον απόλυτο βαθμό, γεγονός που μας επιτρέπει να γενικεύσουμε τα συμπεράσματά μας με ασφάλεια σε ολόκληρο τον πληθυσμό των εφήβων της χώρας μας.

Η ερευνητική μας υπόθεση, πως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζουν κι εν τέλει διαμορφώνουν τις κοινωνικές, οικογενειακές και προσωπικές σχέσεις των εφήβων ηλικίας 15 έως 18 ετών δεν επιβεβαιώνεται, καθώς τα ερευνητικά δεδομένα που προέκυψαν από τις δύο εκπονηθείσες έρευνες, δε μας οδηγούν στο συμπέρασμα πως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ακόμα κι αν έχουν εισχωρήσει στην καθημερινότητα όλων, έχουν τη δύναμη να μεταβάλουν το status και τη δομή των σχέσεων που αναπτύσσουν οι έφηβοι μεταξύ τους, αλλά και με το οικογενειακό και σχολικό τους περιβάλλον. Αντιθέτως, φαίνεται πως οι έφηβοι είναι μία πολύ ισχυρή ηλικιακή ομάδα, που επιδεικνύει τρομερή δυναμική επί των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στο σύγχρονο διαδικτυακό περιβάλλον, στα οποία επιβάλλεται κι ενδεχομένως κυριαρχεί, καθώς παρατηρούμε, πως τα νέα μέσα τείνουν να προσαρμόζονται στα χαρακτηριστικά του πιο δυναμικού τους κοινού και όχι το αντίστροφο. Οι έφηβοι στη σύγχρονη εποχή πρωταγωνιστούν και είναι ενεργά μέλη μίας κοινωνίας, η οποία αμφιταλαντεύεται μεταξύ φαντασιακού και πραγματικού, ωστόσο τα παιδιά μην έχοντας γνώση των προηγούμενων κοινωνικών συνθηκών έχουν καταφέρει σε ικανοποιητικότατο βαθμό να διαχωρίσουν την εικονική από την πραγματική ζωή εργαλειοποιώντας τα νέα τεχνολογικά επιτεύγματα για τη

διευκόλυνση τόσο της ενημέρωσης όσο και της επικοινωνίας τους. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ως σύγχρονα μέσα σαφώς έχουν επιρροές στα άτομα, όχι όμως και στις σχέσεις τους. Οι κατεστημένες κοινωνικές σχέσεις παραμένουν στον αρχέγονο τύπο τους στα ισχυρά θεμέλια της διαπροσωπικής επικοινωνίας και της διάζωσης επαφής, η οποία είναι και το ζητούμενο των εφήβων των υπό διερεύνηση ηλικιών.

Ολοκληρώνοντας την παρούσα διατριβή, φτάνει στο τέλος της μία μακρά πορεία, βαθύτατα διδακτική, μέσω της οποίας δόθηκαν απαντήσεις σε καίρια ερωτήματα που απασχολούν την επιστημονική κοινότητα, αλλά ταυτόχρονα απασχολούν την εκπαιδευτική κοινότητα, τους γονείς, όπως και τους ίδιους τους εφήβους, οι οποίοι αποτελούν μία εξαιρετική ηλικιακή ομάδα προς μελέτη. Ωστόσο ιδιαίτερο ερευνητικό ενδιαφέρον παρουσιάζουν όλες οι ηλικιακές ομάδες ως χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Τα παιδιά προσχολικής ηλικίας θα ήταν μία επίσης ενδιαφέρουσα ηλικιακή ομάδα για μελέτη και ανάλυση ως προς τη χρήση του Διαδικτύου και των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης, όπως επίσης και των πλατφορμών διαδικτυακών παιχνιδιών, καθώς τα παιδιά πλέον από πολύ μικρή ηλικία είναι ήδη εξοικειωμένα με τα υπερσύγχρονα τεχνολογικά επιτεύγματα, αλλά και τη διάδραση στο διαδικτυακό περιβάλλον. Επιπλέον, ενδιαφέροντα θα είναι και τα αποτελέσματα ερευνών σε ηλικίες, οι οποίες είναι σε θέση να ανασύρουν από τη μνήμη τους τη ζωή χωρίς την επέλαση της τεχνολογίας, καθώς σε αυτούς τους ανθρώπους θα μπορούσαμε να κατανοήσουμε τον πραγματικό βαθμό επίδρασης των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στις κοινωνικές, προσωπικές, αλλά και τις επαγγελματικές τους σχέσεις. Σε κάθε περίπτωση, τα σύγχρονα μέσα επικοινωνίας και ενημέρωσης αποτελούν ένα πολυεπίπεδο πεδίο, το οποίο επιτρέπει τη διερεύνηση πληθώρας φαινομένων που παρατηρούνται στους κόλπους τους στον άξονα της ορθής έως της μη ορθής χρήσης τους. Κομβική θεωρείται η μεθοδολογία που ακολουθείται, η επιλογή της οποίας δύναται να είναι καθοριστική για τα εκάστοτε αποτελέσματα που προκύπτουν. Το συνεχώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον εντός του οποίου διαβιούμε αποτελεί ανεξάντλητη πηγή ερευνητικών δεδομένων, τα οποία ερχόμενα στην επιφάνεια θα φέρουν στο φως ενδιαφέροντα στοιχεία που αναμένεται να συμβάλουν στην πρόοδο και την εξέλιξη της επιστήμης, αλλά και τη βαθύτερη κατανόηση του κόσμου τόσο σε μακρο- όσο και σε μικρο-επίπεδο.

Ελληνόγλωσση Βιβλιογραφία

- Αλεξιάς, Γ. (2008). Ο δυνητικός «άλλος»: το δυνητικό σώμα. Στο Κωνσταντίνος Κοσκινάς & Δρ. Σπύρος Αρσένης (Επιμ.), *Δυνητικές κοινότητες και διακίβυτο: Κοινωνιο - Ψυχολογικές προσεγγίσεις και τεχνικές εφαρμογές* (σελ. 91-116). Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
- Αλεξιάς, Γ. & Βάγιας, Γ. (2008). Από την Παραδοσιακή στη Δυνητική Οργάνωση. Θεωρητικά ζητήματα και προσεγγίσεις. Στο Κωνσταντίνος Κοσκινάς & Δρ. Σπύρος Αρσένης (Επιμ.), *Δυνητικές κοινότητες και διακίβυτο: Κοινωνιο - Ψυχολογικές προσεγγίσεις και τεχνικές εφαρμογές* (σελ. 41-90). Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
- Ασημάκη, Α., Κουστουράκης, Γ. & Καμαριανός, Ι. (2011). Οι έννοιες της νεωτερικότητας και της μετανεωτερικότητας και η σχέση τους με τη γνώση: μια κοινωνιολογική προσέγγιση. *Το Βήμα των Κοινωνικών Επιστημών*, 15 (60), 99 - 120.
- Ασημακόπουλος, Μ., Παρασκευάς, Γ. & Τριανταφύλλου, Β. (2015). *Κοινωνία της Πληροφορίας: Υποδομές, υπηρεσίες και επιπτώσεις*. Creative Commons BY – NC – ND.
- Ασκητής, Θ. (2012). Συμπεριφορές υψηλού κινδύνου των εφήβων στο διαδίκτυο. Στο Άρτεμις Τσίτσικα και Γεώργιος Κορμάς (Επιμ.), *Δίκτυο και Εφηβεία*. (101 - 106). Αθήνα: Εκδόσεις Π.Χ. Πασχαλίδης – Broken Hill Publishers LTD.
- Ασκητής, Θ. (2019). Κατάχρηση διαδικτύου – Συμπεριφορές εξάρτησης και υψηλού κινδύνου των εφήβων στο διαδίκτυο. Στο Άρτεμις Τσίτσικα και Αλέξανδρος Κοπανιάρης (Επιμ.), *Ψηφιακή Γενιά. Χρήση της Τεχνολογίας από παιδιά και εφήβους* (97 - 103). Αθήνα: Εκδόσεις Πεδίο.
- Ασλανίδου, Σ. & Οικονόμου, Α. (2006). Νέοι και διαδίκτυο: χρήση και πρακτικές στο σχολείο. *5ο Πανελλήνιο Συνέδριο της Ελληνικής Επιστημονικής Ένωσης Τ. Π. Ε., «Οι Τ.Π.Ε. στην Εκπαίδευση»*. Θεσσαλονίκη, Ελλάδα.
- Αυγητίδου, Σ. & Χατζηλιαμή, Μ. (2005). Η Εικόνα της Παιδικής Ηλικίας στον Διαφημιστικό Λόγο και τα Παιδιά ως Ενεργητικοί Αποδέκτες της. Στο Ουρανία Κωνσταντινίδου – Σέμογλου (Επιμ.) *Εικόνα και Παιδί – Icon and Child*. (291-299). Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Cannot Not Design Publications.
- Βαβίτσας, Θ. (2019). *Ο βιόκοσμος στον Habermas και μία απόπειρα εννοιολογικής προσέγγισης*. Όπως ανακτήθηκε από τον ιστότοπο: <https://www.tameteora.gr/aporseis-sxolia/aporseis/281709/o-biokosmos-ston-habermas-kai-mia-apopteira-en/>
- Βαγγελάτος, Α., Θεόδωρος, Ε., Καραμολέγκος, Π. & Νικολετσέας, Σ. (2015). Πρακτικά 8ου Πανελληνίου Συνεδρίου των Εκπαιδευτικών για τις Τ.Π.Ε., «Αξιοποίηση των Τεχνολογιών της Πληροφορίας και της Επικοινωνίας στη Διδακτική Πράξη». Σύρος, Ελλάδα. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα:

- https://www.researchgate.net/publication/330193990_Psephiake_Empistosyn_e_kai_Synchrone_Scholeio_Dedomena_tou_Semera
- Βαγιανός, Δ. (2015). *Anthony Giddens – Zygmunt Bauman περί Νεωτερικότητας*. Όπως ανακτήθηκε στις 15/11/2020 από τον ιστότοπο: https://www.academia.edu/1493931/Anthony_Giddens_Zygmunt_Bauman_περί_Νεωτερικότητας
- Βάμβουκας, Μ. Ι. (2010). *Εισαγωγή στην Ψυχοπαιδαγωγική Έρευνα και Μεθοδολογία*. Αθήνα: Εκδόσεις Γρηγόρη.
- Γάκη Α., & Αντωνίου Α.-Σ. (2016). Μορφές διαδικτυακής παρενόχλησης (διαδικτυακή αποπλάνηση και παιδική πορνογραφία): προτάσεις αντιμετώπισης. *Πανελλήνιο Συνέδριο Επιστημών Εκπαίδευσης, 2014(2)*, 683–692. <https://doi.org/10.12681/edusc.414>
- Γιώτα, Κ. Γ. (2015). *Ο ρόλος της επικοινωνίας μέσω Διαδικτύου με τη χρήση υπολογιστή στη διαδικασία κοινωνικής αλληλεπίδρασης και ανάπτυξης διαπροσωπικών σχέσεων*. Αδημοσίευτη Διδακτορική Διατριβή. Παιδαγωγικό Τμήμα Ειδικής Αγωγής, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.
- Γκίβαλος, Μ. (2005). *Επιστήμη, γνώση και μέθοδος*. Αθήνα: Εκδόσεις Νήσος.
- Γκίβαλος, Μ. (2010). *Σημειώσεις του μαθήματος Επιστημολογία – Γνωσιοθεωρία του ΠΜΣ «Κοινωνιολογία της Εργασίας: Πολιτικές Αγοράς Εργασίας – Μειονότητες – Παιδική Ηλικία»*. Αθήνα: Ε.Κ.Π.Α. Π.Τ.Δ.Ε.
- Δασκαλάκης, Δ. (2009). *Βιομηχανική Κοινωνιολογία: Οργάνωση – Εργασία – Τεχνολογία*. Αθήνα: Εκδόσεις Σάκκουλας.
- Δασκαλάκης, Δ. & Φασούλης, Κ. Β. (2013). *Το οργανωτικό φαινόμενο στο Διαδίκτυο*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.
- Δημητρακοπούλου, Β & Τσίτσικα, Α. (2019). «Σεξουαλικοποίηση» Παιδιών και Εφήβων. Στο Άρτεμις Τσίτσικα και Αλέξανδρος Κοπανιάρης (Επιμ.), *Ψηφιακή Γενικά. Χρήση της Τεχνολογίας από παιδιά και εφήβους* (120-131). Αθήνα: Εκδόσεις Πεδίο.
- Διαμαντοπούλου, Α. & Δαβράζος, Γ. (2014). Διαδικτυακός εθισμός. Η συμβολή γονέων, εκπαιδευτικών και ειδικών στην αποτελεσματική αντιμετώπισή του. *Τα Πρακτικά του Συνεδρίου «Νέος Παιδαγωγός»*, (σελ.1862-1868). Αθήνα, Ελλάδα.
- Διαμαντοπούλου, Α. & Δαβράζος, Γ. (2015). Διαδικτυακός Εθισμός: Μία Προσπάθεια Εννοιολογικής Προσέγγισης του Όρου. *Πρακτικά του Συνεδρίου – «Η εκπαίδευση στην εποχή των Τ.Π.Ε.»* (σελ. 3013 - 3020). Αθήνα, Ελλάδα.
- Ε.Κ.Α.Δ. – Ι.Τ.Ε. (2017). *Στατιστικά στοιχεία Γραμμής Βοήθειας HELP-LINE 2017 του Ελληνικού Κέντρου Ασφαλούς Διαδικτύου*. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <http://www.help-line.gr/?p=587>
- Ε.Κ.Α.Δ.-Ι.Τ.Ε. (2018). *Η σχέση των παιδιών με τα κοινωνικά δίκτυα μέσα από τα μάτια των γονιών*. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <https://saferinternet4kids.gr/press-newsletter/press/survey-press-2018/>

- Ε.Κ.Α.Δ.-Ι.Τ.Ε. (2019). Αποτελέσματα έρευνας του Ελληνικού Κέντρου Ασφαλούς Διαδικτύου του ΙΤΕ σε 14.000 μαθητές για τις συνήθειες και τους κινδύνους που αντιμετωπίζουν στο Δίκτυο. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <https://saferinternet4kids.gr/press-newsletter/researchresults/>
- Ε.Κ.Α.Δ.-Ι.Τ.Ε. (2020). Αποτελέσματα έρευνας 2019-2020 για διαδικτυακές συνήθειες παιδιών, επηρεασμό από κοινωνικά δίκτυα και online gaming. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <https://safm,erinternet4kids.gr/nea/apotelesmata-ereynas-19-20/>
- ΕΛΣΤΑΤ (2015). Έρευνα χρήσης τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας από νοικοκυριά και άτομα: Έτος 2015. Πειραιάς.
- ΕΛΣΤΑΤ (2019). Έρευνα χρήσης τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας από νοικοκυριά και άτομα: Έτος 2019. Πειραιάς.
- ΕΛΣΤΑΤ (2020). Έρευνες Δευτεροβάθμιας Γενικής Εκπαίδευσης (Γυμνάσια και Λύκεια): Λήξη σχολικού έτους 2018/2019. Πειραιάς.
- ΕΛΣΤΑΤ (2021α). Ελλάς με αριθμούς: Ιανουάριος – Μάρτιος 2021. Πειραιάς.
- ΕΛΣΤΑΤ (2021β). Ελλάς με αριθμούς: Απρίλιος – Ιούνιος 2021. Πειραιάς.
- Εργαστήριο Κοινωνικών Ερευνών (2019). Ερευνητική Έκθεση: Σύγχρονες τάσεις στην παραγωγή Πολιτιστικού Προϊόντος για Παιδιά και Νέους στην Ελλάδα την περίοδο της οικονομικής κρίσης. Π.Τ.Δ.Ε., Ε.Κ.Π.Α.
- Θάνος, Θ. & Τόλιος, Ε. (2013). Εκπαιδευτικές – πολιτιστικές πρακτικές των γονέων και κοινωνική προέλευση. *Επιστημονική Επετηρίδα Παιδαγωγικού Τμήματος Νηπιαγωγών Πανεπιστημίου Ιωαννίνων*, 6, 54-89. doi: 10.12681/jret.757
- Ίσαρη, Φ. & Πουρκός, Μ. (2015). Ποιοτική Μεθοδολογία Έρευνας: Εφαρμογές στην Ψυχολογία και στην Εκπαίδευση. Αθήνα: Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά Συγγράματα και Βοηθήματα. Ανακτήθηκε στις 20/4/2021 από τον ιστότοπο: https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/5826/4/15327_Isari-KOY.pdf
- Καβουλάκος, Κ. (1996). *Γιούργκεν Χάμπερμας. Τα θεμέλια του λόγου και της κριτικής κοινωνικής θεωρίας*. Αθήνα: Πόλις.
- Κάβουρα, Α. (2016). *Επικοινωνία και διαφήμιση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης*. Αθήνα: Εκδόσεις Διόνικος.
- Κακαβούλια, Μ. (2004). *Μορφές και λέξεις στο έργο της Ελένης Βακαλό*. Αθήνα: Εκδόσεις Νεφέλη.
- Κακάμπουρα, Ρ. (2011). *Αφηγήσεις Ζωής: Η βιογραφική προσέγγιση στη σύγχρονη λαογραφική έρευνα*. Ζεφύρι: Διάδραση.
- Κάλλας, Γ. (2019). *Αναλύοντας τις Κοινωνίες της Πληροφορίας*. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.
- Καλογεράκη, Σ. (2020). *Σχεδιασμός και κατασκευή ερωτηματολογίων στην κοινωνική έρευνα*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Καλογερόπουλος, Α., Παναγιώτου, Ν. & Δημητρακοπούλου, Δ. (2016). *Reuters Institute: Έρευνα για τις ψηφιακές ειδήσεις 2016 (Ελλάδα)*. iWrite Creative Team: Αθήνα.

- Καλοσπύρος, Ν. & Παγοροπούλου, Α. (2015). Η νοητική παγίδα της αβασάνιστης ευχαρίστησης στην κοινότητα του διαδικτύου. *Πρακτικά Πανελληνίου Συνεδρίου Επιστημών Εκπαίδευσης* (σελ. 522 - 531). Αθήνα, Ελλάδα. <https://doi.org/10.12681/edusc.235>
- Καναβού, Ε., Σταύρου, Μ., Φωτίου, Α. & Κοκκέβη, Α. (2020). Οι έφηβοι στην Ελλάδα και στις 44 χώρες του προγράμματος HBSC/WHO 2018. *Σειρά Θεματικών τευχών: Έφηβοι, Συμπεριφορές και Υγεία*. Ερευνητικό Πανεπιστημιακό Ινστιτούτο Ψυχικής Υγείας, Νευροεπιστημών & Ιατρικής Ακριβείας «Κώστας Στεφανής».
- Καππάτου, Α. (2012). *Νέες επικοινωνιακές δομές και συμβάσεις: Γλωσσολογική και κοινωνιολογική ανάλυση των διαδικτυακών συζητήσεων των νέων*. Αδημοσίευτη διδακτορική διατριβή. Παιδαγωγικό Τμήμα Νηπιαγωγών, Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας.
- Καραντζής, Θ. (2019). *Η λειτουργία της επικοινωνίας στην ανάπτυξη του σχολικού κλίματος: η οπτική των εκπαιδευτικών της σχολικής μονάδας*. Αδημοσίευτη Διπλωματική Εργασία. Τμήμα Επιστημών της Προσχολικής Αγωγής και του Εκπαιδευτικού Σχεδιασμού. Πανεπιστήμιο Αιγαίου.
- Κασσωτάκης, Μ. (2001). Το επίσημο και το παράλληλο σχολείο: σχέση ανταγωνιστική ή συμπληρωματική; Στο Π. Χαραμής (Επιμ.), *Η αξιοποίηση των ΜΜΕ στο σχολείο: Δυνατότητες – Όρια – Προοπτικές*, (23-34). Αθήνα: Εκδόσεις της Σχολής Ι. Μ. Παναγιωτόπουλου.
- Κατερέλος, Ι. & Παπαδόπουλος, Π. (2009). *Οι έφηβοι και το ίντερνετ. Ασφαλής και δημιουργική χρήση*. Αθήνα: Καστανιώτης.
- Κιουμή, Ε. Ι. (2017). *Η σημασία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για τη διομαδική επαφή και η επιρροή τους στις διομαδικές στάσεις των χρηστών*. Αδημοσίευτη Διδακτορική Διατριβή. Τμήμα Δημοσιογραφίας και Μ.Μ.Ε., Α.Π.Θ.
- Κόλλιας, Α. (2014). *Ανάλυση Περιεχομένου. Εξέλιξη, τεχνικές και εφαρμογές της μεθόδου στη μελέτη της επικοινωνίας*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.
- Κοντάκος, Α. (2017). Πληροφορία, Επικοινωνία και Μέσα: Η Πραγματικότητά τους και η Παιδαγωγική τους. Μια Συστημική Οριοθέτηση. Στο Α. Θ. Κοντάκος & Π. Ι. Σταμάτης (Επ. Επιμ.), *Επικοινωνία και Εκπαίδευση, τ.2, Θεωρίες και Μοντέλα Επικοινωνίας στην Εκπαίδευση*, (23-85). Αθήνα: Διάδραση.
- Κορρέ, Μ. (2012). Δυναμική οικογένειας και συμπεριφορές εξάρτησης στο διαδίκτυο. Στο Άρτεμις Τσίτσικα και Γεώργιος Κορμάς (Επιμ.), *Διαδίκτυο και Εφηβεία* (115-130). Αθήνα: Εκδόσεις Π.Χ. Πασχαλίδης – Broken Hill Publishers LTD.
- Κωλέτση, Μ. (2008). Ψυχολογία του Κυβερνοχώρου. Στο Κωνσταντίνος Κοσκινάς & Δρ. Σπύρος Αρσένης (Επιμ.), *Δυνητικές κοινότητες και διαδίκτυο: Κοινωνιο Ψυχολογικές προσεγγίσεις και τεχνικές εφαρμογές* (σελ. 117-125). Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
- Κωνσταντοπούλου, Χ. (1995). *Θέματα Μεταμοντέρνας Επικοινωνίας*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Κυριακίδη.

- Κωνσταντοπούλου, Χ. (2003). Κοινωνικά γεγονότα, ειδήσεις και «reality shows»: Η μεταμοντέρνα κοινωνική ανάλυση και το τέλος της κοινωνιολογίας. Στο Ρόη Παναγιωτοπούλου, Σωκράτης Κονιόρδος, Λάουρα Μαράτου – Αλιπράντη (Επιμ.), *Παγκοσμιοποίηση και Σύγχρονη Κοινωνία* (315-332). Αθήνα: Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών.
- Λάλλας, Δ. (2019). *Σημειώσεις μαθήματος: «Εισαγωγή στην Κοινωνιολογία»*. Αθήνα: Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- Λάμνιαν, Κ. (2002). *Κοινωνιολογική θεωρία και εκπαίδευση: Διακριτές προσεγγίσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις Μεταίχιμο.
- Λαμπροπούλου, Ε. (2009). Η Σχολή του Σικάγου και η νεανική παραβατικότητα. Στο Τάτσης, Ν. & Θανοπούλου, Μ. (Επιμ.), *Η Κοινωνιολογία της Σχολής του Σικάγου*, (259-285). Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήσης.
- Λέανδρος, Ν. (2005). *Το διαδίκτυο: Ανάπτυξη και αλλαγή*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
- Μαγγόπουλος, Γ. (2014). Η μελέτη περίπτωσης ως ερευνητική στρατηγική στην αξιολόγηση προγραμμάτων: θεωρητικοί προβληματισμοί. *Το Βήμα των Κοινωνικών Επιστημών* (64)ΙΣΤ, 73-93.
- Μαγκλάρα, Ν. (2019). ΔΕΠ-Υ και Διαδικτυακός «Εθισμός». Στο Άρτεμις Τσίτσικα και Αλέξανδρος Κοπανιάρης (Επιμ.), *Ψηφιακή Γενιά. Χρήση της Τεχνολογίας από παιδιά και εφήβους* (157-164). Αθήνα: Εκδόσεις Πεδίο.
- Μαγκλάρας, Β. (2013). *Θεωρίες Κοινωνικών Συστημάτων: Parsons, Luhmann, Habermas*. Αθήνα: Εκδόσεις Ι. Σιδέρης.
- Μακρυδημήτρης, Α. & Καρκατσούλης, Π. (1995). *Θεωρία των κοινωνικών συστημάτων, Niklas Luhmann*. Αθήνα – Κομοτηνή: Εκδόσεις Αν. Ν. Σάκκουλας.
- Μανούσου, Ε. & Χαρτοφύλακα, Τ. (2011). Κοινωνικά δίκτυα και μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην εξ αποστάσεως τριτοβάθμια εκπαίδευση. 2^ο Πανελλήνιο Συνέδριο, «Ένταξη και χρήση των ΤΠΕ στην εκπαιδευτική διαδικασία». Πάτρα, Ελλάδα.
- Μανωλόπουλος, Χ. και Σπυράκης, Π. (2008). Οι Δυνητικές Κοινότητες ως τεχνοκοινωνικά μορφώματα: Μεθοδολογίες αναπαράστασης και ερμηνείας. Στο Κωνσταντίνος Κοσκινάς και Δρ Σπύρος Αρσένης (Επιμ.), *Δυνητικές κοινότητες και Δίκτυο: Κοινωνιο – Ψυχολογικές προσεγγίσεις και Τεχνικές εφαρμογές* (σελ.269-307). Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
- Μαράτου – Αλιπράντη, Λ., Παπλιάκου, Β. & Χατζηγιάννη, Α. (1995). Κοινωνικά Δίκτυα στον Αστικό Χώρο: Κοινωνικότητα, Αλληλοβοήθεια, Εργασία (Έρευνα του ΕΚΚΕ). *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, 88, 172-211.
- Μουζέλης, Ν. (1997). *Επιστροφή στην κοινωνιολογική θεωρία. Η έννοια της ιεραρχίας και το πέρασμα από τη μικρο- στη μακρο- κοινωνιολογία*. Αθήνα: Θεμέλιο.
- Μπαλής, Χ., Ταγκόπουλος, Η. & Σταμούλη, Α. Μ. (2013). Ασφάλεια στο Διαδίκτυο: μία πρόταση για αυτόνομο μάθημα. 7ο Πανελλήνιο Συνέδριο Καθηγητών Πληροφορικής, «Η Πληροφορική στην πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια

- εκπαίδευση: Προκλήσεις και προοπτικές*». Θεσσαλονίκη, Ελλάδα. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <http://synedrio.pekar.gr/praktika/7o/ergasies/3balis3.pdf>
- Μπελ, Ν. (1999). *Ο πολιτισμός της μεταβιομηχανικής Δύσης*. Αθήνα: Εκδόσεις Νεφέλη.
- Μπιτσάνη, Ε. (2004). *Πολιτισμική διαχείριση και περιφερειακή ανάπτυξη*. Αθήνα: Εκδόσεις Διόνικος.
- Μπόκλουντ – Λαγοπούλου, Κ. & Λαγόπουλος, Φ. Α. (1983). Τι είναι η σημειωτική; *Διαβάζω*, 71, 15 – 23.
- Μπράντλιντζερ, Π. (1999). *Άρτος και θεάματα: Θεωρίες για τη μαζική κουλτούρα ως κοινωνική παρακμή*. Αθήνα: Εκδόσεις Νησίδες.
- Μπράττισης, Θ., Καρασπύρου, Ι. & Κυρίδης, Α. (2010). Ιστοχώροι κοινωνικής δικτύωσης: Απόψεις εφήβων για ζητήματα ασφάλειας και ενημέρωσης. Στο Α. Τζιμογιάννης (Επιμ.), *Πρακτικά Εργασιών 7ου Πανελληνίου Συνεδρίου με Διεθνή Συμμετοχή «Οι ΤΠΕ στην Εκπαίδευση»* - Τόμος 2 (σελ. 803-810). Κόρινθος, Ελλάδα.
- Μπωντριγιάρ, Ζ. (2005). *Η καταναλωτική κοινωνία*. Αθήνα: Εκδόσεις Νησίδες.
- Ντόλας, Ν. (2008). *Η επικοινωνιακή διαδικαστική σύλληψη του δικαίου: «Ιδιωτική» και «Δημόσια» αυτονομία στον J. Habermas*. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: https://www.academia.edu/8298229/Η_ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ_ΔΙΑΔΙΚΑΣΤΙΚΗ_ΣΥΛΛΗΨΗ_ΤΟΥ_ΔΙΚΑΙΟΥ_ΙΔΙΩΤΙΚΗ_ΚΑΙ_ΔΗΜΟΣΙΑ_ΑΥΤΟΝΟΜΙΑ_ΣΤΟΝ_J_HABERMAS
- Παλάζη, Χ. & Εφόπουλος, Β. (2016). Έρευνα σε εκπαιδευτικούς σχετικά με την ασφαλή χρήση του Διαδικτύου από τα παιδιά. *Πρακτικά Εργασιών 10ου Πανελληνίου Συνεδρίου Καθηγητών Πληροφορικής*. Ναύπλιο, Ελλάδα.
- Παναγιωτόπουλος, Ν. (1990). Η θεωρία της πρακτικής του Pierre Bourdieu. *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, 78, 32-65.
- Παναγιωτόπουλος, Ν. (2018). Πρόλογος. Στο Pierre Bourdieu, *η Διάκριση: Κοινωνική κριτική της καλαισθητικής κρίσης*. Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.
- Πάνος, Δ. (2005). *Παρουσίαση του εαυτού και διαδικασίες συγκρότησης ταυτότητας μέσα από τις προσωπικές σελίδες στο διαδίκτυο*. Διδακτορική διατριβή. Τμήμα Επικοινωνίας & Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, Ε.Κ.Π.Α.
- Πανσεληνάς, Γ. (2010). Ασφαλής χρήση του Διαδικτύου: Αποτελεσματικές διδακτικές παρεμβάσεις και ο ρόλος του εκπαιδευτικού Πληροφορικής. *4ο Πανελλήνιο Συνέδριο Καθηγητών Πληροφορικής Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης*. Σέρρες, Ελλάδα. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <http://plirancrete.sch.gr/attachments/article/294/asfalis%20xrisi%20diadiktyoy.pdf>.
- Παπαγεωργίου, Μ. (2010). *Παιδί και Internet: Όσα πρέπει να γνωρίζουμε για μια δημιουργική και ασφαλή χρήση του διαδικτύου*. Αθήνα: Εκδόσεις Εν πλω.
- Παπαναστασίου, Ε. Κ., & Παπαναστασίου, Κ. (2014). *Μεθοδολογία Εκπαιδευτικής Έρευνας* (2nd ed.). Λευκωσία: Ιδιωτική Έκδοση.

- Παπαχαρίση, Ζ. (2010). Οι «Συμπεριφορές» των Κοινωνικών Δικτύων. Στο Στέλιος Παπαθανασόπουλος (Επιμ.), *Τα Μέσα Επικοινωνίας στον 21ο αιώνα* (σελ.197-217). Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
- Παππά, Β. (2008). *Γονείς, παιδιά και ΜΜΕ: Ένας οδηγός γονικής συμπεριφοράς*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
- Παρασκευόπουλος, Ι. (1993). *Μεθοδολογία επιστημονικής έρευνας – Τόμος 1*. Αθήνα: Αθήνα.
- Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας (2010). *Ταυτότητα Χρηστών Internet στην Ελλάδα*. Αθήνα.
- Πατέλη, Κ. (2011). Κοινωνικά Μέσα και Εξουσία. Στο Στέλιος Παπαθανασόπουλος (Επιμ.), *Τα Μέσα Επικοινωνίας στον 21ο αιώνα* (σελ.182-196). Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
- Περπερίδης, Π. (2008). *Το Επικοινωνιακό Μοντέλο του J. Habermas και η συμβολή του στην Κριτική Παιδαγωγική Θεωρία*. Διδακτορική Διατριβή. Τμήμα Φιλοσοφία- Παιδαγωγικής. Α. Π. Θ.
- Πλειός, Γ. (1998). Εξατομίκευση και τηλεοπτική επικοινωνία στην ύστερη νεωτερικότητα. *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, 95(95), 87-124. doi: 10.12681/grsr.723
- Πλειός, Γ. (2001). *Ο Λόγος της Εικόνας. Ιδεολογία και πολιτική*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήσης.
- Πόλο, Ε. & Μάνου, Σ. Π. (2016). *Ανθρώπινες σχέσεις και διαδίκτυο*. Αθήνα: Εκδόσεις Bookstars – Γιωγγαράς.
- Πουρκός, Μ. (2010). Η διαμάχη μεταξύ ποιοτικής και ποσοτικής έρευνας στις κοινωνικές επιστήμες: Διευρύνοντας τις προοπτικές στη μεθοδολογία και τον ερευνητικό σχεδιασμό. Στο Μ. Πουρκός & Μ. Δαφέρμος (Επιμ.), *Ποιοτική έρευνα στις κοινωνικές επιστήμες: Επιστημολογικά, μεθοδολογικά και ηθικά ζητήματα* (σσ. 131-176). Αθήνα: Τόπος.
- Ράπτη, Γ. (2013). *Jürgen Habermas: Η Αναγκαιότητα του Επικοινωνιακού Λόγου*. Όπως ανακτήθηκε από τον ιστότοπο <https://24grammata.com/jurgen-habermas-η-αναγκαιότητα-του-επικοινωνιακου/>
- Ρωμανός, Β. (2007). Το Ζωντανό Κυριεύει το Πεθαμένο; Δομή, Δράση και Υποκειμενικότητα στον Pierre Bourdieu. Στο Σ. Παπαϊωάννου (Επιμ.), *Ζητήματα Θεωρίας και Μεθόδου των Κοινωνικών Επιστημών* (σελ. 338-361). Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Σαχινίδης, Α. (2006). *Οι επιπτώσεις της ισχύος και του τύπου της οργανωσιακής κουλτούρας στην αποτελεσματικότητα και την καινοτομικότητα των επιχειρήσεων*. Διδακτορική Διατριβή. Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης, Πανεπιστήμιο Πειραιώς.
- Σρεμπέρνυ – Μοχάμμαντι, Α. (2009). Το τοπικό και το παγκόσμιο στις διεθνείς επικοινωνίες. Στο James Curran & Michael Gurevitch (Επιμ.), *Μ.Μ.Ε. και Κοινωνία* (σελ. 254-289). Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.

- Σταμέλος, Γ. & Δακοπούλου, Α. (2007). *Η διατριβή στις κοινωνικές επιστήμες: Από το σχεδιασμό στην υλοποίηση*. Αθήνα: Εκδόσεις Μεταίχμιο.
- Στρατηλάτης, Κ. (2015). Η κριτική θεωρία στην εποχή της μεσοποιημένης επικοινωνίας. *Επιστήμη και Κοινωνία: Επιθεώρηση Πολιτικής και Ηθικής Θεωρίας*, 19, 297-334. <https://doi.org/10.12681/sas.674>.
- Στυλιανού, Α. (2002). Η θεωρία του επικοινωνιακού πράττειν κατά τον J. Habermas. Στο Κωνσταντίνος Βουδούρης (Επιμ.), *Ρητορική, επικοινωνία, πολιτική και φιλοσοφία* (250-258). Αθήνα: Εκδόσεις Ιωνία.
- Συμεού, Λ. (2007). Εγκυρότητα και αξιοπιστία στην ποιοτική εκπαιδευτική έρευνα: Παρουσίαση, αιτιολόγηση και πράξη. *Πρακτικά 5ου Πανελληνίου Συνεδρίου Παιδαγωγικής Εταιρείας Ελλάδας «25 Χρόνια Παιδαγωγικής Εταιρείας Ελλάδας»* (Τομ. 2, σσ. 333-339). Θεσσαλονίκη: Α/φοί Κυριακίδη.
- Συμεωνάκη, Μ. (2015). *Στατιστική για όλους με το SPSS*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Σοφία.
- Σφακιανάκης, Μ. & Αθανασίου, Β. (2017). *Γονείς, παιδιά και ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ*. Αθήνα: Εκδόσεις Ψυχογίος.
- Σφακιανάκης, Μ., Σιώμος, Κ. & Φλώρος, Γ. (2012). *Εθισμός στο διαδίκτυο και άλλες διαδικτυακές συμπεριφορές υψηλού κινδύνου*. Αθήνα: Λιβάνης-Νέα Σύνορα.
- Σωτηριάδου, Α. & Παπαδάκης, Σ. (2013). Τα Κοινωνικά Δίκτυα ως Εκπαιδευτικά Εργαλεία: Εμπειρία από την Εκμάθηση του Matlab μέσω Facebook. *Θέματα Επιστημών και Τεχνολογίας στην Εκπαίδευση*, 6(3), 161-179.
- Τάσης, Θ. (2012). Ο διάλογος Habermas και Luhmann. *Θέσεις*, 119, 1-9.
- Τάσης, Θ. (2019). *Ψηφιακός ανθρωπισμός. Εικονιστικό υποκείμενο και τεχνητή νοημοσύνη*. Αθήνα: Εκδόσεις Αρμός.
- Τζαβέλα, Ε. (2012). Διαδικτυακά παιχνίδια. Στο Άρτεμις Τσίτσικα και Αλέξανδρος Κοπανιάρης (Επιμ.), *Ψηφιακή Γενικά. Χρήση της Τεχνολογίας από παιδιά και εφήβους* (55 - 61). Αθήνα: Εκδόσεις Πεδίο.
- Τζαβέλα, Ε. & Καπανιάρης, Α. (2019). Διαδικτυακά Παιχνίδια. Στο Άρτεμις Τσίτσικα και Αλέξανδρος Κοπανιάρης (Επιμ.), *Ψηφιακή Γενικά. Χρήση της Τεχνολογίας από παιδιά και εφήβους* (27-39). Αθήνα: Εκδόσεις Πεδίο.
- Τζαβέλα, Ε. & Τσίτσικα, Α. (2019). Κοινωνικά Δίκτυα στην Εφηβεία. Στο Άρτεμις Τσίτσικα και Αλέξανδρος Κοπανιάρης (Επιμ.), *Ψηφιακή Γενικά. Χρήση της Τεχνολογίας από παιδιά και εφήβους* (146-156). Αθήνα: Εκδόσεις Πεδίο.
- Τσακηρίδη, Ο. (2003). Ο πολιτισμός και ο αθλητισμός στον αιώνα της παγκοσμιοποίησης. Στο Ρόη Παναγιωτοπούλου, Σωκράτης Κονιόρδος, Λάουρα Μαράτου – Αλιπράντη (Επιμ.), *Παγκοσμιοποίηση και Σύγχρονη Κοινωνία* (263-281). Αθήνα: Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών.
- Τσιτουρίδου, Μ. (2005). Αλληλεπιδραστικότητα και Περιβάλλον Πολυμέσων. Στο Ουρανία Κωνσταντινίδου – Σέμογλου (Επιμ.) *Εικόνα και Παιδί – Icon and Child*. (537-553). Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Cannot Not Design Publications.

- Τσίτσικα, Α. (2011). *Εφηβεία: η ηλικία των μεταβολών και των δυνατοτήτων*. Αθήνα: Ιατρικές Εκδόσεις Π. Χ. Πασχαλίδης.
- Τσίτσικα, Α. (2012). Κατάχρηση Διαδικτύου – Συμπεριφορές Εξάρτησης. Στο Άρτεμις Τσίτσικα και Γεώργιος Κορμάς (Επιμ.), *Δίκτυο και Εφηβεία*. (91 - 100). Αθήνα: Εκδόσεις Π.Χ. Πασχαλίδης – Broken Hill Publishers LTD.
- Τσίτσικα, Α., Κορμάς, Γ. & Σαμαρά, Β. (2012). Θέματα ασφάλειας του διαδικτύου για παιδιά και εφήβους. Στο Άρτεμις Τσίτσικα και Γεώργιος Κορμάς (Επιμ.), *Δίκτυο και Εφηβεία* (21-30). Αθήνα: Εκδόσεις Π.Χ. Πασχαλίδης – Broken Hill Publishers LTD.
- Τσιώλης, Γ. (2013). Η σχέση ποιοτικής και ποσοτικής προσέγγισης στην κοινωνική έρευνα: από τη θέση περί «ριζικής ασυμβατότητας» στο συνδυασμό ή τη συμπληρωματικότητα των προσεγγίσεων. Στο Μ. Πουρκός (Επιμ.) *Δυνατότητες και όρια της μείξης των μεθοδολογιών στην κοινωνική και εκπαιδευτική έρευνα* (σελ. 271-292). Αθήνα: Ίων.
- Τσιώλης, Γ. (2014). *Μέθοδοι και Τεχνικές Ανάλυσης στην Ποιοτική Κοινωνική Έρευνα*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Τσιώλης, Γ. (2016). Ανάλυση ποιοτικών δεδομένων: διλήμματα, δυνατότητες, διαδικασίες. Στο Πυργιωτάκης, Γ. & Χρ. Θεοφιλίδης (Επιμ.) *Ερευνητική Μεθοδολογία στις Κοινωνικές Επιστήμες και στην Εκπαίδευση. Συμβολή στην επιστημολογική θεωρία και την ερευνητική πράξη* (σελ. 422-450). Αθήνα: Πεδίο.
- Τσιώλης, Γ. (2017). *Θεματική Ανάλυση Ποιοτικών Δεδομένων*. Συμπληρωματικό εκπαιδευτικό υλικό στη Θ.Ε. ΕΚΠ51 - ΠΜΣ: Επιστήμες της Αγωγής. Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο (ΕΑΠ). Διαθέσιμο στον ιστότοπο: https://www.academia.edu/32187411/Γ_Τσιώλης_2017_Θεματική_Ανάλυση_Ποιοτικών_Δεδομένων_Συμπληρωματικό_εκπαιδευτικό_υλικό_στη_Θ_Ε_ΕΚΠ_51_ΠΜΣ_Επιστήμες_της_Αγωγής_Ελληνικό_Ανοικτό_Πανεπιστήμιο_ΕΑΠ_Σελ_31
- Τσιώλης Γ. (2018). Η θεματική ανάλυση ποιοτικών δεδομένων. Στο Ζαϊμάκης, Γ. (Επιμ.) *Ερευνητικές διαδρομές στις Κοινωνικές Επιστήμες. Θεωρητικές – Μεθοδολογικές Συμβολές και Μελέτες Περίπτωσης*. (σελ. 97-125). Πανεπιστήμιο Κρήτης. Εργαστήριο Κοινωνικής Ανάλυσης και Εφαρμοσμένης Κοινωνικής έρευνας. Ρέθυμνο.
- Τσουνής, Α. & Σαράφης, Π. (2016). Κοινωνικό Κεφάλαιο: μια Απόπειρα Ενωσιολογικής Οριοθέτησης του Όρου. *Το Βήμα των Κοινωνικών Επιστημών*, 66(12), 141-171.
- Φακιολάς, Ν. (2012). Επίδραση των Κοινωνικών Δικτύων στην Υγεία. *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών* 137-138(A'-B). 201-232.
- Φισκ, Τ. (2009). Μεταμοντερνισμός και τηλεόραση. Στο James Curran & Michael Gurevitch (Επιμ.), *Μ.Μ.Ε. και Κοινωνία* (σελ. 84-102). Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.
- Φουκώ, Μ. (1978). *Ιστορία της σεξουαλικότητας*. Αθήνα: Εκδόσεις Ράππα.

- Φραγκουλίδου, Φ. Ι. (2006). *Έφηβοι και Διαδίκτυο: Μελέτη των επιδράσεων του διαδικτύου στους έφηβους χρήστες*. Αδημοσίευτη Διδακτορική Διατριβή. Τμήμα Φιλοσοφίας και Παιδαγωγικής, Α.Π.Θ.
- Χαντζή, Α. (2013). *Σημειώσεις μαθήματος: Κοινωνική Ταυτότητα και Διομαδικές Σχέσεις*. Αθήνα: Παντειακές Δημοσιεύσεις. Ανακτήθηκε στις 20/5/2019 από την ιστοσελίδα <http://pandemos.panteion.gr/index.php?op=record&lang=el&pid=iid:6543>.
- Χασσάνδρα, Μ., & Γούδας, Μ. (2003). Κριτήρια Εγκυρότητας και Αξιοπιστίας στην Ποιοτική- Ερμηνευτική Έρευνα. *Επιστημονική Επετηρίδα της Ψυχολογικής Εταιρείας Βορείου Ελλάδος*, Τόμος 2, 31-48.
- Χασσίδ, Ι. & Καζάκος, Ι. (2004). *Οδηγός σύνταξης μελετών περιπτώσεων – Πρόγραμμα Εψιλόν (ΕΠΕΑΕΚ II)*. Πειραιάς: Πανεπιστήμιο Πειραιώς. Όπως ανακτήθηκε στις 5/1/2022 από την ιστοσελίδα http://www.unipi.gr/faculty/jhassid/odigos_MP1.pdf
- Χρηστάκης, Ν. (2006). *Σημειώσεις για το μάθημα «Ψυχολογία της Επικοινωνίας 2»*. Αθήνα: Πάντειο Πανεπιστήμιο. Όπως ανακτήθηκε από την ηλεκτρονική βιβλιοθήκη του Παντείου Πανεπιστημίου από την ιστοσελίδα: <http://pandemos.panteion.gr/index.php?lang=el&op=record&type=cid&q=isMemberOf-cid:15&page=9&pid=iid:150> στις 15/5/2019.
- Χριστοδούλου, Μ. (2002). *Η αιτιακή εξήγηση μέσα από τις μελέτες περίπτωσης: Παραδείγματα και εφαρμογές στην εκπαιδευτική έρευνα*. Αθήνα: Εκδόσεις Πεδίο Α.Ε.
- Χριστοδούλου, Μ. (2017). *Διαδρομές του βίου μετά το Λύκειο. Λήψη απόφασης, ταυτότητες και ρίσκο στην εφηβεία*. Πάτρα: OPPORTUNA.
- Ψαρρού, Ν. (2005). Η επιρροή του εθνικισμού στην πολιτική ολοκλήρωση της Ευρώπης. *Ελληνική Επιθεώρηση Πολιτικής Επιστήμης*, 25, 107 – 136. <https://doi.org/10.12681/hpsa.14703>
- Ψύλλα, Μ. (2011). *Ανάλυση Μηνύματος. Σημειώσεις Διδάσκουσας*. Όπως ανακτήθηκε στις 15/5/2019 από την ηλεκτρονική βιβλιοθήκη του Παντείου Πανεπιστημίου από την ιστοσελίδα <http://pandemos.panteion.gr/index.php?op=record&pid=iid:4825&lang=el>
- Ψυχογιός, Κ. Δ. (2004). *Τα έντυπα μέσα επικοινωνίας: Από τον πηλό στο δίκτυο*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτης.
- Adorno, T. (2000). *Αισθητική Θεωρία*. Αθήνα: Εκδόσεις Αλεξάνδρεια.
- Babbie, E. (2018). *Εισαγωγή στην Κοινωνική Έρευνα*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Bakker, P. & Sadaba, C. (2009). Η επίδραση του Διαδικτύου στους χρήστες. Στο L. Kung, R. G. Picard & R. Towse (Επιμ.), *Η επίδραση του Internet στα ΜΜΕ* (σελ. 115-131). Αθήνα: Άσπρη λέξη.
- Bell, J. (2007). *Πώς να συντάξετε μία επιστημονική εργασία: Οδηγός ερευνητικής μεθοδολογίας*. Αθήνα: Εκδόσεις Μεταίχιμο.

- Bourdieu, P. (2000). *Πρακτικοί λόγοι για τη θεωρία της δράσης*. Αθήνα: Εκδόσεις Πλέθρον.
- Bourdieu, P. (2005). *Για την επιστήμη και τις κοινωνικές χρήσεις της*. Αθήνα: Ε.Κ.Κ.Ε. Θεωρία – Ιδέες Πολύτροπον.
- Bourdieu, P. (2018). *Η Διάκριση: Κοινωνική Κριτική της καλαισθητικής κρίσης*. Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.
- Bourdieu, P. & Passeron, J. C. (1996). *Οι Κληρονόμοι: Οι φοιτητές και η κουλτούρα*. Αθήνα: Εκδόσεις Καρδαμίτσα.
- Brown, H. (2004). Θεματικές πειραματικής έρευνας για τις ομάδες από τη δεκαετία του 1930 έως τη δεκαετία του 1990. Στο Μ. Wetherell (Επιμ.), *Ταυτότητες, ομάδες και κοινωνικά ζητήματα* (σελ. 32-100). Αθήνα: Εκδόσεις Μεταίχμιο.
- Carrier, J. P. & Ασλανίδου, Σ. (2004). *Θεωρητικές προσεγγίσεις για την ανάλυση των ΜΜΕ*. Αθήνα: Τυποθήτω – Γιώργος Δάρδανος.
- Christakis, N. A. & Fowler, J. J. (2010). *Συνδεδεμένοι: Η εκπληκτική δύναμη των κοινωνικών δικτύων και πώς αυτά διαμορφώνουν τη ζωή μας*. Αθήνα: Εκδόσεις Κάτοπτρο.
- Chandler, D. (1994). *Σημειωτική για Αρχάριους*. Ανακτήθηκε στις 19/5/2019 από την ιστοσελίδα: <http://semiotics.nured.uowm.gr/wpcontent/uploads/2013/05/ΣΗΜΕΙΩΤΙΚΗ-ΓΙΑΑΡΧΑΡΙΟΥΣ.pdf>
- Cohen, L., Manion, L. & Morrison, K. (2007). *Μεθοδολογία Εκπαιδευτικής Έρευνας*. Αθήνα: Εκδόσεις Μεταίχμιο.
- Cole, M. & Cole, S. R. (2002). *Η Ανάπτυξη των Παιδιών: Εφηβεία. Τόμος Γ΄*. Αθήνα: Τυποθήτω.
- Craib, I. (2009). Η θεωρία της δομοποίησης. Στο Μαρία Πετμεζίδου – Τσουλουβή (Επιμ.), *Σύγχρονη Κοινωνιολογική Θεωρία (β΄ τόμος). Δομισμός, μεταδομισμός, δομοποίηση, επικοινωνιακή δράση* (σελ. 225-267). Αθήνα: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης.
- Curran, J. (2011). Οι θεωρήσεις των μέσων επικοινωνίας και του πολιτισμού στην εποχή του νεοφιλελευθερισμού. Στο Στέλιος Παπαθανασόπουλος (Επιμ.), *Τα μέσα επικοινωνίας στον 21^ο αιώνα* (σελ. 25-47). Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
- Dawson, C. (2022). *Το Α και το Ω των ψηφιακών μεθόδων έρευνας*. Αθήνα: Πεδίο.
- De Vaus, D. (2011). *Ανάλυση κοινωνικών δεδομένων. 50 βασικά θέματα*. Αθήνα: Πεδίο.
- Eagleton, T. (2003). *Η έννοια της κουλτούρας*. Αθήνα: Πόλις
- Elias, N. (1997). *Η διαδικασία του πολιτισμού – Μια ιστορία της κοινωνικής συμπεριφοράς στη Δύση: Κοινωνιογενετικές και Ψυχογενετικές Έρευνες Ι*. Αθήνα: Εκδόσεις Αλεξάνδρεια.
- EU NET ABD (2012). *Διαδίκτυο και Συμπεριφορές Εξάρτησης: Μελέτη σε Ευρωπαίους Εφήβους*. Διαθέσιμο στην ιστοσελίδα: <http://youth-health.gr/media/2017/01/eu-net-adb-short-version-greek.pdf>
- Flick, U. (2017). *Εισαγωγή στην Ποιοτική Έρευνα*. Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.

- Foucault, M. (2002). *Για την υπεράσπιση της κοινωνίας*. Αθήνα: Εκδόσεις Ψυχογιός.
- Fukuyama, F. (2020). *Ταυτότητα: Η απαίτηση για αξιοπρέπεια και η πολιτική της μνησικακίας*. Θεσσαλονίκης: Ροπή.
- Giddens, A. (2001). *Οι συνέπειες της νεωτερικότητας*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική Α.Ε.
- Habermas, J. (1993). *Ο φιλοσοφικός λόγος της νεωτερικότητας*. Αθήνα: Εκδόσεις Αλεξάνδρεια.
- Hall, S., McGrew, A. & Held, D. (2003). *Η νεωτερικότητα σήμερα: Οικονομία, κοινωνία, πολιτική, πολιτισμός*. Αθήνα: Εκδόσεις Σαββάλας.
- Hayman, S. (2016). *Μεγαλώνοντας χαρούμενους εφήβους*. Αθήνα: ΒΗΤΑ Ιατρικές Εκδόσεις ΜΕΠΕ.
- Hogg, A. M. & Vaughan, G. (2010). *Κοινωνική ψυχολογία*. Αθήνα: Εκδόσεις Gutenberg.
- Jacobson, R. (1998). *Δοκίμια για τη γλώσσα της λογοτεχνίας*. Αθήνα: Εκδόσεις Εστία.
- Jeanneney, J. N. (1999). *Η ιστορία των μέσων μαζικής ενημέρωσης: Από την εμφάνισή τους ως τις μέρες μας*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαδήμας.
- Kadushin, C. (2019). *Κοινωνικά Δίκτυα*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική Α. Ε.
- Lehalle, H. & Mellier, D. (2009). *Ψυχολογία της Ανάπτυξης: Παιδική Ηλικία και Εφηβεία. Μαθήματα και Ασκήσεις*. Αθήνα: Πεδίο.
- Levine, P. & Τσιμπούκη Ν. (2002). *Αμερικανικές Ταυτότητες: Η λογοτεχνική ιστορία των Ηνωμένων Πολιτειών 1603-2000*. Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.
- Littlejohn, S. A. & Foss, K. A. (2012). *Θεωρίες Ανθρώπινης Επικοινωνίας*. Αθήνα: Πεδίο.
- Maturana, H. R. & Varela, F. J. (1992). *Το Δέντρο της Γνώσης. Οι βιολογικές ρίζες της ανθρώπινης νόησης*. Αθήνα: Εκδόσεις Κάτοπτρο.
- Mason, J. (2011). *Η διεξαγωγή της ποιοτικής έρευνας*. Αθήνα: Πεδίο.
- McLuhan, M. (1990). *Media: Οι προεκτάσεις του ανθρώπου*. Αθήνα: Εκδόσεις Κάλβος.
- McPhail, C. & Rexroat, C. (1979). Mead vs Blumer: The Divergent Methodological Perspectives of Social Behaviorism and Symbolic Interactionism. *American Sociological Review*, 44(3), 449-467. <https://doi.org/10.2307/2094886>
- McQuail, D. (2009). Μαζικά μέσα και δημόσιο συμφέρον. Στο J. Curran & M. Gurevitch (Επιμ.), *MME και Κοινωνία* (103 - 175). Αθήνα: Εκδόσεις Πατάκη.
- McQuail, D. & Windahl, S. (2001). *Σύγχρονα μοντέλα επικοινωνίας: Για τη μελέτη της μαζικής επικοινωνίας*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
- Mertens, D. M. (2009). *Έρευνα και αξιολόγηση στην εκπαίδευση και την ψυχολογία*. Αθήνα: Εκδόσεις Μεταίχμιο.
- Norris, G., Qureshi, F., Howitt, D. & Cramer, D. (2017). *Εισαγωγή στη Στατιστική με το SPSS για τις Κοινωνικές Επιστήμες*. Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
- Ong, W. (2001). *Προφορικότητα και εγγραματοσύνη*. Ηράκλειο: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης.
- Ritsert, J. (1996). *Τρόποι σκέψης και βασικές έννοιες της Κοινωνιολογίας: Μια εισαγωγή*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

- Ritzer, G. (2013). Θεωρία των συμβολικών διαντιδράσεων. Στο Πετμεζίδου – Τσουλούβη Μαρία (Επιμ.), *Σύγχρονη Κοινωνιολογική Θεωρία (Πρώτος Τόμος): Δομικός Λειτουργισμός - Κριτική στον Θετικισμό - Συμβολικές Διαντιδράσεις, Νόημα και Ερμηνεία*, (235-279). Ηράκλειο: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης.
- Smith, P. (2006). *Πολιτισμική θεωρία: Μία εισαγωγή*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Tapscott, D. (2009). *Ψηφιακή γενιά: Πώς μεταμορφώνει τον κόσμο μας*. Αθήνα: Εκδόσεις Κέρκυρα – Economica Publishing.
- Thomson, B. J. (1999). *Νεοτερικότητα και μέσα επικοινωνίας*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.
- Van der Wurff, R. (2008). Η επίδραση του Διαδικτύου στο περιεχόμενο των ΜΜΕ. Στο L. Küng, R. G. Picard & R. Towse (Επιμ.), *Η επίδραση του Internet στα ΜΜΕ (the Internet and the Mass Media)*, (91-114). Αθήνα: Άσπρη λέξη.
- Webster, F. (2011). Κατανοώντας την εποχή της πληροφορίας. Στο Στέλιος Παπαθανασόπουλος (Επιμ.), *Τα μέσα επικοινωνίας στον 21^ο αιώνα* (σελ. 163-181). Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.
- Wetherell, M. (2004). Ομαδική σύγκρουση και η κοινωνική ψυχολογία του ρατσισμού. Στο M. Wetherell (Επιμ.), *Ταυτότητες, ομάδες και κοινωνικά ζητήματα* (σελ. 254-330). Αθήνα: Εκδόσεις Μεταίχμιο.
- Wolton, D. (2005). *Σκέψεις για την επικοινωνία*. Αθήνα: Εκδόσεις Σαββάλας.

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

- Aboulafia, M. (2016). George Herbert Mead and the Unity of the Self. *European Journal of Pragmatism and American Philosophy*, 8(1), 201–215. DOI: 10.4000/ejrap.465
- Aboulafia, M. (2020). George Herbert Mead. In Edward N. Zalta (ed.), *The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Spring 2020 Edition)*, Available on: <https://plato.stanford.edu/archives/spr2020/entries/mead/>.
- Aday, S., Farrell, H., Lynch, M., Sides, J., Kelly, J. & Zuckerman, E. (2010). Blogs and bullets: New media in contentious politics. *United States Institute of Peace*, 65, 1 - 31.
- Adelman, C., Kemmis, S. & Jenkins, D. (1980). Rethinking case study: notes from the second Cambridge Conference. In H. Simons (Ed.), *Towards a Science of the Singular* (pp. 45-61). Norwich: Centre for Applied Research in Education, University of East Anglia.
- Adler, P. A. & Adler, P. (1994). Observational techniques. In N.K. Denzin & Y. S. Lincoln (Ed.), *Handbook of qualitative research* (pp. 377-392). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Akram, W. & Kumar, R. (2018). A Study on Positive and Negative Effects on Social Media on Society. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*, 5(10), 347-354. DOI:10.26438/ijcse/v5i10.351354

- Aksan, N., Kisac, B., Aydin, M. & Demirbukan, S. (2009). Symbolic Interaction Theory. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 1, 902-904. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2009.01.160>
- Allan, S. (2007). Citizen Journalism and the Rise of «Mass Self-Communication»: Reporting the London Bombings. *Global Media Journal Australian Edition* 1(1). 1-20.
- Allen, M. (2017). *The SAGE encyclopedia of communication research methods* (Vols. 1-4). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.
- Al – Fedaghi, S. (2015). A Conceptual Foundation for the Shannon – Weaver Model of Communication. *International Journal of Soft Computing*, 7(1), 12-19.
- Anderson, B. (2006). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. New York: Verso. DOI:10.3923/ijscmp.2012.12.19
- American Psychological Association, Task Force on the Sexualization of Girls. (2007). *Report of the APA Task Force on the Sexualization of Girls*. Retrieved from <http://www.apa.org/pi/women/programs/girls/report-full.pdf>
- Anderson, B. (1991). *Imagined communities*. Verso Books.
- 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), 757 – 780. DOI:10.1177/0093650211410420.
- Arain, M., Campbell, M. J., Cooper, C. L., & Lancaster, G. A. (2010). What is a pilot or feasibility study? A review of current practice and editorial policy. *BMC Medical Research Methodology*, 10, 67. DOI:10.1186/1471-2288-10-67
- Aries, P. (1962). *Centuries of Childhood: A Social History of Family Life*. New York: Vintage Books.
- Ary, D., Jacobs, L. C., Irvine, C. K. S., & Walker, D. (2018). *Introduction to Research in Education*. Boston, MA: Cengage Learning.
- Asur, S. & Huberman, B. A. (2010). Predicting the Future with Social Media. *2010 IEEE/WIC/ACM International Conference on Web Intelligence and Intelligent Agent Technology*. (492-499). Toronto, Canada. <https://doi.org/10.1109/WI-IAT.2010.63>
- Bandura, A. (2001). Social Cognitive Theory of Mass Communication. *Mediapsychology*, 3, 265-299. https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0303_03
- Bard, M. (2010). *15 Categories of Social Media*. Ανακτήθηκε στις 14/3/2020, από τη διεύθυνση <http://www.mir nabard.com/2010/02/15-categories-of-social-media/>.
- Barley, S. (1986). Technology as an occasion for structuring: evidence from observation of CT scanners and the social order of radiology departments. *Administrative Science Quarterly*, 3(1), 78-108.

- Baxter, P. & Jack, S. (2008). Qualitative Case Study Methodology: Study Design and Implementation for Novice Researchers. *The Qualitative Report*, 13(4), 544-559. DOI:10.46743/2160-3715/2008.1573
- Baym, N. K., Zhang, Y. B. & Lin, M.-C. (2004). Social Interactions Across Media. *New Media and Society*, 6(3), 299-318. <https://doi.org/10.1177/1461444804041438>
- Benson, R. (2006). News Media as a “Journalistic Field”: What Bourdieu Adds to New Institutionalism and vice versa. *Political Communication*, 23(2), 187-202. <https://doi.org/10.1080/10584600600629802>
- Berson, I. R. (2008). Grooming Cybervictims: The Psychosocial Effects of Online Exploitation for Youth. *Journal of School Violence*, 2(1), 5-18.
- Berthon, P. R., Pitt, L. F., McCarthy, I. & Kates, S. (2007). When customers get clever: Managerial Approaches to Dealing with Creative Consumers. *Business Horizons*, 50(1), 39-48. DOI:10.1016/j.bushor.2006.05.005
- Bigler, R. S., Tomasetto, C. & McKenney, S. (2019). Sexualization and youth: Concepts, theories, and models. *International Journal of Behavioral Development*, 43(6), 530-540. <https://doi.org/10.1177/0165025419870611>
- Bisel, R. S. (2010). A communicative ontology of organization? A description, history, and critique of CCO theories for organization science. *Management Communication Quarterly*, 24(1), 124-131. DOI:10.1177/0893318909351582
- Blau, P. M. (1974). Presidential Address: Parameters of Social Structure. *American Sociological Review*, 39(5), 615-635. <https://doi.org/10.2307/2094309>
- Blumenberg, H. (1985). *The Legitimacy of the Modern Age: Studies in Contemporary German Social Thought*. Cambridge MA: The MIT Press.
- Blumer, H. (1969). *Symbolic interactionism: Perspective and method*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Blumer, H. (1980). Mead and Blumer: The convergent methodological perspectives of social behaviorism and symbolic interactionism. *American Sociological Review*, 45, 409-419. <https://doi.org/10.2307/2095174>
- Boyd, D. (2008). Youth, Identity and Digital Media. In David Buckingham, (Ed.), *The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning*. (118-142). Cambridge: The MIT Press.
- Boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2008). Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. *Journal of Computer – Mediated Communication*, 13, 210-230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Brandtzæg P. B. & Heim, J. (2010). Social network sites - A typology of users. *Journal of Web-Based Communities*, 6(3), 231-253. DOI:10.1504/IJWBC.2011.038124
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. DOI:10.1191/1478088706qp063oa
- Brügger, N. (2015). A Brief History of Facebook as a media text: The development of an empty structure. *First Monday*, 20(5). 1-20. <https://doi.org/10.5210/fm.v20i5.5423>

- Bourdieu, P. (1977). *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In Richardson, J. (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (241–58). Westport, CT: Greenwood.
- Burroughs, B. (2014). Facebook and FarmVille: A Digital Ritual Analysis of Social Gaming. *Games and Culture*, 9(3), 151-166.
<https://doi.org/10.1177/1555412014535663>
- Burt, R. S. (1980). Innovation as a structural interest: rethinking the impact of network position on innovation adoption. *Social Networks*, 2(4), 327-355.
[https://doi.org/10.1016/0378-8733\(80\)90002-7](https://doi.org/10.1016/0378-8733(80)90002-7)
- Cacciatore, M. A., Yeo, S. K., Scheufele, D. A., Xenos, M. A., Brossard, D. & Corley, E. A. (2018). Is Facebook Making Us Dumber? Exploring Social Media Use as a Predictor of Political Knowledge. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(2), 404 -424. <https://doi.org/10.1177/1077699018770447>
- Calderón Gómez, D. (2020). The third digital divide and Bourdieu: Bidirectional conversion of economic, cultural, and social capital to (and from) digital capital among young people in Madrid. *New Media & Society*, 00(0), 1-20.
 DOI:10.1177/1461444820933252
- Carey, J. W. (1969). The Communications Revolution and the Professional Communicator. *Sociological Review Monograph*, 13, 23-38.
- Case, J. M. & Light, G. (2011). Emerging methodologies in engineering education research. *Journal of Engineering Education*, 100(1), 186-210.
<https://doi.org/10.1002/j.2168-9830.2011.tb00008.x>
- Cash, H., Rae, C. D., Steel, A. H. & Winkler, A. (2012). Internet Addiction: A Brief Summary of Research and Practice. *Curr Psychiatry Rev.*, 8(4), 292 – 298.
 doi: 10.2174/157340012803520513
- Castells, M. (2000). *The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell.
 DOI:10.1002/9781444319514
- Castells, M. (2007). Communication, Power and Counter – power in the Network Society. *International Journal of Communication*, 1, 238 -266.
- Chan, D. K. S. & Cheng, G. (2004). A Comparison of Offline and Online Friendship Qualities at Different Stages of Relationship Development. *Journal of Social and Personal Relationships*, 21(3), 305 – 320. DOI:10.1177/0265407504042834
- Chen, S., Diao, Y. & Zhang, J. (2011). Social Media: Communication Characteristics and Application Value in Distance Education. *2011 International Conference on Electrical and Control Engineering (ICECE)*. (6774-6777). Yichang, China.
 DOI:10.1109/ICECENG.2011.6056919
- Chu, S. K. W. & Du, S. H. (2012). Social Networking for Academic Libraries. *Journal of Librarianship and Information Science*, 45(1), 64-75.

- Chugh, R. & Ruhi, U. (2017). Social Media in Higher Education: A literature Review of Facebook. *Education and Information Technologies*, 23, 605-616.
- Chukwuere, J. E. & Chukwuere, P. C. (2017). The impact of social media on social lifestyle: A case study of University female students. *Gender & Behaviour*, 15(4), 9928-9940.
- Cisco (2019). *Cisco Visual Networking Index: Forecast and Trends 2017 – 2022*. San Jose, CA.
- Clark, C. M., Werth, L. & Ahten, S. M. (2012). Cyber-bullying and incivility in the online learning environment: Part One – addressing faculty and student perceptions. *Nurse Educator*, 37(4), 150 – 156. DOI: 10.1097/NNE.0b013e31825a87e5
- Clark, II, W. W. & Fast, M. (2019). *Qualitative Economics: The Science of Economics*. Switzerland: Springer, Cham.
- Coghlan, D., Brydon-Miller, M. (2014). *The SAGE encyclopedia of action research* (Vols. 1-2). London: SAGE Publications Ltd.
DOI: <https://doi.org/10.4135/9781446294406>
- Coleman, J. S. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *The American Journal of Sociology*, 94, 95-120.
- Couldry, N. (2003a). Media Meta-Capital: Extending the Range of Bourdieu’s Field Theory. *Theory and Society*, 32(5/6), 653-677. DOI: 10.1007/1-4020-2589-0_8
- Couldry, N. (2003b). *Media, Symbolic Power and the Limits of Bourdieu’s Field Theory*. Media@LSE Electronic Working Papers. Available on:
<https://www.lse.ac.uk/media-and-communications/assets/documents/research/working-paperseries/EWP02.pdf>.
- Creswell, J.W. (1994). *Research Design: Qualitative & Quantitative Approaches*. London: SAGE Publications.
- Creswell, J. (1998). *Research design: Qualitative, quantitative and mixed methods approaches (2nd ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Cronk, G. (2003). *American Philosophers Before 1950: Dictionary of Literary Biography. Volume Two Hundred Seventy*. Detroit: Thomson Gale.
- Crowe, S., Cresswell, K., Robertson, A., Huby, G., Avery, A., & Sheikh, A. (2011). The case study approach. *BMC Medical Research Methodology*, 11, 100. <https://doi.org/10.1186/1471-2288-11-100>
- Cvijikz, I. P. & Michahelles, F. (2013). Online Engagement Factors on Facebook Brand Pages. *Social Network Analysis and Mining*, 3(4), 843-861. DOI:10.1007/s13278-013-0098-8
- Daniel, S. & Bridges, S. K. (2010). The drive for muscularity in men: Media influences and objectification theory. *Body Image*, 7(1), 32-38. DOI: 10.1016/j.bodyim.2009.08.003
- Daniels, E. A. & Zurbriggen, E. L. (2016). “It’s not the Right Way to Do Stuff on Facebook: An Investigation of Adolescent Girls’ and Young Women’s attitudes

- Toward Sexualized Photos on Social Media". *Sexuality & Culture*, 20, 936-934. <https://doi.org/10.1007/s12119-016-9367-9>
- Davidson, J., Martellozzo, E. & Lorenz, M. (2009). *Evaluation of CEOP Thinkuknow internet safety programme and exploration of young people's safety knowledge*. Centre of Abuse & Trauma Studies. Kingston, UK.
- Davis, S. E. (2018). Objectification, Sexualization, and Misrepresentation: Social Media and the College Experience. *Social Media + Society*, July-September, 1-9. DOI:10.1177/2056305118786727
- Dempsey, A. G., Sulkowski, M. L., Nichols, R., & Storch, E. A. (2009). Differences between peer victimization in cyber and physical settings and associated psychosocial adjustment in early adolescence. *Psychology in Schools*, 46(10), 962-972. <https://doi.org/10.1002/pits.20437>
- Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (2000). *Handbook of qualitative research* (2nd ed.). Thousand Oaks, Ca: Sage. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2001.0472a.x>
- Derrida, J., (1976). *Of Grammatology*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Desanctis, G. & Poole, M.S. (1994). Capturing the Complexity in Advanced Technology Use: Adaptive Structuration Theory. *Organization Science*, 5(2), 121-147.
- De Zúñiga, G., Huber, B. & Strauß, N. (2018). Social Media and Democracy. *El Profesional de la Informacion*, 27(6). 1172-1180. DOI:10.3145/epi.2018.nov.01
- Diamond, L. (2010). Liberation technology. *Journal of Democracy*, 21, 69 - 83.
- Donegan, R. (2012). Bullying and Cyberbullying: History, Statistics, Law, Prevention and Analysis. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 3(1), 33-42.
- Dong, G., Hu, Y., Xiao, L. & Lu, Q. (2013). What makes Internet addicts continue playing online even when faced by sever negative consequences? Possible explanations from an fMRI study. *Biological psychology*, 94(2), 282 – 289. doi: 10.1016/j.biopsycho.2013.07.009
- Downs, E. & Smith, S. L. (2010). Keeping abreast of hypersexuality: A video game character content analysis. *Sex Roles*, 62, 721-733. <https://doi.org/10.1007/s11199-009-9637-1>
- Dresang, E.T. & McClelland, K. (1999). Radical Change: Digital Age Literature and Learning. *Theory Into Practice*, 38(3), 160.
- Ellul, J. (1965). *The Technological Society*. London: Cape.
- Elzinga, P., Wolff, K. & Poelmans, J. (2012). Analyzing chat coversations of pedophiles with temporal relational semantic systems. In 2012 *European Intelligence and Security Informatics Conference*, 242-249. DOI:10.1109/EISIC.2012.12
- Eriksson, M. & Larsson, E. (2014). *Facebook as a Tool for Building Customer Relationships in the Hospitality Industry: A Quantitative Study on the Effects of Facebook Activities on Relationship Drivers and Relational Benefits*. Available on: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:733323/FULLTEXT01.pdf>

- European Parliament (2019). *Harmful internet use: Part I: Internet addiction and problematic use. Study: Panel for the Future of Science and Technology*. Brussels: STOA
- Eyal, K. & Ben-Ami, Y. (2017). It only happens once: Adolescents' interpretations of mediated messages about sexual initiation. *Mass Communication and Society*, 20, 68-91. <https://doi.org/10.1080/15205436.2016.1187754>
- Feinberg, T., & Robey, N. (2009). Cyberbullying: School leaders cannot ignore cyberbullying but rather must understand its legal and psychological ramifications. *The Educational Digest*, 74(7), 26-31.
- Finau, G., Kant, R., Logan, S., Prasad, A., Tarai, J. & Cox, J. (2014). Social Media and e-Democracy in Fiji, Solomon Islands and Vanuatu. *Twentieth Americas Conference on Information Systems*, Savannah, USA.
- Fink, E. L. (2015). *Symbolic Interactionism*. Available on: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781118540190.wbeic266>
- Fiske, J. (1982). *Introduction to communication studies*. London: Methuen & Co.
- Flew, T. & Iosifidis, P. (2020). Populism, globalization and social media. *The International Communication Gazette*, 82(1), 7-25. <https://doi.org/10.1177/17480485198807>
- Foulger, D. (2004). Models of the Communication Process. February 25. Available on: <http://davis.foulger.info/research/unifiedModelOfCommunication.htm>
- Freedom House, 2019. *Freedom in the World 2019*. Available on: https://freedomhouse.org/sites/default/files/Feb2019_FH_FITW_2019_Report_ForWebcompressed.pdf
- Fukuyama, F. (2001). Social Capital, Civil Society and Development. *Third World Quarterly*, 22(1), 7-20.
- Geertz, C. (1983). *Local Knowledge: Further Essays in Interpretative Anthropology*. New York: Basic Books.
- Gerbner, G. (1956). Toward a general model of communication. *Audiovisual communication review*, 4, 171-199. <https://doi.org/10.1007/BF02717110>
- Giddens, A. (1979). *Central Problems in Social Theory*. London: MacMillan.
- Giddens A. (1991). *Modernity and Self-Identity*. Cambridge: Polity Press.
- Gil de Zúñiga, H., Veenstra, A., Vraga, E. & Shah, D. (2010). Digital Democracy: Reimagining Pathways to Political Participation. *Journal of Information Technology & Politics*, 7, 36-51. <https://doi.org/10.1080/19331680903316742>
- Gillmor, D. (2010). *Mediactive*. San Fransisco, CA.: Creative Commons.
- Glasser, B. G. & Strauss, A. L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Chicago, IL: Aldine.
- Guba, E. G. (1990). *The Paradigm Dialog*. Newbury Park, CA: Sage.
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1989). *Fourth generation evaluation*. Sage Publications, Inc.

- Gudykunst, W. B. (1995). Anxiety/uncertainty management (AUM) theory: Current status. In R. L. Wiseman (Ed.), *Intercultural communication theory* (8-58). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Habermas, J. (1987). *The Theory of Communicative Action (Vol. 2)*. Cambridge, U.K: Polity Press.
- Hahn, C. & Kim, D. J. (2014). Is there a shared neurobiology between aggression and Internet addiction disorder? *Journal of Behavioral Addictions*, 3(1), 12 – 20. doi: 10.1556/JBA.3.2014.1.2
- Hajli, M. N. (2014). A Study of the Impact of Social Media on Consumers. *International Journal of Market Research*, 56(3), 387-404. <https://doi.org/10.2501/IJMR-2014-025>
- Hall, W., Tinati, R. & Jennings, W. (2018). From Brexit to Trump: Social Media's Role in Democracy. *IEEE Computer Society*, 51(1), 18-27. DOI:10.1109/MC.2018.1151005
- Hanna, R., Rohm, A. & Crittenden, V. L. (2011). We're All Connected: The Power of the Social Media ecosystem. *Business Horizons*, 54, 265-273. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.007>
- Hansen, D., Shneiderman, B. & Smith, M. A. (2011). *Analyzing Social Media Networks with NodeXL: Insights from a Connected World*. Burlington, MA: Morgan Kaufmann. DOI:10.1080/10447318.2011.544971
- Hartney, T. (2018). Likeness Used as Bait in Catfishing: How Can Hidden Victims of Catfishing Reel in Relief? *Minnesota Journal of Law, Science & Technology*, 19(1), 277-303.
- Henry, G. T. (1990). *Practical sampling*. Newbury Park, CA: Sage. <https://doi.org/10.4135/9781412985451>
- Heracleous, L. (2010). *Discourse, interpretation, organization*. Cambridge, UK: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511488573>
- Hesmondhalgh, D. (2006). Bourdieu, the media and cultural production. *Media, Culture & Society*, 28(2), 211-231. DOI:10.1177/0163443706061682
- Hickman, C. A. & Kuhn, M. (1956). *Individuals, Groups, and Economic Behavior*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Hinduja, S. & Patchin, J. W. (2010). *Cyberbullying: identification, prevention and response*. Cyberbullying Research Center.
- Hinduja, S. & Patchin, J. W. (2018). *Cyberbullying: identification, prevention and response*. Cyberbullying Research Center.
- Hitchcock, G. & Hughes, D. (1995). *Research and the Teacher (2nd ed.)*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203424605>
- Holland, E. & Haslam, N. (2013). Worth the weight: The objectification of overweight versus thin targets. *Psychology of Women Quarterly*, 37, 462-468. <https://doi.org/10.1177/0361684312474800>

- Hou, H., Jia, S., Hu, S., Fan, R., Sun, W. Sun, T. & Zhang, H. (2012). Reduced Striatal Dopamine Transporters in People with Internet Addiction Disorder. *Journal of Biomedicine and Biotechnology*, 2012(3), 1 – 5. DOI: 10.1155/2012/854524
- Ignatow, G. & Robinson, L. (2017). Pierre Bourdieu: theorizing the digital. *Information, Communication & Society*, 20(7), 950-966.
DOI:10.1080/1369118X.2017.1301519
- International Centre for Missing and Exploited Children – ICMEC (2017). *Online Grooming of Children for Sexual Purposes: Model Legislation & Global Review* (1st ed.). Alexandria, VA.
- Jacob, E. (1987). Qualitative Research Traditions: A Review. *Review of Educational Research*, 57, 1-50. <https://doi.org/10.2307/1170355>
- Jacobson, H. B. (1961). *A mass communications dictionary*. New York, NY: Philosophical Library.
- Jenkins, R. (1989). Language, symbolic power and communication: Bourdieu's homo academicus. *Sociology*, 23(4), 639-645.
- Jha, C. K. & Kodila – Tedika, O. (2019). Does Social Media Promote Democracy? Some Empirical Evidence. *Journal of Policy Modeling*, 1-20.
DOI: 10.1016/j.jpolmod.2019.05.010
- Jick, T. (1983). "Mixing Qualitative and Quantitative Methods: Triangulation in Action", in J. v. Maanen (Ed.), *Qualitative Methodology* (135-148). London: Sage.
- Johansson, C. (1994). The Price of Communication – On Reading Bourdieu. *Lund University, Dept. of Linguistics Working Papers*, 42, 67-74.
- Johnson, D. W., & Johnson, R. T. (1987). *Learning together and alone: Cooperative, competitive, and individualistic learning* (2nd ed.). Prentice-Hall, Inc.
- Jones, M. & Karsten, H. (2003). Review: Structuration Theory and Information Systems Research. *Research Papers in Management Studies*. Judge Institute of Management, University of Cambridge.
- Jones, M. R. & Karsten, H. (2008). Giddens's Structuration Theory and Information Systems Research. *MIS Quarterly*, 32(1), 127-157. DOI:10.2307/25148831
- Kaarbo, J. & Beasley, R. K. (1999). A practical guide to the comparative case study method. *Political Psychology*, 20, 369-391. DOI:10.1111/0162-895X.00149
- Kanno, Y. & Norton, B. (2003). Imagined Communities and Educational Possibilities: Introduction. *Journal of Language, Identity and Education*, 2(4), 241-249.
DOI:10.1207/S15327701JLIE0204_1
- Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53, 59-68.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Katz, E. & Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal Influence*. Glencoe, IL: Free Press.
- Kavoura, A. (2014). Social media, online imagined communities and communication research. *Library Review*, 63(6/7), 490-504. DOI:10.1108/LR-06-2014-0076

- Kent, M. L. (2013). Using Social Media Dialogically: Public Relations Role in Serving Democracy. *Public Relations Review*, 39, 337-345.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.pubrev.2013.07.024>
- Kierkegaard, S. (2008). Online child protection: Cybering, online grooming and ageplay. *Computer Law & Security Report*, 24, 41-55.
- Kiesler, S., Siegel, J. & McGuire, T. W. (1984). Social Psychological Aspects of Computer-Mediated Communication. *American Psychologist*, 39, 1123-1134.
<https://doi.org/10.1037/0003-066X.39.10.1123>
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. & Silvestre, B. (2011). Social Media? Get serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media. *Business Horizons*, 54, 241-251. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>
- Kim, J. W. & Chock, T. M. (2015). Body image 2.0: Associations between social grooming on Facebook and body image concerns. *Computers in Human Behavior*, 48(2015), 331-339. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.01.009>
- King, A. (2000). Thinking with Bourdieu against Bourdieu: A “Practical” Critique of the Habitus. *Sociological Theory*, 18(3), 417-433. <https://doi.org/10.1111/0735-2751.00109>
- Kleinrock, L. (2010). An early history of the Internet. *IEEE Communications Magazine*, 48, 26-36. DOI: 10.1109/MCOM.2010.5534584
- Kloess, J., Hamilton-Giachritsis, C. & Beech, A. (2017). Offence Processes of Online Sexual Grooming and Abuse of Children Via Internet Communication Platforms. *Sexual Abuse A Journal of Research*, 31(1), 73-96.
<https://doi.org/10.1177/1079063217720927>
- Krairit, D. (2017). The New Face of Internet User Typology: The Case of Thailand. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 13(2), 58-79.
 DOI: 10.4067/S0718-18762018000200106
- Kumar, K. (1995). *From Post – Industrial to Post – Modern Society: New Theories of the Contemporary World*. Oxford: Blackwell.
- Kvale, S. (1996). *Interviews, an introduction to qualitative research interviewing*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Kvasny, L. (2005). The Role of the Habitus in Shaping Discourses about the Digital Divide. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(2).
<https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2005.tb00242.x>
- Lamb, S. & Koven, J. (2019). Sexualization of Girls: Addressing Criticism of the APA Report, Presenting New Evidence. *SAGE Open*, October – December, 1-15.
<https://doi.org/10.1177/2158244019881024>
- Lamont, M. (1992). *Money, Morals, and Manners*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Lanning, K. (2018). The Evolution of Grooming: Concept and Term. *Journal of Interpersonal Violence*, 33(1), 5-16.
<https://doi.org/10.1177/0886260517742046>

- Lash S. & Urry J. (1994). *Economies of Signs and Space*. London: Sage Publications.
- Lasswell, H. D. (1948). The Structure and Function of Communication in Society. In Bryson, L. (ed.). *The Communication of Ideas*. (p. 117.) New York: Institute for Religious and Social Studies.
- Lasswell, H. D. (1968). The uses of content analysis data in studying social change. *Social Science Information*, 7(1), 57-70.
<https://doi.org/10.1177/053901846800700104>
- Lee, S., & Chae, Y. (2007). Children's internet use in a family context: Influence on family relationships and parental mediation. *CyberPsychology & Behavior*, 10, 640–644. DOI: 10.1089/cpb.2007.9975
- Leeds-Hurwitz, W. (1996). A social account of symbols. In J. Stewart (Ed.), *Beyond the symbol model: Reflections on the representational nature of language* (257-273). Albany, NY: State University of New York Press.
- Lerum, K. & Dworkin, S. L. (2009). Toward an Interdisciplinary Dialogue on Youth, Sexualization, and Health. *Journal of Sex Research*, 46(4), 271-273. DOI:10.1080/00224490903082702
- Leydesdorff, L. (2000). Luhmann, Habermas and the Theory of Communication. *System Research and Behavioral Science*, 17(3), 273-288.
- Likert, R. (1932). *A Technique for the Measurement of Attitudes*. New York: Columbia University Press.
- Lincoln. (n.d.). Emerging Criteria for Quality in Qualitative and Interpretive Research. *Qualitative Inquiry*, 1(3), 275–289.
<http://dx.doi.org/10.1177/107780049500100301>
- Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A. & Ólafsson, K. (2010). *Technical report and user guide: the 2010 EU kids online survey*. Available on: https://www.researchgate.net/publication/313011384_Technical_report_and_user_guide_the_2010_EU_kids_online_survey
- Llewellyn, G., Wayland, S. & Hindmarsch, G. (2016). *Disability and child sexual abuse in institutional contexts*. Sydney: Royal Commission into Institutional Responses to Child Sexual Abuse.
- Lőrincz, L., Koltai, J., Győr, A. F. & Takács, K. (2019). Collapse of an online social network: Burning social media to create it? *Social Networks*, 57, 43-53. DOI:10.1016/j.socnet.2018.11.004
- Low, J. (2019). A Pragmatic Definition of the Concept of Theoretical Saturation. *Sociological Focus*, 52(2), 131-139.
<https://doi.org/10.1080/00380237.2018.1544514>
- Luhmann, N. (1992). Autopoiesis. What is communication? *Communication Theory*, 2(3), 251-259.
- Luhmann, N. (1995). *Social Systems*. California: Stanford University Press.
- Lyotard, J. F. (1984). *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge*. Geoffrey Bennington and Brian Massumi. Minneapolis: University of Minnesota Press.

- Mabe, A. G., Forney, K. J. & Keel, P. K. (2014). Do you “like” my photo? Facebook use maintains eating disorder risk. *International Journal of Eating Disorders*, 47(5), 516-523. DOI: 10.1002/eat.22254
- Machimbarrena, J. M., Calvete, E., Fernandez-Gonzalez, L., Alvarez-Bardon, A., Alvarez-Fernandez & Gonzalez-Cabrera, J. (2018). Internet Risks: An Overview of Victimization in Cyberbullying, Cyber Dating Abuse, Sexting, Online Grooming and Problematic Internet Use. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15, 1-15. DOI: 10.3390/ijerph15112471
- Maletzke, G. (1963). *Psychologie der Masserkommunikation (Psychology of Mass Communication)*. Hans – Bredow – Institut, Hamburg.
- Marsden, P. V. (2000). Recent Developments in Networks Measurement. In Peter J. Carrington, John Scott & Stanley Wasserman (Edit.), *Models and Methods in Social Network Analysis*, (pp. 8-28). Cambridge: Cambridge University Press.
- Martin, W. & Bridgmon, K. (2012). *Quantitative and statistical research methods: from hypothesis to results*. New Jersey, USA: Jossey-Bass.
- Maurer, K. (2010). Communication and Language in Niklas Luhmann’s Systems – Theory. *Pandemonium Germanicum*, 16, 1-21.
DOI:10.1590/S1982-88372010000200002
- McAlinden, A. M. (2012). *“Grooming” and the sexual abuse of children: institutional, internet and familial dimensions*. Oxford: Clarendon Studies in Criminology.
- Mead, G. H. (1934). *Mind Self and Society*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Murugesan, S. (2007). Understanding Web 2.0. *IT Professional*, 9(4). 34-41.
DOI:10.1109/MITP.2007.78
- McPhee, R. D., Poole, M. S., & Iverson, J. (2013). Structuration Theory. In Linda L. Putman and Dennis K. Mumby (Ed.) *The Sage Handbook of Organizational Communication Advances in Theory: Research and Methods*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- McKenna, K. Y. A. & Bargh, J. A. (2000). Plan 9 From Cyberspace: The Implication of the Internet for Personality and Social Psychology. *Personality and Social Psychology Review*, 4(1), 57 – 75.
https://doi.org/10.1207/S15327957PSPR0401_6
- McKenna, K. Y. A., Green, S. A. & Gleason, M. E. J. (2002). Relationship formation on the Internet: What’s the big attraction? *Journal of Social Issues*, 58(1), 9-31.
DOI:10.1111/1540-4560.00246
- McQuail, D. (1987). *Mass Communication Theory: An Introduction* (2nd ed.). Sage Publications, Inc.
- Meier, E. P. & Gray, J. (2014). Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 17(4), 199-206. DOI: 10.1089/cyber.2013.0305

- Mesch, G. S., & Talmud, I. (2007). Similarity and the quality of online and offline social relationships among adolescents in Israel. *Journal of Research on Adolescence*, 17(2), 455–466. <https://doi.org/10.1111/j.1532-7795.2007.00529.x>
- Mikre, F. (2011). The Roles of Information Communication Technologies in Education. Review Article with Emphasis to the Computer and Internet. *Ethiopian Journal of Education and Sciences*, 6(2), 109-126.
- Miles, M. B. & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded source book (2nd ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Moore, C. G., Carter, R. E., Nietert, P. J., & Stewart, P. W. (2011). Recommendations for planning pilot studies in clinical and translational research. *Clinical and Translational Science*, 4(5), 332–337. DOI: 10.1111/j.1752-8062.2011.00347.x
- Morozov, E. (2012). *The net delusion: The dark side of Internet freedom*. New York: Public Affairs.
- Newcomb, T. M. (1953). An approach to the study of communicative acts. *Psychological Review*, 60(6), 393–404. <https://doi.org/10.1037/h0063098>
- Ng, S. V. (2016). Social Media and the Sexualization of Adolescent Girls. *The American Journal of Psychiatry Residents' Journal*, 11(12), 14-14. DOI:10.1176/appi.ajpr-j.2016.111206
- Nie, N. H., Hillygus, D. S., & Erbring, L. (2008). Internet use, interpersonal relations, and sociability: A time diary study. In B. Wellman & C. Haythornthwaite (Eds.), *The internet in everyday life* (215–243). Oxford, UK: Blackwell Publishers Ltd. DOI:10.1002/9780470774298.ch7
- Nisber, J. & Watt, J. (1984). Case Study. Στο J. Bell, T. Bush, A. Fox, J. Goodey και S. Goulding (Επιμ.), *Conducting Small – scale Investigations in Educational Management*. London: Harper & Row, 79-92.
- Noy, C. (2008). Sampling Knowledge: The Hermeneutics of Snowball Sampling in Qualitative Research. *International Journal of Social Research Methodology*, 11(4), 327-344. <https://doi.org/10.1080/13645570701401305>
- NSPCC (2016). *Sexting and Young People: The Parent's View*. Available on: <https://learning.nspcc.org.uk/research-resources/2016/sexting-young-people-parents-view>
- O' Connell, R. (2003). *A Typology of Cyber Sexploitation and Online Grooming Practices*. Preston, England: University of Central Lancashire. Available on: <http://image.guardian.co.uk/sysfiles/Society/documents/2003/07/17/Groomingreport.pdf>.
- O' Leary, P., Koh, E. & Dare, A. (2017). *Grooming and child sexual abuse in institutional contexts*. Sydney: Royal Commission into Institutional Responses to Child Sexual Abuse.
- Oppenheim, A. N. (1992). *Questionnaire Design, Interviewing and Attitude Measurement*. London: Pinter Publishers Ltd.

- Orlikowsky W. & Robey, D. (1991). Information Technology and the structuring of organisations. *Information Systems Research*, 2(2), 143-169.
<https://doi.org/10.1287/isre.2.2.143>
- Owyang, J. K. (2009). *The Future of the Social Web: In Five Eras Forrester Research*.
 Όπως ανακτήθηκε στις 25/3/2020, από
http://blogs.forrester.com/jeremiah_k_owyang/09-04-27_future_social_web_five_eras
- Parks, M. R. & Floyd, K. (1996). Making friends in Cyberspace. *Journal of Communication*, 46, 80-97.
<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1996.tb01462.x>
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*. Newbury Park, CA: Sage.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative evaluation and research methods* (3η έκδ). London: Sage.
- Penman, R. (1992). Good Theory and Good Practice: An Argument in Progress. *Communication Theory*, 3, 234-250. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.1992.tb00041.x>
- Piaget, J. (1966). *The Psychology of Intelligence*. Totowa, NJ: Littlefield, Adams
- Piedrahita, P., Borge-Holthoefer, J., Moreno, Y. & González-Bailón, S. (2018). The Contagion Effects of Repeated Activation in Social Networks. *Social Networks*, 54, 326-335. <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2017.11.001>
- Pinto, M. B. & Mansfield, P. (2011). Facebook as a Complaint Mechanism: An Investigation of Millenials. *Journal of Behavioral Studies in Business*, 4, 1-12.
- Polit, D. F., & Beck, C. T. (2017). *Nursing research: Generating and assessing evidence for nursing practice* (10th ed.). Philadelphia, PA: Wolters Kluwer/Lippincott Williams & Wilkins. <https://doi.org/10.1016/j.iccn.2015.01.005>
- Poster, M. (1990). *The Mode of information: Poststructuralism and Social Context*. Cambridge: Polity.
- Purcell, A. & Stroud, S. R. (2018). *To Catfish or not to Catfish? The Ethics of Online Deception*. University of Texas, Austin.
- Putnam, R. D. (1993). The Prosperous Community. *The American Prospect* 4(13), 35–42.
- Qi, J., Monod, E., Fang, B. & Deng, S. (2018). Theories of Social Media: Philosophical Foundations. *Engineering*, 4, 94-102. DOI:10.1016/j.eng.2018.02.009
- Queirós, A., Faria, D., & Almeida, F. (2017). Strengths and Limitations of Qualitative and Quantitative Research Methods. *European Journal of Education Studies*, 3, 369-387. DOI:10.5281/zenodo.887089
- Rahman, S. (2017). The Advantages and Disadvantages of Using Qualitative and Quantitative Approaches and Methods in Language “Testing and Assessment” Research: A Literature Review. *Journal of Education and Learning*, 6(1), 101-112.

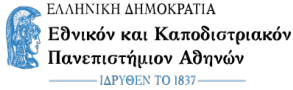
- Rashid, Y., Rashid, A., Warraich, M. A., Sabir, S. S. & Waseem, A. (2019). Case Study Method: A Step-by-Step Guide for Business Researchers. *International Journal of Qualitative Methods*, 18, 1-13. DOI:10.1177/1609406919862424
- Reichart-Smith, L., Smith, K. D. & Blazka, M. (2013). Follow me, What's the Harm? Considerations of Catfishing and Utilizing Fake Online Personas on Social Media. *Journal of Legal Aspects of Sport*, 27, 32-45. DOI:10.1123/jlas.2016-0020
- Rheingold, H. (2000). Community Development in the Cybersociety of the Future. In Gauntlett D. (Edit.), *Web.Studies – Rewiring Media Studies for the Electronic Age*, 19-30. London: Arnold.
- Rothemberger, L. T., Auer, C. & Pratt, C. B. (2017). Theoretical Approaches to Normativity in Communication Research. *Communication Theory*, 27, 176-201. DOI:10.1111/comt.12103
- Rotry, R. (1991). *Objectivity, Relativism and Truth: Philosophical papers*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Rybnicek, M., Poisel, R. & Tjoa, S. (2013). Facebook Watchdog: A Research Agenda For Detecting Online Grooming and Bullying Activities. *IEEE International Conference on Systems, Man, and Cybernetics*, 2854-2859. DOI:10.1109/SMC.2013.487
- Sapienza, S., Iyer, N., Veenstra, A. (2015). Reading Lasswell's Model of Communication Backward: Three Scholarly Misconceptions. *Mass Communication and Society*, 18, 509-622. DOI:10.1080/15205436.2015.1063666
- Saunders, B., Sim, J., Kingstone, T., Baker, S., Waterfield, J., Bartlam, B., Burroughs, H., & Jinks, C. (2018). Saturation in qualitative research: exploring its conceptualization and operationalization. *Quality & quantity*, 52(4), 1893–1907. doi: 10.1007/s11135-017-0574-8
- Schaeffer, N.C. & Presser, S. (2003). "The Science of Asking Questions". *Annual Review of Sociology*, 29, 65-88.
- Schramm, W. (1955). How communication works. In: Schramm, W. (Ed.). *Process and Effects of Mass Communication*. Illinois: University of Illinois Press.
- Seidl, D. (2004). *Luhmann's theory of autopoietic social systems*. Ludwig – Maximilians Universität München, Munich Scholl of Management. Όπως ανακτήθηκε από τον ιστοτόπο: https://www.researchgate.net/profile/David_Seidl2/publication/277293382_Luhmann's_theory_of_autopoietic_social_systems/links/564db64b08aefe619b0e109f/Luhmanns-theory-of-autopoietic-social-systems.pdf
- Sewell, W. H. Jr. (1992). A Theory of Structure: Duality, Agency, and Transformation. *American Journal of Sociology*, 98(1), 1-29. <http://dx.doi.org/10.1086/229967>
- Seyfarth, B. (2000). Structuration Theory in Small Group Communication: A Review and Agenda for Future Research. *Annals of the International Communication Association*, 23(1), 341-380. DOI:10.1080/23808985.2000.11678977

- Shabir, G., Hameed, Y. M. Y., Safdar, G. & Gilani, S. M. F. S. (2014). The Impact of Social Media on Youth: A Case Study of Bahawalpur City. *Asian Journal of Social Sciences & Humanities*, 3(4), 132-151.
- Shannon, C. E. & Weaver, W. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*. University of Illinois Press, Urbana.
- Shin, Y. (2016). Connecting Political Communication with Urban Politics: A Bourdieusian Framework. *International Journal of Communication*, 10, 508-509.
- Singh, V. (2019). Impact of social media on social life of teenagers in India: A case study. *Journal of Academic Perspective on Social Studies*, 1, 13-24. <https://doi.org/10.35344/japss.529285>
- Southwell, B. & Yzer, M. C. (2007). The roles of Interpersonal Communication in Mass Media Campaigns. *Communication Yearbook*, 31, 419 – 462. DOI:10.1080/23808985.2007.11679072
- Stake, R. E. (1995). *The art of case study research*. London: Sage Publications Ltd.
- Statista (2019). *Most Popular Social Networks Worldwide as of October 2019, ranked number of active users*. Available on: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
- Statista (2023). *Most popular social networks worldwide as of January 2023, ranked by number of monthly active users*. Available on: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
- Sterne, J. (2003). Bourdieu, Technique and Technology. *Cultural Studies*, 17(3/4), 367-389. <https://doi.org/10.1080/0950238032000083863a>
- Strauss, A. & Corbin, J. (1998). *Basics of Qualitative Research. Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*, (2nd ed.). London: Sage Publications.
- Sturman, A. (1999). Case study methods. Στο J. P. Keeves (Επιμ.), *Educational Research Methodology and Measurement: an International Handbook* (2nd ed.). Oxford: Elsevier Science Ltd., 103-112.
- Tariq, W., Mehboob, M., Khan, A. & Ullah, F. (2012). The Impact of Social Media and Social Networks on Education and Students of Pakistan. *International Journal of Computer Science Issues*, 9(4), 407-411.
- Thomas, B. (2003). National Literary Histories: Imagined Communities or Imagined Societies? *Modern Language Quarterly*, 64(2), 137-152. <https://doi.org/10.1215/00267929-64-2-137>
- Tucker, C. (1966). Some Methodological Problems of Kuhn's Self Theory. *Sociological Quarterly*, 7, 345-358. DOI:10.1111/j.1533-8525.1966.tb01698.x
- Twenge, J. M., Spitzberg, B. H. & Campbell, W. K. (2019). Less in-person social interaction with peers among U.S. adolescents in the 21st century and links to

- loneliness. *Journal of Social and Personal Relationships*, 36(6), 1892-1913.
<https://doi.org/10.1177/0265407519836170>
- Völlink, T., Dehue, F., McGuckin, C. & Jacobs, N. C. L. (2015). *Cyberbullying: From theory to intervention*. London: Routledge.
- Walsham, G. (1993). *Interpreting Information Systems in Organisations*. England: J. Wiley & Sons Ltd.
- Wang, C., Lee M. K. O. & Hua, Z. (2015). A Theory of Social Media dependence: Evidence from microblog users. *Decision Support Systems*, 69, 40-49.
 DOI:10.1016/j.dss.2014.11.002
- Wasserman, S., & Faust, K. (1994). *Structural analysis in the social sciences. Social network analysis: Methods and applications*. Cambridge University Press.
<https://doi.org/10.1017/CBO9780511815478>
- Watts, D. J. & Dodds, P. S. (2007). Influentials, Networks, and Public Opinion Formation. *Journal of consumer research*, 34, 441 – 458.
<https://doi.org/10.1086/518527>
- Weinberg, B. D. & Pehlivan, E. (2011). Social Spending: Managing the Social Media Mix. *Business Horizons*, 54, 275-282.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.008>
- Weinstein, A. & Lejoyeux, M. (2010). Internet Addiction or Excessive Internet Use. *The American Journal of Drug and Alcohol Abuse*, 1-7.
 DOI:10.3109/00952990.2010.491880
- Wenxiu, P. (2015). Analysis of New Media Communication Based on Lasswell's "5W" Model. *Journal of Educational and Social Research*, 5(3), 245-250.
 Doi:10.5901/jesr.2015.v5n3p245
- Whiting, A. & Williams, D. (2013). Commentary Paper. Why People Use Social Media: A Uses and Gratifications Approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(4), 362-369. DOI:10.1108/QMR-06-2013-0041
- Whittle, H. C., Hamilton-Giachritsis, C. & Beech, A. R. (2013). Victims' Voices: The Impact of Online Grooming and Sexual Abuse. *Universal Journal of Psychology*, 1(2), 59-71. DOI:10.13189/ujp.2013.010206
- Whittle, H. C., Hamilton-Giachritsis, C., Beech, A. & Collings, G. (2013). A review of young people's vulnerabilities to online grooming, *Aggression and Violent Behavior*, 18, 62-70. DOI:10.1016/j.avb.2012.11.008
- Willard, N. E. (2010). Sexting and Youth: Achieving a Rational Response. *Journal of Social Sciences*, 6(4), 542-562. DOI:10.3844/jssp.2010.542.562
- Williams, A. L. & Merten, M. J. (2011). iFamily: Internet and Social Media Technology in the Family Context. *Family & Consumer Sciences Research Journal*, 40(2), 150-170. <https://doi.org/10.1111/j.1552-3934.2011.02101.x>
- Willig, I., Waltp, K. & Moller Hartley, J. (2015). Field theory approaches to new media practices: An introduction and some theoretical considerations. *Mediekultur*, 58, 1-12. DOI:10.7146/mediekultur.v31i58.20671

- Wiseman, B. (2011). *Cyberbullying in schools: A research study on school policies and procedures*. Theses, Dissertations, Professional Papers and Capstones. University of Las Vegas. <http://dx.doi.org/10.34917/2255384>
- Wundt, W. (1928). *Elements of Folk Psychology*. London: Allen & Unwin.
- Ybarra, M. L. & Mitchell, K. J. (2004). Youth engaging in online harassment: associations with caregiver – child relationships, Internet use and personal characteristics. *Journal of Adolescence*, 27(3), 319-336. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2004.03.007>
- Yardi, S. & Bruckman, A. (2011). Social and Technical Challenges in Parenting Teens' Social Media Use. *CHI '11: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (3237-3246). Vancouver, BC, Canada. DOI:10.1145/1978942.1979422
- Yin, R. K. (2003). *Case study research: Design and methods*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Yurtkoru, E. S. & İslamoğlu, G. (2019). Incivility in digital era: A study on cyberbullying. *Joint Conference: 14th ISMC and 8th ICLTIBM-2018*. Available on: https://www.researchgate.net/publication/330685505_Incivility_In_Digital_Era_A_Study_On_Cyberbullying. DOI:10.15405/epsbs.2019.01.02.6
- Yuan K, Qin W, Wang G, Zeng F, Zhao L, et al. (2011) Microstructure Abnormalities in Adolescents with Internet Addiction Disorder. *PLoS ONE* 6(6), e20708. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0020708>
- Zhang, J. (2010). *Social Media and Distance Education*. *UMUC Digital Repository*. Available on: <http://cdm16240.contentdm.oclc.org/cdm/ref/collection/p16240coll5/id/56>.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α΄



Παιδαγωγικό Τμήμα Δημοτικής Εκπαίδευσης

Κατερίνη, Σεπτέμβριος 2022

ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ

Αγαπητή μαθήτριά/ Αγαπητέ Μαθητή,

Ονομάζομαι Γεωργία Παναγιωτίδου και είμαι υποψήφια Διδάκτωρ του Παιδαγωγικού Τμήματος Δημοτικής Εκπαίδευσης του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών. Ένα από τα ενδιαφέροντά μου, μιας και είμαι επικοινωνιολόγος, είναι η επίδραση που έχουν οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης (τα γνωστά σε όλους μας social media) στην εφηβική ηλικία και συγκεκριμένα, στην κοινωνική ζωή των εφήβων, όπως είσαι κι εσύ.

Για το λόγο αυτό θα ήθελα να πραγματοποιήσω στο σχολείο σου μία έρευνα το πλαίσιο της διατριβής μου, η οποία θα βοηθήσει τόσο εμένα, όσο και την επιστημονική κοινότητα να κατανοήσουμε την πραγματική σχέση που έχουν τα παιδιά της ηλικίας σου με τα social media. Θα ήταν εξαιρετικά ενδιαφέρον για όλους μας, αλλά και για εσένα, όπως επίσης και για τους καθηγητές σου και τους γονείς σου, να ερευνήσουμε σε βάθος, πώς διαμορφώνει η χρήση των κοινωνικών δικτύων τις κοινωνικές σου σχέσεις, αλλά και τις κοινωνικές προεκτάσεις του φαινομένου αυτού στην οικογένεια σου, το σχολείο και γενικότερα στο ευρύ κοινωνικό σύνολο.

Η έρευνα αυτή θα γίνει με μία μικρής διάρκειας συνέντευξη και μία συζήτηση γύρω από τη σχέση σου με τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης. Η συνέντευξη θα ηχογραφηθεί, για να μπορώ στη συνέχεια να την καταγράψω σε χαρτί και να επεξεργαστώ τις πολύτιμες πληροφορίες που θα μου δώσεις, αλλά μόλις ολοκληρωθεί η επεξεργασία το αρχείο θα καταστραφεί με δική μου ευθύνη. Το όνομά σου δε θα καταγραφεί πουθενά, όπως και κανένα προσωπικό σου στοιχείο. Στην προσπάθεια αυτή δεν είμαι μόνη μου! Η έρευνά μου επιβλέπεται από τον καθηγητή Π.Τ.Δ.Ε. Ε.Κ.Π.Α., κο Δημοσθένη Δασκαλάκη (τηλ. 2103688198, διεύθυνση: Ναυαρίνου 13^Α, Ισόγειο, email: secr@primedu.uoa.gr), ο οποίος είναι υπεύθυνος για τη σωστή διεξαγωγή της.

Θέλω να ξέρεις, ότι η συμμετοχή σου ΔΕΝ είναι υποχρεωτική. Ακόμα κι αν αποφασίσεις να μην απαντήσεις σε κάποιες ερωτήσεις, δεν πειράζει καθόλου! Επίσης μπορείς ανά πάσα ώρα και στιγμή να αποσυρθείς από τη συνέντευξη, χωρίς φυσικά καμία κύρωση. Στην επόμενη σελίδα θα βρεις το έντυπο της συγκατάθεσής σου για τη συμμετοχή σου στην έρευνα, καθώς επίσης και τον Κώδικα Δεοντολογίας που την διέπει, όπως έχει συνταχθεί από το Παιδαγωγικό Τμήμα Δημοτικής Εκπαίδευσης του Πανεπιστημίου Αθηνών.

Σε ευχαριστώ για την πολύτιμη βοήθειά σου!

Με εκτίμηση,

Γεωργία Παναγιωτίδου, Υπ. Διδάκτωρ Π.Τ.Δ.Ε. Ε.Κ.Π.Α

Στοιχεία επικοινωνίας για τη έρευνα: Γεωργία Παναγιωτίδου, Υπ. Διδάκτωρ Π.Τ.Δ.Ε. Ε.Κ.Π.Α.
Τηλ. 6984860076 e-mail: kitaumnistrap@hotmail.com, geopan@primedu.uoa.gr

Έντυπο συγκατάθεσης μαθητών για έρευνα σε εφήβους ηλικίας 15-18 ετών

Θέμα έρευνας: Η επίδραση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στην εφηβική ηλικία

(Θα διατηρηθούν δύο αντίγραφα: ένα σε έντυπη μορφή για τον/την μαθητή-τρια που συμμετέχει στη έρευνα και ένα για το αρχείο της επιστημονικά υπεύθυνης)

Παρακαλούμε επιλέξτε ένα από τα κουτάκια (Ναι, Όχι)

ΝΑΙ ΟΧΙ

Επιτρέπω και συμφωνώ με τη συμμετοχή μου στην έρευνα

Διάβασα και κατανόησα το περιεχόμενο της επιστολής ενημέρωσης που αφορά στην παρούσα έρευνα. (Αν απαντήσεις ΟΧΙ σε αυτήν την ερώτηση, παρακαλώ μην προχωρήσεις με τη συμπλήρωση του εντύπου συγκατάθεσης, έως ότου σου είναι απολύτως ξεκάθαρο σε τι αφορά η συμμετοχή σου στην παρούσα έρευνα).

Κατανοώ ότι η συμμετοχή μου είναι εθελοντική και είμαι ελεύθερος-η να μην απαντήσω σε όσες ερωτήσεις δεν επιθυμώ, καθώς και να μην συμμετάσχω σε κάποιο μέρος της συνέντευξης, ή ακόμα και να αποσυρθώ κατά τη διάρκειά της, σε περίπτωση που δε θέλω να συνεχίσει. Σε ανάλογη περίπτωση, δε θα υπάρξουν συνέπειες για την απόφαση αυτή και δεν θα μου ζητηθεί να την αιτιολογήσω. Σε περίπτωση απόσυρσης κατά τη διάρκεια της συνέντευξης, τα προσωπικά δεδομένα μου δε θα είναι διαθέσιμα πλέον στην ερευνήτρια.

Γνωρίζω, ότι πρόκειται να ηχογραφηθώ κατά τη διάρκεια της συνέντευξης και κατανοώ πως προσωπικές πληροφορίες, όπως ονόματα, στοιχεία επικοινωνίας, δεν θα αποκαλυφθούν σε κανέναν, παρά μόνο θα τα γνωρίζει η ερευνήτρια, η οποία είναι και υπεύθυνη για τη διαφύλαξη των προσωπικών δεδομένων των συμμετεχόντων στην παρούσα έρευνα.

Όνομα συμμετέχοντα-ουσας

Υπογραφή

Όνομα ερευνήτριας

Υπογραφή

Ημερομηνία

Γεωργία Παναγιωτίδου

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β΄

Κατερίνη, Σεπτέμβριος 2022

ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ

Αγαπητέ γονέα/ κηδεμόνα,

Ονομάζομαι Γεωργία Παναγιωτίδου και είμαι υποψήφια Διδάκτωρ του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών και συγκεκριμένα του Παιδαγωγικού Τμήματος Δημοτικής Εκπαίδευσης. Στο πλαίσιο της διατριβής μου, της οποίας θέμα αποτελεί «η επίδραση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στην εφηβική ηλικία», εκπονώ μία μελέτη περίπτωσης με ερευνητικό εργαλείο την ημιδομημένη συνέντευξη σε εφήβους ηλικίας από 15 έως 18 ετών του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης. Οι συνεντεύξεις θα ηχογραφηθούν, σύμφωνα με τον κώδικα δεοντολογίας για τη διεξαγωγή έρευνας σε παιδιά, ωστόσο με το πέρας της έρευνας τα αρχεία θα καταστραφούν με δική μου ευθύνη. Σημειώνεται δε, πως κανένα ονομαστικό ή προσωπικό στοιχείο του παιδιού δεν πρόκειται να καταγραφεί. Η έρευνα είναι ανώνυμη.

Σκοπός της μελέτης αυτής είναι να διερευνηθούν σε βάθος οι επιδράσεις των social media στην εφηβική ηλικία και συγκεκριμένα, πώς διαμορφώνει η χρήση τους τις κοινωνικές σχέσεις των εφήβων μεταξύ τους, αλλά και τις κοινωνικές προεκτάσεις του φαινομένου στην οικογένεια, το σχολείο και γενικότερα στο ευρύ κοινωνικό σύνολο.

Η παρούσα έρευνα τελείται υπό την επίβλεψη του Καθηγητή του Π.Τ.Δ.Ε. Ε.Κ.Π.Α., κου Δημοσθένη Δασκαλάκη (τηλ. 2103688198, διεύθυνση: Ναυαρίνου 13^Α, Ισόγειο, email: secr@primedu.uoa.gr). Συνημμένα θα βρείτε το έγγραφο συγκατάθεσής σας για τη συμμετοχή του παιδιού σας, καθώς επίσης και τον Κώδικα Δεοντολογίας που διέπει την παρούσα έρευνα, όπως έχει συνταχθεί από το Παιδαγωγικό Τμήμα Δημοτικής Εκπαίδευσης του Πανεπιστημίου Αθηνών.

Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων.

Με εκτίμηση,

Γεωργία Παναγιωτίδου

Υπ. Διδάκτωρ Π.Τ.Δ.Ε. Ε.Κ.Π.Α

Στοιχεία επικοινωνίας για τη έρευνα: Γεωργία Παναγιωτίδου, Υπ. Διδάκτωρ Π.Τ.Δ.Ε. Ε.Κ.Π.Α.
Τηλ. 6984860076 e-mail: klitaimnistrap@hotmail.com, georan@primedu.uoa.gr

Έντυπο συγκατάθεσης γονέων/κηδεμόνων για έρευνα
σε εφήβους ηλικίας 15-18 ετών

Θέμα έρευνας: Η επίδραση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στη εφηβική ηλικία

(Θα διατηρηθούν δύο αντίγραφα: ένα σε έντυπη μορφή για τον/την γονέα του παιδιού που συμμετέχει στη έρευνα και ένα για το αρχείο της επιστημονικά υπεύθυνης)

Παρακαλούμε επιλέξτε ένα από τα κουτάκια (Ναι, Όχι) ΝΑΙ ΟΧΙ

Επιτρέπω και συναινώ ως γονέας/κηδεμόνας για τη συμμετοχή του παιδιού μου στην έρευνα

Διάβασα και κατανόησα το περιεχόμενο της επιστολής ενημέρωσης που αφορά στην παρούσα έρευνα. (Αν απαντήσετε ΟΧΙ σε αυτήν την ερώτηση, παρακαλούμε μην προχωρήσετε με τη συμπλήρωση του εντύπου συγκατάθεσης, έως ότου σας είναι απολύτως ξεκάθαρο σε τι αφορά η συμμετοχή του παιδιού σας στην παρούσα έρευνα).

Κατανώ, ότι η συμμετοχή του παιδιού μου είναι εθελοντική και είναι ελεύθερο να μην απαντήσει σε όσες ερωτήσεις δεν επιθυμεί, καθώς και να μη συμμετάσχει σε κάποιο μέρος της συνέντευξης, ή ακόμα και να αποσυρθεί κατά τη διάρκειά της, σε περίπτωση που δε θέλει να συνεχίσει. Σε ανάλογη περίπτωση, δε θα υπάρξουν συνέπειες για την απόφαση αυτή και δε θα ζητηθεί από εμένα ή το παιδί μου να την αιτιολογήσω. Σε περίπτωση απόσυρσης κατά τη διάρκεια της συνέντευξης, τα προσωπικά του δεδομένα δε θα είναι διαθέσιμα πλέον στην ερευνήτρια.

Συναινώ στην ηχογράφηση της συνέντευξης του παιδιού μου, με την προϋπόθεση, ότι το αρχείο θα καταστραφεί με το πέρας της έρευνας. Κατανώ ότι προσωπικές πληροφορίες, όπως ονόματα, στοιχεία επικοινωνίας, δεν θα αποκαλυφθούν σε κανέναν, παρά μόνο θα τα γνωρίζει η ερευνήτρια, η οποία είναι και υπεύθυνη για τη διαφύλαξη των προσωπικών δεδομένων των συμμετεχόντων στην παρούσα έρευνα.

Όνομα γονέα/κηδεμόνα Υπογραφή

συμμετέχοντα

Όνομα ερευνήτριας Υπογραφή Ημερομηνία

Γεωργία Παναγιωτίδου

Στοιχεία επικοινωνίας για τη έρευνα: Γεωργία Παναγιωτίδου, Υπ. Διδάκτωρ Π.Τ.Δ.Ε. Ε.Κ.Π.Α.
Τηλ. 6984860076 e-mail: klitaimnistrap@hotmail.com, georan@primedu.uoa.gr

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ'

Κωδικός: e1os2VD5n8qPwupKdNvJvg

Επιβεβαιώνεται το γνήσιο. Υπουργείο
Ψηφιακής Διακυβέρνησης / Verified by the Ministry
of Digital Governance, Hellenic Republic
20220506150834+09'00'



Υπεύθυνη Δήλωση (άρθρο 8 Ν.1599/1986)

Η ακρίβεια των στοιχείων που υποβάλλονται με αυτή τη δήλωση μπορεί να ελεγχθεί με βάση το αρχείο άλλων υπηρεσιών (άρθρο 8 παρ. 4 Ν. 1599/1986).

Προς ⁽¹⁾ :	Γενική Συνέλευση του Παιδαγωγικού Τμήματος Δημοτικής Εκπαίδευσης ΕΣΠΑ						
Όνομα:	ΓΕΩΡΓΙΑ	Επώνυμο:	ΠΑΝΑΓΙΩΤΙΔΟΥ				
Όνομα και Επώνυμο Πατέρα:	Δημήτριος Παναγιωτίδης						
Όνομα και Επώνυμο Μητέρας:	Ελένη Παναγιωτίδου						
Ημερομηνία γέννησης:	15/04/1984						
Τόπος Γέννησης:	Μαρούσι Αττικής						
Αριθμός Δελτίου Ταυτότητας:	AB567573	Τηλ:	+306984860076				
Τόπος Κατοικίας:	Κατερίνη	Οδός:	Γοργοποτάμο υ	Αριθ:	21	ΤΚ:	60132
ΑΦΜ:	126745863	Δ/ση Ηλεκτρ. Ταχυδρομείου (E-mail):	klitaimnistrap@hotmail.com				

Με ατομική μου ευθύνη και γνωρίζοντας τις κυρώσεις⁽²⁾, που προβλέπονται από τις διατάξεις της παρ. 6 του άρθρου 22 του Ν. 1599/1986, δηλώνω ότι:

- α. Η ηχογράφηση των μαθητών θα γίνει αποκλειστικά για τις ανάγκες της έρευνας με τίτλο «Η επίδραση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στην εφηβική ηλικία».
- β. Τα αρχεία της ηχογράφησης δε θα χρησιμοποιηθούν για κανένα άλλο σκοπό παρά μόνο για τις ανάγκες συλλογής και ανάλυσης των ερευνητικών δεδομένων.
- γ. Σε καμία περίπτωση δε θα επιχειρηθεί δημόσια προβολή των αρχείων της ηχογράφησης στο σύνολό τους ή έστω τμήματος αυτών, στο πλαίσιο οποιασδήποτε ερευνητικής ή ακαδημαϊκής δραστηριότητας.
- δ. Τα αρχεία της ηχογράφησης με τις συνεδρίες των μαθητών/-τριών θα καταστραφούν αμέσως μετά τη χρήση τους για τις ανάγκες συλλογής και ανάλυσης των δεδομένων της έρευνας.
- ε. Την απόλυτη και αποκλειστική ευθύνη για τη φύλαξη, διαχείριση και καταστροφή των εν λόγω αρχείων φέρει ο/η ερευνητής/-ήτρια.
- στ. Για κάθε μαθητή/-ήτρια που πρόκειται να ηχογραφηθεί, έχει εξασφαλιστεί από τον/την ερευνητή/-ήτρια η ενυπόγραφη συναίνεση, κατόπιν πλήρους ενημέρωσης, του γονέα ή του κηδεμόνα του

06/05/2022

Ο - Η Δηλ.

ΓΕΩΡΓΙΑ ΠΑΝΑΓΙΩΤΙΔΟΥ

(1) Αναγράφεται από τον ενδιαφερόμενο πολίτη η αρχή ή η υπηρεσία του δημόσιου τομέα όπου απευθύνεται η αίτηση.

(2) Γνωρίζω ότι: Όποιος εν γνώσει του δηλώνει ψευδή γεγονότα ή αρνείται ή αποκρύπτει τα αληθινά με έγγραφη υπεύθυνη δήλωση του άρθρου 8 τιμωρείται με φυλάκιση τουλάχιστον τριών μηνών. Εάν ο υπαίτιος αυτών των πράξεων σκόπευε να προσπορίσει στον εαυτόν του ή σε άλλον περιουσιακό όφελος βλάπτοντας τρίτον ή σκόπευε να βλάψει άλλον, τιμωρείται με κάθειρξη μέχρι 10 ετών.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ'

Σύμβολα μετεγγραφής:	(...)	Παύση
	(γέλιο)	Εκτός ομιλίας πληροφορίες
	—————	Έμφαση στον τόνο της φωνής

Πιλοτική Συνέντευξη με μαθήτρια του 4^{ου} ΓΕΛ Κατερίνης με κωδικό ΚΑΜΑΑ1

E: Καλημέρα. Αρχικά θα ήθελα να σε ευχαριστήσω για τη συμμετοχή σου και για το χρόνο σου, τον οποίο αυτήν τη στιγμή στερείς από τα μαθήματά σου.

M: Δεν κάνει τίποτα. Να είστε καλά.

E: Να ξεκινήσουμε λοιπόν;

M: Ναι εννοείται.

E: Έχεις λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης;

M: Έχω.

E: Έχεις ε; Σε ποιο ή σε ποια;

M: Στο Instagram, στο Snapchat, στο Twitter...

E: Έχεις και Twitter ε;

M: Ναι. Στο TikTok, στο Messenger, στο Pinterest και στο Wattpad.

E: Pinterest και;

M: Wattpad, ε δεν είναι ακριβώς τέτοιο, είναι μια εφαρμογή στην οποία κάνεις λογαριασμό και διαβάζεις βιβλία από κει.

E: Πολύ ενδιαφέρον μου ακούγεται, αυτό δεν το ήξερα, θα το ψάξω όμως.

Χρησιμοποιείς τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για την καθημερινή σου επικοινωνία με τους φίλους σου;

M: Ναι.

E: Με την οικογένειά σου;

M: Ναι.

E: Με τους συμμαθητές σου;

M: Ναι.

E: Ωραία. Προτιμάς τις κλήσεις, το chat ή τις βιντεοκλήσεις για την επικοινωνία σου στα social media;

M: Τις κλήσεις.

E: Κλήσεις ε; Βιντεοκλήσεις ή κανονικές; Τηλέφωνο;

M: Τηλέφωνο ή κλήση από το Instagram.

E: Ναι, αυτό. Κλήσεις όμως.

Και πόσο συχνά μπαίνεις στο προφίλ των φίλων σου για να ενημερώνεσαι για την καθημερινότητά τους και να παρακολουθείς αναρτήσεις, δημοσιεύσεις κτλ.;

M: Ε δεν μπαίνω πολύ συχνά γιατί αν συμβαίνει κάτι το ξέρω ήδη επειδή μου το λένε.

E: Προτιμάς να μαθαίνεις την επικαιρότητα από τις εφημερίδες, τα περιοδικά, το ραδιόφωνο, αυτά δηλαδή που λέμε παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας ή από το διαδίκτυο και τα social media;

M: Το διαδίκτυο.

E: Γιατί;

M: Γιατί περνάω τον περισσότερο χρόνο διαβάζοντας ή στο κινητό μου και δεν έχω χρόνο για να δω στα περιοδικά κάτι ή στις εφημερίδες.

E: Εμπιστεύεσαι τα social media όσον αφορά την αξιοπιστία τους και την εγκυρότητά τους;

M: Όχι.

E: Όχι ε;

Και σε σχέση με τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας ποια εμπιστεύεσαι περισσότερο, τα social media ή ας πούμε την τηλεόραση, τα περιοδικά, τις εφημερίδες;

M: Τα social media περισσότερο.

E: Άρα δεν τα εμπιστεύεσαι πάρα πολύ, αλλά σε σχέση με τα παραδοσιακά τα εμπιστεύεσαι περισσότερο.

M: Μμμμ (γνέφει καταφατικά)

Οι φίλοι σου και οι ακόλουθοί σου από ποιο χώρο προέρχονται συνήθως; Από το σχολείο, το οικογενειακό ή το φιλικό σου περιβάλλον;

M: Από παντού. Και απ' το σχολείο και απ' την οικογένειά μου και φίλοι που γνωρίζω.

E: Στέλνεις αιτήματα φιλίας σε αγνώστους;

M: Όχι.

E: Αποδέχεσαι αιτήματα φιλίας από αγνώστους;

M: Άμα δω ότι έχουμε κοινούς, ναι.

E: Και κατά πόσο σε επηρεάζει η φωτογραφία προφίλ ενός αγνώστου στο αν θα του στείλεις ή αν θα αποδεχθείς κάποιο αίτημα φιλίας;

M: Πολύ επηρεάζει, γιατί άμα είναι κάποιος ας πούμε άντρας πολύ μεγάλος, δεν θα τον δεχθώ φυσικά.

E: Επηρεάζεται η συμπεριφορά σου απέναντι σε κάποιον διαδικτυακό σου φίλο όταν συμφωνείς ή διαφωνείς με κάποια ανάρτησή του; Δηλαδή αν κάποιος αναρτήσει κάτι που τέλος πάντων εσύ μ' αυτό διαφωνείς πάρα πολύ θα σε επηρεάσει και στην προσωπική σας επικοινωνία, στην πραγματικότητα;

M: Είναι αναλόγως το θέμα.

E: Ανάλογα. Αν είναι δηλαδή κάτι πολύ σοβαρό;

M: Ναι, θα με επηρεάσει, αν όχι όμως τότε δε θα με νοιάξει.

E: Χρησιμοποιείς τα social media όταν θέλεις να πλησιάσεις φιλικά ή συναισθηματικά κάποιο άτομο;

M: Ναι.

E: Πώς; Πώς τον πλησιάζεις;

M: Βασικά περιμένω αυτοί να με πλησιάσουν πρώτα.

E: Α ωραία. Περιμένεις δηλαδή από κάποιον άλλο. Αν όμως θελήσεις εσύ;

M: Θα ανεβάσω κάτι το οποίο μπορεί να τους τραβήξει το ενδιαφέρον και να μου στείλουν αυτοί.

E: Πότε νιώθεις μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση, όταν επικοινωνείς μέσω των social media ή στη δια ζώσης επαφή;

M: Με social media.

E: Στα social ε; Γιατί;

M: Γιατί έχω χρόνο να σκεφτώ τι θα απαντήσω. Δεν μπορούν να με πιέσουν.

E: Να σε αιφνιδιάσει κάποιος.

Πότε εκφράζεις πιο εύκολα τα συναισθήματά σου, είτε αρνητικά είτε θετικά, όταν επικοινωνείς μέσω των social media ή στη δια ζώσης επαφή;

M: Στη δια ζώσης.

E: Κι όταν προκύπτει κάποιο πρόβλημα το οποίο θέλεις να το συζητήσεις, προτιμάς να το συζητάς μέσω των social ή στη δια ζώσης επαφή;

M: Από κοντά.

E: Οι γονείς σου έχουν λογαριασμό σε κάποια πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης;

M: Έχουν.

E: Είστε φίλοι; Ακολουθείτε ο ένας τον άλλο;

M: Ναι.

E: Έχει τύχει ποτέ να σου κάνουν κάποια παρατήρηση για κάτι που έχεις ανεβάσει;

M: Όχι.

E: Χρησιμοποιείς τα social media με τους συμμαθητές σου ή και με τους καθηγητές σου για θέματα του σχολείου; Έχετε κάνει κάποιο γκρουπάκι;

M: Ναι.

E: Και με τους καθηγητές και με τους συμμαθητές σου;

M: Με τους καθηγητές από το φροντιστήριο.

E: Από το φροντιστήριο. Με τους συμμαθητές σου απ' το σχολείο όμως έχετε κάνει.

M: Ναι.

E: Αυτές τις ομαδικές συνομιλίες.

E: Σε περίπτωση που έχεις ή είχες κάποια στιγμή σύντροφο επηρέαζαν ή επηρεάζουν οι αναρτήσεις σας τη μεταξύ σας σχέση;

M: Ναι.

E: Έχει οδηγήσει ποτέ κάποια συμπεριφορά σας στα social media σε τσακωμό ή ακόμα και σε χωρισμό, σε ρήξη τη συναισθηματική σας σχέση;

M: Ναι.

E: Ωραία.

E: Μπορείς να μου περιγράψεις τον εαυτό σου με 5 λέξεις; 3, 4 όσες θες.

M: Είμαι ευαίσθητη, οργανωτική, πολυλογού και αγχωτική.

E: Αγχωτική ε; Μάλιστα..

E: Θεωρείς πως το προφίλ που παρουσιάζεις στα social media αντιστοιχεί σ' αυτές τις λέξεις τώρα που μου περιέγραψες; Αν εγώ μπω στο Instagram σου ή στο TikTok σου θα δω την ΚΑΜΑΑ1 που μου περιγράφεις εσύ αυτή τη στιγμή;

M: Έτσι κι έτσι. Δηλαδή δεν θα δείξω τον ευαίσθητο εαυτό μου στα social media.

E: Και τι επιλέγεις να δείχνεις στα social media;

M: Θα ανεβάσω ας πούμε μια φωτογραφία με τον εαυτό μου, όταν θα νιώθω αυτοπεποίθηση, όταν δεν θα νιώθω καλά δεν θα ανεβάσω κάτι γιατί δεν θα θέλω να δουν, να με δουν σε στιγμή αδυναμίας.

E: Υπάρχουν στοιχεία της ταυτότητας ή της εικόνας σου που εσκεμμένα παραποιείς στα social media; Όπως για παράδειγμα την ηλικία σου, την καταγωγή σου, τέτοιου είδους χαρακτηριστικά.

M: Όχι.

E: Όταν κάποιος ακόλουθος ή φίλος σου αναρτήσει κάτι που σε αφορά, για παράδειγμα μια φωτογραφία σου, κοινή σας φωτογραφία, θα ήθελες να το εγκρίνεις πρώτα;

M: Ναι.

E: Γιατί;

M: Γιατί μπορεί να μην είμαι ωραία στη φωτογραφία ή μπορεί η φωτογραφία να με κάνει ανασφαλής.

E: Όταν ανεβάζεις φωτογραφίες σου χρησιμοποιείς φίλτρα;

M: Όχι.

E: Όχι; Ούτε δηλαδή αυτά τα ασπρόμαυρα, έτσι τέτοια;

M: Μια φορά έχω ανεβάσει κάτι έτσι με φίλτρο, ενώ ας πούμε δεν τα χρησιμοποιώ.

E: Γιατί δεν τα χρησιμοποιείς;

M: Γιατί νιώθω ότι κάνω catfish, ότι δεν είμαι αυτή...

E: Catfish; Ότι δεν είσαι αυτή που είσαι ε; Πολύ ωραία λέξη αυτή που μου είπες εδώ, τη σημειώνω SOS γιατί δεν την ξέρουν πολλά παιδιά κι είναι πολύ σημαντικό. Σε περίπτωση που αναρτήσεις κάτι και δεν έχει την ανταπόκριση που θέλεις, θα την κατεβάσεις αυτή τη δημοσίευση;

M: Όχι.

E: Θα την αφήσεις δηλαδή. Επηρεάζει όμως την αυτοπεποίθησή σου η ανταπόκριση στις δημοσιεύσεις σου; Σου φτιάχνει τη διάθεση...

M: Αν μου απαντήσουν πολλοί ναι, μου ανεβάζει την αυτοπεποίθηση αλλά και να μην μου απαντήσουν δεν θα μου...

E: Δεν θα σε πειράξει όμως και μία φτωχή ανταπόκριση.

E: Από ποιο μέσο συνήθως ενημερώνεσαι για τις εξελίξεις στη μόδα ή και στα προϊόντα τεχνολογίας;

M: TikTok.

E: TikTok ε;

Συμβουλεύεσαι τις τάσεις της μόδας από τα social πριν προχωρήσεις στις αγορές σου;

M: Ναι.

E: Ακολουθείς διασημότητες στα social media;

M: Ναι.

E: Για πες μου μερικούς, μερικές.

M: Τη Nessa Barrett που είναι τραγουδίστρια, τη Madison Beer, τη Madelyn Cline, την Kylie Jenner.

E: Α την Kylie, ωραία. Την Kendall;

M: Όχι, δεν τη συμπαθώ.

E: Γιατί; Καλή είναι η Kendall.

M: Και μετά διάφορους.

E: Σε επηρεάζει ο τρόπος που ντύνονται, οι συνήθειές τους και τα λοιπά; Τους αντιγράφεις κατά κάποιο τρόπο; Υιοθετείς κάποια στοιχεία του στιλ τους;

M: Ναι, άμα δω ότι μου ταιριάζουνε ναι.

E: Αγοράζεις προϊόντα που είτε διαφημίζουν είτε χρησιμοποιούν αυτές οι διασημότητες;

M: Όχι, δεν έχει τύχει.

E: Για τις αγορές σου προτιμάς τα φυσικά καταστήματα ή το e-shopping;

M: Τα φυσικά.

E: Έχει τύχει ποτέ να ξοδέψεις περισσότερα χρήματα απ' τον προϋπολογισμό σου ή από το χαρτζιλίκι που σου δίνουν οι γονείς σου σε κάτι που σου άρεσε πάρα πολύ στα social media; Ένα κινητό, ένα ρούχο, ένα παπούτσι...

M: Όχι.

E: Έχεις έρθεις ποτέ αντιμέτωπη με κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα social media; Κάτι που να σε κάνει να νιώσεις άσχημα, κάποια συμπεριφορά που σε έφερε σε δύσκολη θέση;

M: Ναι, όταν μαλώνω με τους φίλους μου.

E: Όχι όμως κάποιο γεγονός συγκεκριμένο, ας πούμε κάποιος εκφοβισμός ή κάποιος να προσπαθήσει να σε εκμεταλλευτεί. Άρα δε χρειάστηκε να συζητήσεις

κάτι με κάποιον δικό σου άνθρωπο ούτε χρειάστηκε να ενημερώσεις τους γονείς σου για να κάνεις κάποια καταγγελία ας πούμε στη δίωξη.

M: Όχι.

E: Σε περίπτωση που αντιμετώπιζες όμως κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα social media, σε ποιον θα απευθυνόσουν πρώτα;

M: Στους φίλους μου.

E: Στους φίλους σου. Θα προχωρούσες μετέπειτα σε κάποια καταγγελία στη δίωξη ηλεκτρονικού εγκλήματος;

M: Άμα ήταν σοβαρό ναι.

E: Έχεις υπάρξει εσύ θύτης αναπτύσσοντας κάποια κακοποιητική συμπεριφορά; Ακόμα και στο πλαίσιο της παρέας, της πλάκας ας πούμε.

M: Όχι. Της πλάκας, όχι, δεν νομίζω.

E: Έχεις ενημερωθεί ποτέ για την ασφαλή πλοήγηση στο διαδίκτυο από την οικογένειά σου;

M: Ναι.

E: Από το σχολείο;

M: Ναι.

E: Πολύ ωραία..

Και τέλος ποια είναι η σχέση σου με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; Πώς θα την περιέγραφες;

M: Με επηρεάζουν πολύ. Όταν βλέπω ας πούμε τις κοπέλες που παρουσιάζονται στο TikTok και στο Instagram και είναι τέλειες, επηρεάζεται πάρα πολύ...

E: Τέλειες; Τέλειες ως προς τι;

M: Εννοώ ας πούμε έχουν το τέλειο σώμα, τα μαλλιά και εμένα αυτό με επηρεάζει γιατί δημιουργούνται ανασφάλειες, αλλά βέβαια με βοηθάνε κιόλας, μου δίνουνε κίνητρο στο να κάνω κι εγώ κάτι και να βελτιώσω τον εαυτό μου.

E: Την εξωτερική σου εμφάνιση.

M: Ναι. Εντάξει, και την εσωτερική, δηλαδή το πώς, ας πούμε υπάρχουν κάποια, με βοηθάνε κάποιοι στο να αναπτύξω το μυαλό μου και τον τρόπο που σκέφτομαι.

E: Κι αν ας πούμε κάτι συνέβαινε και δεν είχαμε social media, δηλαδή δεν υπήρχε διαδίκτυο και για ένα μεγάλο χρονικό διάστημα έμενες χωρίς social media, πώς φαντάζεσαι τη ζωή σου χωρίς αυτά;

M: Δεν θεωρώ ότι θα με επηρέαζε πάρα πολύ γιατί μου αρέσει να διαβάζω πιο πολύ βιβλία οπότε δε θα με πείραζε. Το μόνο που θα με ενοχλούσε θα ήταν ότι δεν θα μπορούσα να μιλήσω πολύ με τους φίλους μου.

E: Σε ευχαριστώ πολύ για το χρόνο σου. Καλή συνέχεια σου εύχομαι.

M: Κι εγώ σας ευχαριστώ. Να είστε καλά.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ε΄

ΑΒΑΓ1

E: Έχεις λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης;

M: Έχω.

E: Έχεις ε; Για πες μου, σε ποια;

M: Instagram, Facebook, TikTok, Discord.

E: Τι είναι αυτό το Discord που μου το λένε όλοι;

M: Αυτό το Discord είναι, πώς να στο πω, που μαζεύει, κάνεις ομάδα, ας πούμε, δεν είναι με stories και τέτοια η λειτουργία, απλώς μιλάτε περισσότερο.

E: Σαν WhatsApp και Viber;

M: Είσαι σε ομάδες που έχουν, δηλαδή εγώ είμαι ας πούμε σε ένα του Παναθηναϊκού που εκεί βλέπω τα νέα, βγάζουν ξέρω γω φωτογραφίες έτσι ωραίες κι αυτά μέσα απ' το γήπεδο, συζητάνε πάρα πολλά θέματα κάνουν και livestream τους αγώνες, τέτοια πράγματα.

E: Α ωραία, τέλεια. Twitter;

M: Και Twitter έχω, α Twitter είναι το αγαπημένο μου.

E: Γιατί; Τώρα που το πήρε ο Elon Musk;

M: Τώρα ναι.

E: Δεν ξέρω πώς θα είναι.

Λοιπόν, ποιο χρησιμοποιείς πιο συχνά απ' αυτά;

M: Το Instagram και το Twitter.

E: Το Insta και το Twitter ε; Το Tik Tok;

M: Το TikTok ποτέ δεν ξεπέρασε το Instagram.

E: Τελικά ναι, αυτό βλέπω.

M: Ποτέ, απλώς εντάξει ήτανε η μόδα, η μαλακία με το TikTok είναι ότι επειδή σε πετάει όλη την ώρα, το Instagram ξέρω γω εσύ επιλέγεις ποιον θα δεις στα story ενώ στο TikTok το μόνο που κάνεις είναι τα story να βλέπεις.

E: Μόνο βλέπεις ουσιαστικά.

M: Μόνο βλέπεις. Ε μερικές φορές είναι και εθιστικό να σου πω την αλήθεια.

E: Κατάλαβα.

Χρησιμοποιείς τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για την καθημερινή σου επικοινωνία με τους φίλους σου;

M: Ναι.

E: Με την οικογένειά σου;

M: Ναι.

E: Με τους συμμαθητές σου;

M: Ναι.

E: Τέλεια. Προτιμάς τις κλήσεις, το chat ή τις βιντεοκλήσεις για την επικοινωνία σου;

M: Το chat.

E: Γιατί το chat;

M: Γιατί μερικές φορές οι περισσότεροι μπορεί να μην απαντήσουν κιόλας στις κλήσεις κι αυτά ενώ με το μήνυμα σίγουρα θα το δουν κάποια στιγμή και θα απαντήσουν.

E: Θα το δουν κάποια στιγμή, σωστό.

Πόσο συχνά μπαίνεις στο προφίλ των φίλων σου για να ενημερώνεσαι για την καθημερινότητά τους και να παρακολουθείς τις αναρτήσεις τους;

M: Δεν μπαίνω, όποτε μου εμφανίζουμε.

E: Στο newsfeed και σ' αυτά.

M: Ναι.

E: Προτιμάς να μαθαίνεις την επικαιρότητα από εφημερίδες, περιοδικά, κτλ., αυτά που λέμε τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης ή από το διαδίκτυο και τα social media;

M: Το διαδίκτυο και τα social media.

E: Γιατί;

M: Γιατί είναι πιο εύκολα προσβάσιμο μέσο για ενημέρωση.

E: Εμπιστεύεσαι τα social media όσον αφορά την αξιοπιστία και την εγκυρότητά τους;

M: Όχι.

E: Όχι ε;

M: Αλλά υπάρχουν ξέρω γω έγκυρα μερικά αλλά...

E: Υπάρχουν έγκυρες πηγές που δηλαδή άμα το διαβάσεις σε κάποια συγκεκριμένη πηγή θα πεις ότι μάλλον λέει αλήθεια ρε παιδί μου.

M: Όχι πάντα, ναι, όχι.

E: Οι ακόλουθοί σου, οι φίλοι σου, από ποιο χώρο προέρχονται συνήθως; Από το σχολείο, το οικογενειακό, το φιλικό περιβάλλον;

M: Από παντού.

E: Από παντού.

M: Είναι αυτή απάντηση ή να πω;

E: Όχι, είναι μια χαρά απάντηση, εξαιρετική.

Στέλνεις αιτήματα φιλίας σε αγνώστους;

M: Ναι. Τώρα σε τι αγνώστους...

E: Αποδέχεσαι αιτήματα φιλίας από αγνώστους;

M: Ναι. Εγώ το 'χω ελεύθερο βασικά, το 'χω δημόσιο και με κάνει όποιος θέλει.

E: Ωραία.

Και κατά πόσο σε επηρεάζει η φωτογραφία προφίλ ενός αγνώστου στο αν θα δεχθείς ή αν θα στείλεις ένα αίτημα φιλίας;

M: Πολύ. Αν δω έτσι ένα ωραίο, συμμαζεμένο προφίλ και σε ακόλουθους εννοώ, εγώ έχω ένα, να το πω αυτό ή είναι περιττά;

E: Όχι πες τα, τίποτα δεν είναι περιττό.

M: Εγώ ας πούμε, εγώ αν δω ο ένας να ακολουθεί πιο πολλούς παραπάνω, μπορεί να μην τον κάνω follow, να μην την κάνω follow ας πούμε γιατί συνήθως όποιος ακολουθεί λιγότερους έχει εφαρμογές και τέτοια που βλέπει follow-unfollow και γι' αυτό δεν χρειάζεται να την κάνω ξέρω γω τσάμπα.

E: Μάλιστα..

Επηρεάζεται η συμπεριφορά σου απέναντι σε κάποιον διαδικτυακό σου φίλο όταν συμφωνείς ή διαφωνείς με κάποια ανάρτησή του;

M: Τι είπες; Δεν άκουσα...

E: Δηλαδή εννοώ αν κάποιος αναρτήσει κάτι ή δημοσιεύσει κάτι το οποίο ας πούμε είναι πολύ ενάντια στα πιστεύω σου και δεν συμφωνείς καθόλου μ' αυτό που ανέβασε, θα επηρεάσει τη συμπεριφορά σου απέναντι σ' αυτόν τον άνθρωπο στην πραγματικότητα;

M: Εξαρτάται σε ποιο θέμα.

E: Αν είναι κάτι πολύ σοβαρό και είναι πολύ ενάντια στις αρχές σου, σ' αυτό που εσύ πιστεύεις;

M: Ναι, θα με επηρεάσει, ναι. Γιατί ουσιαστικά, πιστεύω το Instagram κι αυτά είναι ένας καθρέφτης της προσωπικότητας του άλλου.

E: Μάλιστα.

Χρησιμοποιείς τα social media όταν θέλεις να πλησιάσεις φιλικά ή συναισθηματικά κάποιο άτομο;

M: Εννοείται.

E: Εννοείται.

Με ποιον τρόπο; Πώς το κάνεις αυτό;

M: Μήνυμα αρχικά ή κάνα like ή σε κάνα story να φανεί, να τσούζει λίγο.

E: Μάλιστα.

Πότε νιώθεις μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση, όταν επικοινωνείς μέσω των social media ή στη δια ζώσης επαφή;

M: Δια ζώσης, τώρα social, για τα αρχικά είναι τα social media και μετά...

E: Α για την αρχή δηλαδή, πλησιάζεις κάποιον άνθρωπο στην αρχή αλλά μετά όμως προτιμάς τη δια ζώσης.

Πότε εκφράζεις πιο εύκολα τα συναισθήματά σου, είτε θετικά είτε αρνητικά, όταν επικοινωνείς μέσω των social media ή στη δια ζώσης επαφή;

M: Στη δια ζώσης.

E: Γιατί;

M: Ε εντάξει τώρα, μέσω μηνυμάτων πόσο να εκφραστείς;

E: Ωραία.

Κι όταν προκύπτει κάποιο πρόβλημα που πρέπει να λυθεί, προτιμάς να το συζητήσεις μέσω των social media ή στη δια ζώσης;

M: Στη δια ζώσης εννοείται γιατί κιόλας στα social media επειδή είμαστε και με μηνύματα δεν μπορείς να μεταφέρεις όλες τις λεπτομέρειες ας πούμε.

E: Οι γονείς σου έχουν λογαριασμό σε κάποια πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης;

M: Έχουν.

E: Είστε φίλοι; Ακολουθείτε ο ένας τον άλλο;

M: Ναι.

E: Έχει τύχει ποτέ να σου κάνουν κάποια παρατήρηση για κάποιο story σου, κάποια ανάρτησή σου, οτιδήποτε;

M: Όχι.

E: Χρησιμοποιείς τα social media με τους συμμαθητές σου ή και με τους καθηγητές σου για να επικοινωνείτε για θέματα του σχολείου;

M: Ναι.

E: Και με καθηγητές και με συμμαθητές ε;

M: Και με καθηγητές ναι, ναι.

E: Σε περίπτωση που έχεις ή είχες κάποια στιγμή σύντροφο επηρέαζαν ή επηρεάζουν οι αναρτήσεις σας τη μεταξύ σας σχέση;

M: Ναι, ναι, ναι.

E: Και έχει οδηγήσει ποτέ η συμπεριφορά σας στα social media σε κάποιο τσακωμό ή ακόμα και σε χωρισμό;

M: Ε τσακωμό λίγο εκεί πέρα.

E: Τσακωμό, όχι χωρισμό όμως.

Για περίγραφέ μου τώρα τον εαυτό σου με 5 λέξεις. 4, 3, όσες θες εσύ.

M: Δυναμικός, παθιασμένος με τη ζωή γενικότερα, τι άλλο να πω; Ηγετικός χαρακτήρας και τι άλλο να πω; Και πολύ αισιόδοξος γενικότερα και υποστηρικτικός.

E: Πάρα πολύ ωραία. Και υποστηρικτικός.

Θεωρείς πως το προφίλ αυτό που παρουσιάζεις στα social media αντιστοιχεί στις 5 αυτές λέξεις; Φαίνεται δηλαδή ε;

M: Όχι και στις 5 αλλά ναι.

E: Φαίνεται ο χαρακτήρας σου όμως κι η προσωπικότητά σου.

Υπάρχουν στοιχεία της ταυτότητάς σου ή της εικόνας σου που εσκεμμένα παραποιείς στα social media; Η ηλικία σου, η καταγωγή σου...

M: Η ηλικία μου.

E: Την ηλικία σου; Την παραποιείς; Εσκεμμένα όμως, έτσι; Δηλαδή την κρύβεις.

M: Εσκεμμένα, ναι, ας πούμε τώρα που δουλεύω σε κλαμπ κι αυτά που βάζω, δεν ξέρουν οι περισσότεροι ότι είμαι 17.

E: Μάλιστα.

M: Εδώ και το αφεντικό στην αρχή εκεί πέρα που είναι φιλαράκι τώρα αυτό, εντάξει είναι brothers και όταν του είπα ότι είμαι 17 δεν με πίστευε, 16 βασικά, πιο πριν τον γνώρισα.

E: Κατάλαβα, μάλιστα.

Όταν κάποιος ακόλουθός σου ή φίλος σου αναρτήσει κάτι που σε αφορά, για παράδειγμα μια φωτογραφία, προτιμάς να το ελέγξεις πρώτα, να το εγκρίνεις ή δεν σε ενδιαφέρει;

M: Όχι, θα το εγκρίνω πρώτα και μετά. Αφού συμφωνήσουμε και οι 2.

E: Όταν ανεβάζεις φωτογραφίες σου χρησιμοποιείς φίλτρα ή όχι;

M: Ναι.

E: Ναι ε; Γιατί τα χρησιμοποιείς;

M: Ε με τα φίλτρα πιστεύω είναι, όχι πολύ βαριά φίλτρα απλώς λίγο έτσι πιο...

E: Όχι κάτι να παραποιήσεις εντελώς την εικόνα σου.

M: Ναι, αλλά κάτι έτσι λίγο πιο ωραία να φαίνεται θα το βάλω. Μπορεί και όχι μερικές φορές.

E: Σε περίπτωση που αναρτήσεις κάτι και δεν έχει την ανταπόκριση που θέλεις, θα το κατεβάσεις;

M: Μπα.

E: Θα επηρεάσει όμως η ανταπόκριση που έχει η ανάρτησή σου την αυτοπεποίθησή σου; Δηλαδή αν ανεβάσεις μια...

M: Όχι, δεν επηρεάζομαι απ' αυτά.

E: Δεν επηρεάζεσαι απ' αυτά. Ούτε σου χαλάει τη διάθεση...

M: Όχι.

E: Από ποιο μέσο συνήθως ενημερώνεσαι για τις εξελίξεις τόσο στη μόδα όσο και στα προϊόντα τεχνολογίας; Διαδίκτυο; Κάποιο συγκεκριμένο social media;

M: Η αλήθεια είναι απ' το Youtube, δηλαδή απ' τα social media παρακολουθώ έτσι για τεχνολογίες και τέτοια μ' αρέσει και ενημερώνομαι και εντάξει απ' το διαδίκτυο, απ' το Google κι απ' αυτά.

E: Συμβουλεύεσαι τις τάσεις της μόδας από τα social media πριν προχωρήσεις στις αγορές σου; Όταν λέω μόδα, δεν εννοώ μόνο ρούχα, γενικά.

M: Ε εντάξει, ξέρω γω αν δω στο Instagram αν μου πετάξει κανένα μοντέλο «πρότυπο» ας πούμε, που λένε influencer, αν δω ότι είναι ωραίο, αν μου αρέσει, μπορεί να το πάρω ναι. Αλλά όχι επειδή τα φοράει αυτός σώνει και ντε.

E: Όχι, απλά όμως άμα σ' αρέσει κάτι θα το υιοθετήσεις σαν στιλ.

Ακολουθείς διασημότητες στα social media;

M: Ναι.

E: Για πες μου μερικούς.

M: Κάτι παίκτες του Παναθηναϊκού.

E: Ναι, ωραία.

M: Τι να πω τώρα; Δεν ακολουθώ πάρα πολλούς. Τους παίκτες του Παναθηναϊκού συνήθως να βλέπω. Αυτό.

E: Αντιγράφεις το στιλ τους...

M: Τον Αργυρό.

E: Ποιον; Τον Κωνσταντίνο; Α ωραία.

Αντιγράφεις το στιλ τους γενικότερα σε οτιδήποτε είτε στο ντύσιμο, σ' αυτά που χρησιμοποιούν, κάτι που μπορεί να σ' αρέσει στο κούρεμά τους...

M: Αν μου αρέσει κάτι θα το υιοθετήσω, δεν έχω θέμα, αρκεί να μου αρέσει, όχι επειδή...

E: Όχι επειδή είναι αυτός, είναι κάτι που ταιριάζει και σε εσένα. Τέλεια.

Αγοράζεις προϊόντα που είτε διαφημίζουν είτε χρησιμοποιούν αυτοί που ακολουθείς; Σε επηρεάζουν στις αγορές σου όταν θες να αγοράσεις κάτι;

M: Το ίδιο, όταν, αν μου αρέσει θα το πάρω.

E: Για τις αγορές σου προτιμάς τα φυσικά καταστήματα ή το e-shopping;

M: Το e-shopping.

E: Έχει τύχει ποτέ να ξοδέψεις περισσότερα χρήματα απ' τον προϋπολογισμό σου ή από αυτά που σου επιτρέπουν οι γονείς σου για κάτι που είδες ας πούμε σε κάποιο social media και σου άρεσε; Ένα κινητό, ένα...

M: Ναι.

E: Έχεις έρθεις ποτέ αντιμέτωπος με κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης;

M: Όχι.

E: Άρα δε χρειάστηκε να συζητήσεις κάτι;

M: Όχι, όχι.

E: Ούτε χρειάστηκε να ενημερώσεις τους γονείς σου ούτε να κάνεις κάποια καταγγελία.

M: Όχι. Συνήθως αυτά που στέλνουν κάτι περίεργα σε ομάδα που δίνει ιούς και τέτοια, εγώ τα βάζω απλώς στα αιτήματα και δεν τα βλέπω καν.

E: Πολύ ωραία.

Σε περίπτωση που αντιμετώπιζες κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα social, με ποιον θα το μοιραζόσουν πρώτα;

M: Στους φίλους μου.

E: Αν ήταν κάτι πολύ σοβαρό θα προχωρούσες σε μια καταγγελία στη δίωξη;

M: Ναι. Πρώτα θα έλεγα στους φίλους μου βασικά και μετά αν ήταν τόσο σοβαρό θα έλεγα και τους γονείς μου και μετά στη δίωξη.

E: Έχεις υπάρξει εσύ θύτης αναπτύσσοντας κάποια κακοποιητική συμπεριφορά; Ακόμα και στο πλαίσιο μιας πλάκας...

M: Όχι, δεν κάνω τέτοιες πλάκες εγώ.

E: Έχεις ενημερωθεί ποτέ για την ασφαλή πλοήγηση στο διαδίκτυο και την ορθή χρήση των social media από την οικογένειά σου;

M: Μέσες άκρες ναι, εντάξει, έτσι κι έτσι, αλλά έχω πιστεύω την κρίση να τα καταλάβω μόνος μου αυτά, και να ενημερωθώ από μόνος μου δηλαδή.

E: Από το σχολείο έχεις ενημερωθεί;

M: Τα βασικά μόνο.

E: Τα βασικά. Ψάχνεις όμως και μόνος σου δηλαδή σε περίπτωση που συμβεί κάτι τι μπορείς να κάνεις.

M: Ναι.

E: Τέλεια.

Ποια είναι η σχέση σου γενικά με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; Πώς θα μου την περιέγραφες;

M: Έχω καθημερινή τριβή με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αλλά πάντα με μέτρο ας πούμε.

E: Κι αν μέναμε χωρίς social media; Πώς φαντάζεσαι τη ζωή σου; Πώς θα ήταν;

M: Θα ήταν λίγο πιο... θα ήταν λίγο περίεργη γιατί δεν είμαστε συνηθισμένοι αλλά πιστεύω θα 'ταν μια χαρά, δεν θα 'χαμε... θα 'ταν λίγο πιο δύσκολη σε κάποια θέματα αλλά...

E: Σε ποια θέματα θα ήταν πιο δύσκολη;

M: Ε σε επικοινωνίας και στην εύρεση πληροφοριών, επειδή κι εγώ βασικά είμαι και σαν μουσικός κι αυτά, το χρειάζομαι πάρα πολύ το διαδίκτυο για να βρίσκω τραγούδια χίλια δυο κι αυτά και...

E: Μάλιστα. Σ' ευχαριστώ πολύ για το χρόνο σου. Καλή συνέχεια.

M: Κι εγώ ευχαριστώ.

ΑΒΛΒ3

E: Έχεις λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης;

M: Μόνο σε ένα; Σε Instagram, Facebook, Messenger, Snapchat και Viber.

E: Ποιο χρησιμοποιείς πιο συχνά;

M: Το Instagram. Το Instagram, είναι οι περισσότεροι φίλοι μου εκεί, όλοι έχουνε.

E: Μου είπες ότι χρησιμοποιείς πιο συχνά το Instagram; Ωραία, καλά το άκουσα.

Χρησιμοποιείς τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για την καθημερινή σου επικοινωνία με τους φίλους σου;

M: Κάθε μέρα.

E: Με την οικογένειά σου;

M: Με την οικογένειά μου όχι τόσο. Βρισκόμαστε σπίτι, πιο πολύ εντάξει, ο μπαμπάς μου είναι 60 χρονών, δεν χρησιμοποιεί ούτε τηλέφωνο στην ουσία, όχι...

E: Με τους συμμαθητές σου;

M: Ναι, κάθε μέρα.

E: Προτιμάς τις κλήσεις, το chat ή τις βιντεοκλήσεις για την επικοινωνία σου στα social media;

M: Περισσότερο το chat γιατί βιντεοκλήσεις δεν χρησιμοποιώ έτσι.

E: Και πόσο συχνά μπαίνεις στο προφίλ των φίλων σου για να ενημερώνεσαι για την καθημερινότητά τους και να παρακολουθείς δημοσιεύσεις και αναρτήσεις τους;

M: Δεν μπαίνω πολύ συχνά, συνήθως τα βγάζει κατευθείαν στο, στη σελίδα μου, εκεί στην αρχική.

E: Στα newsfeed.

M: Ναι.

E: Προτιμάς να μαθαίνεις την επικαιρότητα από εφημερίδες, περιοδικά, ραδιόφωνο, τηλεόραση, απ' αυτά που λέμε δηλαδή τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας ή από το διαδίκτυο και τα social media;

M: Πιο πολύ το διαδίκτυο και τα social media, εντάξει δεν ασχολούμαι και πολύ με την τηλεόραση, δεν την ανοίγω και πολύ, δεν είναι, ούτε και εφημερίδες, τώρα εφημερίδα στο σπίτι έχει να μπει 5 χρόνια, να μπει εφημερίδα στο σπίτι; Οπότε ανοίγω το Google, βλέπω τα νέα όλα, είναι πιο εύκολο.

E: Είναι πιο εύκολο.

Εμπιστεύεσαι τα social media όσον αφορά την αξιοπιστία και την εγκυρότητά τους;

M: Όχι όλες τις σελίδες. Κάποιες σελίδες είναι περίεργες, μπορεί ένα νέο άμα θέλω να το διαβάσω να κοιτάξω από 3 σελίδες για να είμαι πιο σίγουρος ότι είναι...

E: Οι φίλοι σου, οι ακόλουθοί σου, προέρχονται από ποιο χώρο συνήθως; Από το σχολείο, το οικογενειακό σου περιβάλλον, το φιλικό σου περιβάλλον;

M: Από το φιλικό μου περιβάλλον, το σχολείο, από τις δραστηριότητες που κάνω όταν δεν είμαι στο σχολείο, άμα γνωρίσω κάποιο παιδί από εκεί του λέω «Κάνε με follow στο Instagram για να έχουμε επαφή και απ' το οικογενειακό μου εννοείται.

E: Στέλνεις αιτήματα φιλίας σε αγνώστους;

M: Δύσκολα, όχι. Γιατί δεν θέλω να έχω επαφή με αγνώστους πιο πολύ σ' αυτό.

E: Αποδέχεσαι αιτήματα φιλίας από αγνώστους;

M: Όχι.

E: Άρα λοιπόν αν κάποιος άγνωστος σου στείλει ένα αίτημα φιλίας δεν σε επηρεάζει αν πούμε η φωτογραφία στο προφίλ του ή κάποια στοιχεία του; Εσύ ούτως ή άλλως δεν θα τον κάνεις φίλο σου. Δηλαδή όποιος και να είναι δεν επηρεάζεσαι από κάτι, απλά τον απορρίπτεις.

M: Θα κοιτάξω να δω ποιος είναι, να δω άμα είναι και θα το απορρίψω λογικά. 99% πιθανότητα είναι να τον απορρίψω. Τώρα αν είναι κάτι, ξέρω γω αν με κάνει ο Ρουβάς, ε θα τον κάνω. (γέλιο)

E: Ο Ρουβάς; Ο Ρουβάς; Πώς; Αυτό πώς; (γέλιο)

M: Αν είναι κάποιος διάσημος ξέρω γω και δω ότι...

E: Πώς σου 'ρθε ο Ρουβάς;

M: Έτσι μου 'ρθε. (γέλιο)

E: Επηρεάζεται η συμπεριφορά σου απέναντι σε κάποιον διαδικτυακό σου φίλο όταν συμφωνείς ή διαφωνείς με κάποια ανάρτησή του; Δηλαδή αν γράψει κάτι κάποιος φίλος σου με το οποίο διαφωνείς κάθετα, θα επηρεάσει και την πραγματική σας σχέση; Την προσωπική;

M: Μπορεί κανονικά όταν τον δω από κοντά να τον πειράξω λίγο γι' αυτό που έγραψε, να τον κάνω λίγο πλακίτσα αλλά δε νομίζω ότι θα αλλάξει και πολύ.

E: Χρησιμοποιείς τα social media όταν θέλεις να πλησιάσεις φιλικά ή συναισθηματικά κάποιο άτομο;

M: Κάποιες φορές ναι.

E: Με ποιο τρόπο;

M: Πιο πολύ συναισθηματικά έτσι, αν είναι να την πέσω, αλλά δύσκολα...

E: Και με ποιον τρόπο θα το κάνεις αυτό;

M: Θα στείλω ένα μήνυμα, να επικοινωνήσω, ναι.

E: Πότε νιώθεις μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση, όταν επικοινωνείς μέσω των social media ή στη δια ζώσης επαφή;

M: Στη δια ζώσης γιατί απ' τα μηνύματα έχω πολύ θέμα εγώ να γράψω, να κάνω, άλλοι είναι καλύτεροι από κει, εγώ δεν μπορώ, καλύτερα είναι δια ζώσης, γιατί επικοινωνώ καλύτερα, μπορώ να κάνω και το χιούμορ μου από κοντά.

E: Πότε εκφράζεις πιο εύκολα τα συναισθήματά σου, όταν επικοινωνείς μέσω των social media ή στη δια ζώσης;

M: Πάλι από δια ζώσης γιατί μέσω των social media δεν το 'χω και πολύ να γράφω, να κάνω.

E: Και τέλος, όταν προκύπτει κάποιο ζήτημα ή πρόβλημα που πρέπει να επιλυθεί, προτιμάς να το συζητήσεις μέσω των social media ή στη δια ζώσης;

M: Ανάλογα, άμα είναι με ένα φίλο μου που δεν έχουμε την στενή επαφή κι είναι ο άλλος, εγώ είμαι στο σπίτι μου κι ο άλλος είναι αλλού ξέρω γω, θα μιλήσουμε στα social media. Αν είναι με ένα οικογενειακό μου πρόσωπο, θα μιλήσω στο σπίτι. Δια ζώσης.

E: Οι γονείς σου έχουν λογαριασμό σε κάποιο social;

M: Ναι.

E: Ακολουθείτε ο ένας τον άλλο; Είστε φίλοι;

M: Ναι.

E: Έχει τύχει ποτέ να σου κάνουν κάποια παρατήρηση για κάτι που ανέβασες;

M: Όχι, δεν ανεβάζω και συχνά. Εγώ προσωπικά οπότε...

E: Χρησιμοποιείς τα social media με τους συμμαθητές σου ή και με τους καθηγητές σου για να συζητήσετε θέματα που αφορούν το σχολείο; Έχετε κάποιο γκρουπάκι μεταξύ σας;

M: Ναι, με τους συμμαθητές μου έχουμε την ομαδική της τάξης, εντάξει για να επικοινωνούμε τι γίνεται για τα μαθήματα, και με τους καθηγητές πιο πολύ τους καθηγητές του φροντιστηρίου, όχι τους καθηγητές του σχολείου. Με τους καθηγητές του σχολείου δεν έχουμε επαφές.

E: Σε περίπτωση που έχεις ή είχες κάποια στιγμή σύντροφο επηρέαζαν ή επηρεάζουν οι αναρτήσεις σας τη μεταξύ σας σχέση;

M: Όχι, όχι. Συνήθως όχι.

E: Ούτε ας πούμε κάποια συμπεριφορά σας στα social media οδήγησαν σε κάποιο τσακωμό ή ακόμα και σε χωρισμό ή...

M: Άμα πάτησα εγώ like εκεί, αυτό εννοείτε ε;

E: Ναι, εντάξει αυτά, ναι. Τέτοιου είδους συμπεριφορές. Δηλαδή κάτι που τέλος πάντων δημιούργησε μία τριβή μεταξύ σας επειδή εσύ ή το πρόσωπο με το οποίο εμπλέκεσαι έχει επίσης κάποια συμπεριφορά που σε έφερε σε δύσκολη θέση.

M: Όχι ιδιαίτερα. Δεν είχα τέτοιο θέμα.

E: Μπορείς να περιγράψεις τώρα τον εαυτό σου με 5 λέξεις; 5, 10, όσες θες. Αλλά συνήθως λέω 5.

M: Άνετος, χαλαρός, δεν έχω πολύ μεγάλο θέμα με τους άλλους, πώς να το πω τώρα αυτό; Πλακατζής, χιουμορίστας; Πώς να το πω; Και πιστεύω και λίγο και πιο ασυναίσθητος, δεν είμαι και πολύ, δεν έχω ενσυναίσθηση, να καταλάβω τη θέση του άλλου, δηλαδή άμα κάνω εγώ ένα αστεϊάκι, δεν έχω την ενσυναίσθηση να καταλάβω πώς θα ήμουν εγώ στη θέση του άλλου, πώς αισθάνεται ο άλλος ή αν, αυτό το έχω λίγο θέμα, το χάνω δηλαδή, δεν μπορώ να βρω την ισορροπία.

E: Εντάξει, θα τη βρεις μεγαλώνοντας.

Θεωρείς πως το προφίλ αυτό που τώρα μου περιέγραψες, έτσι όπως μου περιέγραψες τον εαυτό σου, αν κάποιος μπει στα social media τα δικά σου, θα καταλάβει ότι ο Βασίλης είναι έτσι σα χαρακτήρας;

Μ: Όχι. Δε θα καταλάβει καθόλου γιατί ούτε φωτογραφίες έχω, ούτε τίποτα, δύσκολα θα καταλάβει.

Ε: Υπάρχουν στοιχεία της ταυτότητάς σου ή της εικόνας σου που εσκεμμένα τα παραποιείς; Η ηλικία σου, η καταγωγή σου, τέτοιου είδους πράγματα δηλαδή.

Μ: Όχι, δεν έχω θέμα να γράψω ότι ξέρω γω είμαι από εδώ ενώ είμαι από αλλού, ή είμαι 16 ενώ θέλω να γράψω 20 ξέρω γω για να, όχι δεν έχω...

Ε: Όταν κάποιος ακόλουθός σου ή φίλος σου αναρτήσει κάτι το οποίο σε αφορά, πχ. μια φωτογραφία ρε παιδί μου, θα ήθελες πρώτα να δώσεις εσύ την έγκρισή σου, να σε ρωτήσει πριν ανεβάσει κάτι;

Μ: Ξέρω γω, να είμαστε μαζί σε μία φωτογραφία και να την ανεβάσει;

Ε: Ναι, παράδειγμα, ναι, ναι.

Μ: Ε ναι, θα ήθελα να μου πει ξέρω γω «Να το ανεβάσω αυτό;» γιατί εντάξει είμαι και εγώ μες στη φωτογραφία.

Ε: Όταν ανεβάζεις φωτογραφίες σου χρησιμοποιείς φίλτρα;

Μ: Φίλτρα; Όχι συνήθως, δεν, έτσι όπως είναι.

Ε: Αν αναρτήσεις κάτι και δεν έχει την ανταπόκριση που θέλεις, θα το κατεβάσεις;

Μ: Ανταπόκριση ως προς το να με πατήσει ο άλλος like; Αυτό εννοείτε;

Ε: Ναι, ναι, πες έβγαλε μια φωτογραφία είπες «Ουάου, πάρα πολύ ωραία» και κανένας δεν ασχολήθηκε με τη φωτογραφία σου για παράδειγμα.

Μ: Όχι, συνήθως κανένας δεν ασχολείται, ό,τι και να γίνει οπότε εντάξει δεν.

Ε: Επηρεάζει όμως την αυτοπεποίθησή σου η ανταπόκριση που έχουν οι δημοσιεύσεις σου; Δηλαδή θα πεις «Γιατί ρε παιδί μου, ήταν πολύ ωραία αυτή τη φωτογραφία, τι κρίμα».

Μ: Ναι, κάποιες φορές ναι. Μπορεί να ανεβάσω ένα story και να μη δω τον άλλο να πατάνε like θα πω «Ε, εντάξει, αφού ήταν ωραίο, γιατί δεν;» Αλλά εντάξει, δεν θα πεθάνουμε κίολας.

Ε: Από ποιο μέσο συνήθως ενημερώνεσαι για τη μόδα, για την τεχνολογία κι απ' αυτά; Από τα παραδοσιακά μέσα, τηλεόραση, εφημερίδες ή απ' το διαδίκτυο;

Μ: Απ' το διαδίκτυο, απ' το διαδίκτυο, γενικά αφού διαδίκτυο, δύσκολα...

E: Όλοι απ' το διαδίκτυο, η αλήθεια είναι αυτή.

Συμβουλευέσαι τις τάσεις της μόδας από τα social media πριν προχωρήσεις στις αγορές σου; Όταν λέμε μόδα, δεν εννοώ μόνο ρούχα κτλ., και τα προϊόντα τεχνολογίας μπορεί να σε νοιάζουνε κτλ.

M: Ναι, κατάλαβα. Εντάξει, από ρούχα συνήθως θα αγοράσω ό,τι θέλω εγώ, ό,τι μ' αρέσει εμένα, δεν θα κοιτάξω ξέρω γω τι ανέβασε ο άλλος ή τι είπε το μοντέλο ότι είναι στη μόδα. Άμα θέλω να πάρω ένα κινητό όμως, θα δω τι είπε κάποιος γι' αυτό το κινητό, αν είπε ότι είναι καλό.

E: Τα reviews γενικά.

M: Ναι, τις αξιολογήσεις.

E: Ακολουθείς διασημότητες στα social media;

M: Ναι.

E: Για πες μου μερικούς, μερικές. Θα μου πεις κι εσύ την Kendall Jenner;

M: Την Kendall Jenner όχι, δεν την ακολουθώ. Τους ? τους ξέρετε; Ακολουθώ αυτούς, ακολουθώ τον Τανιμανίδη, που είναι πολύ ωραίος αυτός, ποιον άλλο ακολουθώ; Τον Κοψιάλη, τον ξέρετε τον Κοψιάλη;

E: Ναι, τον ξέρω τον Κοψιάλη. Μου τον λέτε πολύ συχνά εδώ πέρα στο σχολείο. Το ακούω συχνά.

M: Ε τέτοιους, δεν έχω πολλούς.

E: Αντιγράφεις έτσι τον τρόπο που μπορεί να ντύνονται ή επηρεάζεσαι όταν θες να αγοράσεις κάποια προϊόντα απ' αυτά που διαφημίζουν αυτοί οι άνθρωποι; Σε επηρεάζουν στις αγορές σου;

M: Ναι, καμιά φορά άμα δω μια φωτογραφία ενός διάσημου να φοράει μια ζακέτα, κάτι και μ' αρέσει, θα μπω κι εγώ να...

E: Για τις αγορές σου προτιμάς τα φυσικά καταστήματα ή το e-shopping;

M: Πιο πολύ παίρνω απ' το Ίντερνετ, δεν παίρνω απ' τα φυσικά αλλά εντάξει πάω και στα φυσικά καμιά φορά. Γιατί το Ίντερνετ είναι πιο εύκολο, κατευθείαν απ' το σπίτι μου, πάω, κάνω αυτό, τέλος, δεν χρειάζεται να βγω έξω.

E: Σε καταλαβαίνω, κι εγώ το κάνω αυτό.

Έχει τύχει ποτέ να ξοδέψεις περισσότερα χρήματα απ' τον προϋπολογισμό σου ή από το χαρτζιλίκι που σου δίνουν οι γονείς σου για κάποιο έτσι πολυδιαφημισμένο προϊόν στα social; Ένα κινητό, ένα...

M: Όχι, δύσκολα, δύσκολα.

E: Μόνο εγώ το παθαίνω αυτό.

Έχεις έρθεις ποτέ αντιμέτωπος με κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα social media; Σου έχει τύχει ποτέ έτσι ένας εκφοβισμός, κάποιος να σ' εκφοβίσει, να προσπαθήσει να σε εκμεταλλευτεί;

M: Όχι, ευτυχώς. Ευτυχώς τίποτα.

E: Άρα δε χρειάστηκε να συζητήσεις κάτι τέτοιο;

M: Ε ναι, γιατί εντάξει οι επαφές με τους συμμαθητές μου είναι περισσότερο αυτοί που κρατάω, με τους φίλους μου, εντάξει, όχι με πολύ...

E: Αν αντιμετώπιζες όμως κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα social media, σε ποιον θα απευθυνόσουν πρώτα;

M: Να σου πω την αλήθεια, δεν ξέρω, δεν το 'χω σκεφτεί. Μπορεί και σε κανέναν να μην απευθυνόμουν. Το σωστό είναι γονείς, δίωξη ηλεκτρονικού εγκλήματος, το σωστό είναι αυτό, εντάξει. Όλοι το ξέρουμε. Τώρα αν ήμουν στη θέση μου, δεν ξέρω. Ακούω και παιδιά που τους έχουν τύχει και βλέπω ότι τα περισσότερα προσπαθούν απλά να το λύσουν και να το αγνοήσουν. Ξέρω ότι το σωστό είναι να πάω στη μαμά μου, στον μπαμπά μου και να πάμε στη δίωξη κι όλα αυτά.

E: Χαίρομαι που καταλαβαίνεις, ότι αυτή θα ήταν μία ασφαλής αντίδραση.

Έχεις υπάρξει εσύ θύτης αναπτύσσοντας κάποια κακοποιητική συμπεριφορά; Έστω και άθελά σου, στο πλαίσιο ενός challenge για παράδειγμα.

M: Α όχι, όχι. Τι; Να πω τον άλλο ξέρω γω «Κάνε αυτό» για να γίνει έτσι.

E: Ναι, ναι, ναι. Γιατί εντάξει είναι κάτι το οποίο συμβαίνει πολύ συχνά στους εφήβους αυτά με τα challenge και τα pranks.

M: Όχι, εντάξει, δεν έχω.

E: Τέλεια. Έχεις ενημερωθεί ποτέ για την ασφαλή πλοήγηση στο διαδίκτυο και την ορθή χρήση των social media από το σχολείο σου;

M: Ποτέ. Απ' το σχολείο δεν έχω.

E: Από το σπίτι σου; Απ' την οικογένειά σου;

M: Απ' το σπίτι, ε ναι. Κάποιες φορές ο μπαμπάς μου κι η μαμά μου θα μου πούνε «Πρόσεχε που πηγαίνεις, γιατί, να βλέπεις ποιος το ανεβάζει, ποιος το κάνει»

E: Άρα έχεις κάποια σχετική ενημέρωση από το σπίτι σου.

M: Ναι.

E: Και τώρα κλείνοντας, θέλω να μου πεις πώς είναι η σχέση σου με τα social media;

Πώς θα την περιέγραφες;

M: Καλή. Καλή σχέση έχω. Δεν είναι ότι ούτε τα, μου αρέσει και να μπαίνω και να βλέπω δημοσιεύσεις και να πατάω και like, μου αρέσει γενικά όλη η κατάσταση αλλά προσπαθώ να μην το παρακάνω. Δεν το καταφέρνω πάντα, δηλαδή κάποιες φορές...

Γ: Να μην το παρακάνεις όσον αφορά ας πούμε...

M: Και τις ώρες χρήσης και το πόσο βλέπω ξέρω γω, δηλαδή προσπαθώ να μην το παρακάνω. Καμιά φορά μπορεί να ξεχαστώ και να κοιτάω δημοσιεύσεις αλλά εντάξει προσπαθώ να το ελέγχω.

E: Κι αν ας πούμε κάτι συνέβαινε και μέναμε χωρίς social media;

M: Δύσκολο. Εντάξει, θα προσαρμοζόμασταν αλλά δύσκολα, τον πρώτο χρόνο θα ήμασταν...

E: Τον πρώτο χρόνο; Και τις 365 μέρες;

M: Και τις 365. Εδώ ανοίγουμε, ξυπνάμε το πρωί και σκεφτόμαστε εκεί που τρώμε το πρωινό να ανοίξω λίγο το Instagram να δω.

E: Σ' ευχαριστώ πολύ. Καλή συνέχεια.

M: Επίσης!

ΑΓΓΒ2

E: Έχεις λογαριασμό σε κάποιο social media;

M: Σε αρκετά.

E: Σε αρκετά ε; Για πες, σε ποια;

M: Έχω στο Instagram, στο Tik Tok, Snapchat, Twitter που δε μπαίνω ποτέ, απλώς δεν ξέρω γιατί το έκανα...

E: Κι εγώ δεν ξέρω γιατί το έκανα... Και το 'χω 10 χρόνια και ίσως και παραπάνω

M: Α, εγώ φέτος νομίζω το 'κανα, mail, τι άλλο; Youtube που 'χουμε και βλέπουμε, δεν ανεβάζω κάτι.

E: Οκ, δεν έχεις κάποιο κανάλι στο Youtube;

M: Όχι, όχι. Ε, τι άλλο; Viber, επειδή, γενικά δεν θέλω να έχω πολλά social media, απλώς επειδή...

E: Έχεις σε αυτά που χρησιμοποιούν οι περισσότεροι.

M: ...είμαστε σε δράση στο σχολείο που έπρεπε να έχουμε ομαδικά στο Viber για να επικοινωνούμε με τους καθηγητές, γι' αυτό το λόγο το 'κανα

E: Ωραία. Ποιο χρησιμοποιείς πιο συχνά από όλα αυτά;

M: Θα σας εξηγήσω. Ευτυχώς η Apple δίνει τη δυνατότητα περιορισμού οπότε βάζω περιορισμό το πολύ μια ώρα στο καθένα, αλλά συνήθως χρησιμοποιώ το TikTok...

E: Ανεβάζεις βιντεάκια;

M: Καμιά φορά, δεν είμαι όμως πορωμένος, δηλαδή θα μπω λίγο στο διάλειμμά μου αν διαβάζω, θ' αφήσω το κινητό στην άκρη, στο μην ενοχλείτε, μετά θα διαβάσω, όταν δω ότι κουράζομαι και δεν μπορώ να συγκεντρωθώ θα πω, ωραία, θα πιάσεις 5 λεπτά το κινητό με το ρολόι...

E: Για να ξεκουραστείς.

M: Θα κάνεις μια βόλτα λίγο στο σπίτι, θα βγεις στο μπαλκόνι, θα συνεχίσεις.

E: Σωστό? Λοιπόν, χρησιμοποιείς τις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης για την καθημερινή σου επικοινωνία με τους φίλους σου; Για την επικοινωνία σας, έτσι, με φίλους;

M: Συνήθως θέλω να μιλάω face to face ή από το facetime αλλά επειδή δε γίνεται να μιλάμε συνεχώς κλήση γιατί όταν μιλάς με κάποιον κλήση παίρνει ώρα, μπορεί να στείλω ένα imessage και να μιλήσω...

E: Ωραία, άρα τα χρησιμοποιείς λοιπόν τα social με κάποιο τρόπο και για τους φίλους σου.

M: Ναι, απλώς δεν θέλω, δηλαδή θα στείλω εγώ τώρα ένα μήνυμα μετά μπορεί να απαντήσω το απόγευμα, δεν είναι ότι είμαι προσκολλημένος συνέχεια σε μια οθόνη για να απαντάω σε μηνύματα.

E: Με την οικογένειά σου επικοινωνείτε μέσω social;

M: Αναλόγως, όταν οι γονείς μου είναι στη δουλειά και θέλω να πω κάτι...

E: Άρα μπορεί και να τα χρησιμοποιήσεις...

M: Ελάχιστα όμως, δηλαδή συνήθως θα τους πάρω τηλέφωνο ή θα στείλω ας πούμε «μαμά αυτό», «παπά αυτό».

E: Με τους συμμαθητές σου;

M: Με τους συμμαθητές μου επιλέγω να μιλάω μες στην τάξη, όπως μιλάμε αλλά θα μιλήσουμε και στην ομαδική που έχουμε στο Instagram για μαθήματα και αυτά.

E: Τέλεια. Προτιμάς τις τηλεφωνικές κλήσεις, το chat ή τις βιντεοκλήσεις όταν επικοινωνείς μέσω social media;

M: Όταν επικοινωνώ μέσω social media προτιμώ είτε το facetime είτε την κλήση την κανονική, γιατί νομίζω στα μηνύματα ότι όταν πας να πεις κάτι ότι αλλάζει ο τρόπος που θα το πεις, δηλαδή με μια τελεία, με ένα..., ακόμη και μια λέξη να πεις διαφορετικά αλλάζει όλο το νόημα και υπάρχουν και παρεξηγήσεις νομίζω πολλές.

E: Πόσο συχνά μπαίνεις στο προφίλ των φίλων σου για να ενημερώνεσαι για την καθημερινότητά τους και να παρακολουθείς τις αναρτήσεις τους;

M: Σε πολύ συγκεκριμένα άτομα και πολύ σπάνια, δηλαδή σε άτομα που με αφορά τι ανεβάζουν με την έννοια όχι για να ενημερωθώ τι κάνουν στη ζωή τους, με την έννοια να δω και να πάρω ιδέες τι μπορώ να κάνω κι εγώ. Φωτογραφίες κι αυτά. Δηλαδή θα ανεβάζω ας πούμε στο Instagram, στο Facebook γιατί δεν το χρησιμοποιώ ποτέ, το 'χω για το Messenger και για να μιλάω με τους καθηγητές μου αλλά θα κοιτάξω το Instagram που χρησιμοποιώ να δω τι ανεβάζει ο άλλος για να πάρω μια ιδέα, μία..., που δεν θα ανεβάσω, δηλαδή θ' ανεβάσω story κι αυτά αλλά δε θ' ανεβάσω και πολύ συχνά, θ' ανεβάσω αλλά θέλω πρώτα να το φτιάξω κι αυτά οπότε σ' αυτά αφιερώνω χρόνο...

E: Λοιπόν, προτιμάς να μαθαίνεις την επικαιρότητα από τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας όπως λέμε την τηλεόραση, τα περιοδικά, τις εφημερίδες ή από το διαδίκτυο και τα social media;

M: Εξαρτάται, επειδή στο σπίτι έχουμε και τον παππού μου με τη γιαγιά μου που βλέπουν πολύ ειδήσεις αναγκαστικά...

E: Αναγκαστικά παρακολουθείς κι εσύ...

M: Όταν περνάω στο σαλόνι βλέπω, απλώς δεν θέλω να μαθαίνω πολύ για ειδήσεις γιατί μου δημιουργεί ένα άγχος και στρες, δεν μπορώ να μαθαίνω, έχω τα δικά μου προβλήματα, θα 'χω και τα προβλήματα όλου του κόσμου; Αλλά πράγματα τύπου gossip, με την έννοια καλό gossip, θα κάτσω να δω στο Instagram άμα μου εμφανίσει, στο Utube, αλλά θα αφιερώσω λίγο χρόνο το βράδυ που θα χαλαρώσω να κοιμηθώ είτε λίγο το μεσημέρι...

E: Άρα παρακολουθείς και τα παραδοσιακά μέσα...

M: Κατά μία έννοια...

E: Ναι, ναι, ναι, και το διαδίκτυο όμως το χρησιμοποιείς για να ενημερώνεσαι.

Εμπιστεύεσαι τα social media όσον αφορά την αξιοπιστία και την εγκυρότητά τους;

Θεωρείς την ενημέρωση από τα social media έγκυρη και αξιόπιστη;

M: Εξαρτάται από ποια site, δηλαδή άμα πάω στο Instagram σε μία σελίδα όπως είναι το θέμα κι αυτά, ε σίγουρα θα είναι πιο έμπιστη, το Downtown κι όλα αυτά, από ότι ένα κουτσομπολίστικο, άκυρο περιοδικό.

E: Μάλιστα. Οι φίλοι σου, οι ακόλουθοί σου από ποιο χώρο προέρχονται συνήθως;

Από το σχολείο, απ' την οικογένεια, τους φίλους, το φιλικό σου περιβάλλον;

M: Ακριβώς, κοιτάω να αποφεύγω να κάνω άτομα που δεν γνωρίζω, δηλαδή άμα δω ότι έχουμε πολλούς κοινούς, δηλαδή αν δω ότι τον ακολουθάνε πολλοί φίλοι μου, φίλοι μου όμως, θα τον κάνω κι εγώ, ή θα τον δεχτώ ή θα τον κάνω και πίσω, δεν θα κάνω άτομα που έχουμε έναν ακόλουθο ή μου φαίνεται το προφίλ του παράξενο, κι αν με κάνει είτε δεν θα τον δεχτώ ή θα τον μπλοκάρω.

E: Και πάνω σ' αυτό τώρα που μου λες, στέλνεις εσύ αιτήματα φιλίας σε αγνώστους;

M: Θα σας πω, άμα δω ότι τον ακολουθάνε όπως σου είπα οι φίλοι μου, πολλοί φίλοι μου όμως και μπορεί να τον ξέρω λίγο φασικά ή κάνει παρέα με κάποιους φίλους μου, θα τον κάνω, σαφέστατα. Αλλά δεν θα κάνω άτομα που δεν γνωρίζω καθόλου ή είναι απ' τη Θεσσαλονίκη, απ' την Αθήνα.

E: Είναι από αλλού. Και μ' αυτή τη λογική αποδέχεσαι κιόλας αιτήματα φιλίας;

M: Ακριβώς, ακριβώς.

E: Και κατά πόσο σε επηρεάζει η φωτογραφία του προφίλ ενός αγνώστου όταν θα τον δεχτείς, όταν θ' αποδεχθείς το αίτημά του ή όταν θα του στείλεις ένα αίτημα φιλίας;

M: Άμα είναι φυσιολογική, πώς να το πω; Δηλαδή έχουμε δει τόσα, έχουμε ακούσει τόσα, οπότε...

E: Κατάλαβα...

M: Και στο πρόσωπο, δηλαδή εγώ καταλαβαίνω και απ' τα μάτια τι...

E: Τι μπορεί να είναι...

M: Ναι...

E: Επηρεάζεται η συμπεριφορά σου απέναντι σε κάποιον διαδικτυακό σου φίλο όταν συμφωνείς ή διαφωνείς με κάποια ανάρτησή του;

Μ: Διαδικτυακό μου φίλο, δεν έχω διαδικτυακούς φίλους, προτιμώ να είναι φίλοι που είναι εδώ στο σχολείο και έξω απλώς να μιλάμε κι εκεί. Δηλαδή με αγνώστους δεν έχω μιλήσει...

Ε: Όχι, κάποιος που είναι φίλος σου στην πραγματικότητα και ας πούμε είναι και ακόλουθός σου στο insta πχ, αν ανεβάσει κάτι το οποίο δεν συμφωνείς καθόλου ή είναι εντελώς αντίθετο σε προσωπικές σου απόψεις και τα λοιπά, θα επηρεάσει και στην πραγματικότητα, στην πραγματική σας ζωή τη σχέση σου με αυτόν τον άνθρωπο;

Μ: Θα σας απαντήσω ειλικρινά. Έχω χωρίσει κανονική με διαδικτυακή ζωή, δηλαδή θεωρώ απαράδεκτο και πολύ, δεν μπορώ να το εξηγήσω, όταν λέω, ας πούμε εγώ κάνω παρέα με κάποιον και μου λέει ο άλλος, τελείωσε θα σε μπλοκάρω, τι σημαίνει αυτό; Ότι βλέπουμε κάθε μέρα...

Ε: Κι άμα τον μπλοκάρεις δεν έχει να κάνει...

Μ: Δεν έχει να κάνει με κάτι αλλά σίγουρα θα πω ότι κοίταξε, δε συμφωνώ, όπως κι εμένα μου 'χουν πει σε πράγματα που 'χω ανεβάσει και τα 'χω πειράξει πολύ να μου πουν ότι «ΑΓΓΒ2³⁴¹, σβήσ' το, ή ΑΓΓΒ2 κάν' το «στενούς» και πάντα θα πάρω τη γνώμη των φίλων μου, δηλαδή πάντα, και TikTok να' ναι αυτό, Insta story να' ναι αυτό, post να' ναι αυτό, πάντα θα στείλω να μου πουν τη γνώμη τους 2-3 άνθρωποι που εμπιστεύομαι και πιστεύω ότι έχουνε, έχουνε τέλος πάντων να μου πουν για το καλό μου και έχουνε κρίση, όχι να μου πουν ανέβασ' το ή όχι, ούτε να με προσβάλουνε, να μου το πούνε...

Ε: Κατάλαβα... Χρησιμοποιείς τα social media όταν θέλεις να πλησιάσεις φιλικά ή συναισθηματικά κάποιο άτομο;

Μ: Που γνωρίζω ή που δε γνωρίζω;

Ε: Είτε το γνωρίζεις είτε όχι, δεν έχει σημασία.

Μ: Δεν μου έχει τύχει ακόμα.

Ε: Δεν σου έχει τύχει να χρησιμοποιήσεις τα social media όταν θέλεις να πλησιάσεις κάποιον άνθρωπο.

Μ: Προτιμώ να τον πλησιάζω από κοντά...

³⁴¹ Αναφέρει το όνομά του, το οποίο αντικαταστάθηκε από τον κωδικό του για να διατηρηθεί η ανωνυμία του μαθητή

E: Δια ζώσης...

M: Ή εντάξει, άμα θέλω λέμε τώρα να τον πλησιάσω, φαντάζομαι θα πατούσα like στις φωτογραφίες, δεν θα καθόμουν να στέλνω μηνύματα, δεν είμαι χαρακτήρας που θα στείλω «Γεια σου, θες να κάνουμε παρέα; Γεια σου, πώς είσαι;» κι αυτά, τα θεωρώ λίγο πολύ... αν ήμουν απ' την απέναντι πλευρά θα 'λεγα «καλά τώρα, τι μου στέλνει; Τι;» Δεν μου αρέσει...

E: Ναι, ρε παιδί μου, εννοώ ας πούμε... μ' ένα like, μ' ένα αίτημα φιλίας αν είναι κάποιος που δεν ξέρεις, μ' αυτή τη λογική, όχι...

M: Θα μπορούσε, αλλά να ξέρω ότι έχουμε αρκετούς κοινούς ακόλουθους ή τον ξέρω φατσικά.

E: Νιώθεις μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση όταν επικοινωνείς μέσω των social media ή στη δια ζώσης επαφή; Πότε νιώθεις καλύτερα με τον εαυτό σου ότι έχεις μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση με τους άλλους ανθρώπους; Όταν μιλάτε στα social, νιώθεις καλύτερα, νιώθεις πιο αυτό ή στη δια ζώσης επαφή είσαι έτσι πιο...

M: Εξαρτάται την περίπτωση.

E: Εξαρτάται ε;

M: Ναι, και νομίζω το Instagram κι αυτά ειδικά επηρεάζουν πολλούς ανθρώπους, δεν ξέρω γιατί, εγώ ας πούμε τώρα λέω «Αχ να 'χα μεγαλύτερο θυμό, να 'χα λιγότερο»... Ας πούμε τώρα είμαι στη φάση που θέλω να τους σβήσω όλους γιατί νομίζω ότι...

E: Νομίζω όλοι λίγο πολύ αναρωτιόμαστε καμιά φορά.

M: ...δεν υπάρχει λόγος να 'χουμε πολλούς...

E: Λίγους και καλούς.

M: Ναι, αλλά μετά σε τρώει κι αυτό τώρα έχω λίγους, θα λένε οι άλλοι καλά αυτός έχει λίγους και...

E: Σε νοιάζει λοιπόν τι λένε οι άλλοι.

M: Λίγο, σε ορισμένα θέματα, προσπαθώ να το ξεπεράσω βέβαια.

E: Πότε εκφράζεις πιο εύκολα τα συναισθήματά σου, είτε θετικά είτε αρνητικά, όταν επικοινωνείς μέσω social media ή στη δια ζώσης επικοινωνία;

M: Προσπαθώ να τα εκφράζω στη δια ζώσης επικοινωνία απλώς κάποιος νομίζω δεν είναι επιλογή, συνέχεια σου λένε «δεν μπορώ να μιλήσω, δεν μπορώ να βγω, δεν μπορώ...» δικαιολογίες και μετά νομίζω ότι αρχίζεις και κόβεις σιγά σιγά γιατί αν ο άλλος δεν θέλει, ε δεν θα σκάσεις κιόλας...

E: Ε ναι, σωστό, σωστό, σωστό. Κι όταν προκύπτει κάποιο πρόβλημα το οποίο πρέπει να το λύσεις θα προτιμήσεις να το συζητήσεις μέσω των social media ή στη δια ζώσης;

M: Θα προτιμήσω στη δια ζώσης απλώς αν δεν έχουμε χρόνο να βρούμε λόγω βεβαρημένου προγράμματος, θα προσπαθήσω να τον πάρω facetime ή...

E: Ωραία, θα κάνεις δηλαδή και μία νύξη δηλαδή μέσω των social media.

M: Ακριβώς, αλλά να ακούω φωνή, ή να τον βλέπω, να με βλέπει, μηνύματα δεν τα μπορώ καθόλου.

E: Ωραία, όχι με το chat, αλλά με άλλα εργαλεία που έχουν τα social media, που μπορείς να κάνεις facetime και τα λοιπά.

M: Ναι.

E: Οι γονείς σου έχουν κάποιο λογαριασμό σε social media;

M: Ναι, αλλά δεν τα χρησιμοποιούν ιδιαίτερα, δηλαδή, κυρίως το Facebook χρησιμοποιούν για το messenger και ο μπαμπάς μου χρησιμοποιεί και λίγο το TikTok που στην ουσία μπαίνει για να βλέπει, γιατί αυτό να δω τώρα... να κάνει και TikTok;

E: Γιατί όχι; Λοιπόν, ακολουθείτε ο ένας τον άλλο;

M: Με τους γονείς μου; Φυσικά. Έχω σκεφτεί κιόλας ότι λένε ορισμένα παιδιά να μην ακολουθούμε τους γονείς γιατί αν εγώ ας πούμε ακολουθώ τους γονείς μπορεί κάποιος κάλλιστα απ' τους ακόλουθούς μου να μπει ν' ακολουθήσει άτομα απ' το δικό μου προφίλ, ενώ ας πούμε στο TikTok έχουν κάνει ότι να είναι ιδιωτικό, να μην μπορεί κανείς να δει και είμαι πολύ σύμφωνη με αυτό... σύμφωνος με αυτό.

E: Τέλεια. Σε περίπτωση που οι γονείς σου έχουν λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης, έχει τύχει ποτέ να σου κάνουν παρατήρηση για κάποια ανάρτησή σου, για κάποια συμπεριφορά σου;

M: Ποτέ, γιατί ξέρουν ότι πάντα είμαι προσεκτικός σ' αυτά που κάνω και γιατί δεν τα χρησιμοποιούν πολύ, δηλαδή το μόνο μέσο που χρησιμοποιούν είναι το Facebook κι αυτό εγώ δεν ανεβάζω κάτι ποτέ αλλά και στο Instagram μου κάνουν και like κι αυτά, δεν λεν τίποτα.

E: Δεν έχει τύχει ποτέ να σου κάνουν κάποια παρατήρηση;

M: Προς το παρόν όχι.

E: Χρησιμοποιείς τα social media με τους συμμαθητές σου ή και με τους καθηγητές σου για να συζητήσετε θέματα που αφορούν στο σχολείο;

Μ: Ν' απαντήσω λίγο στην πίσω ερώτηση, ένα λεπτάκι;

Ε: Ναι.

Μ: Ότι, ας πούμε η ξαδέρφη μου και κάποιοι συγγενείς μου, μου λένε «Τι είναι αυτό το πράγμα;» Με την καλή την έννοια, ότι «το 'χεις πειράξει πολύ, δε φαίνεσαι καλά ή το χρώμα δεν είναι ωραίο, είναι θολή» (γέλιο)

Ε: Α, σου κάνουνε σχόλια απ' το ευρύτερο οικογενειακό περιβάλλον, αλλά οι γονείς σου δεν σου έχουν κάνει...

Μ: Όχι, γιατί είναι άσχετοι.

Ε: Λοιπόν... Χρησιμοποιείς τα social media με τους συμμαθητές σου ή και με τους καθηγητές σου για να συζητήσετε θέματα που αφορούν στο σχολείο; Έχετε κάποιο γκρουπάκι;

Μ: Έχουμε μια ομάδα στο Instagram κι έχουμε και μία στο Viber περσινή, τώρα μας έχουν χωρίσει στα τμήματα που ήμασταν με τους καθηγητές μας, με δύο καθηγητές, με τρεις καθηγήτριές μας, που είχαμε ένα σαν Erasmus στο σχολείο που ανεβάζαμε θεατρικές παραστάσεις και τέτοια...

Ε: Α ωραία, ωραία...

Μ: Με όλο το τμήμα.

Ε: Σε περίπτωση που έχεις, είχες κάποια στιγμή σύντροφο επηρεάζαν ή επηρεάζουν οι αναρτήσεις τη μεταξύ σας σχέση;

Μ: (...) Δεν έχω, ούτε είχα αλλά μπορώ να απαντήσω. Θεωρώ ότι όπως είπα και προηγουμένως το Instagram και όλες οι κοινωνικές, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν έχουνε κάποια σημασία, νομίζω αν τα 'χεις καλά αρχικά με τον εαυτό σου και έχεις εμπιστοσύνη στον άλλο άνθρωπο ποιος ο λόγος να...

Ε: Να μεις σ' αυτή τη διαδικασία;

Μ: Στο τριπάκι να ψάχνεις, να κάνεις, να λες... γιατί έκανες like εκεί, γιατί αυτό, καταντάει πολύ, άμα το κάνει όταν είσαι, face to face, δηλαδή δια ζώσης τότε θα με πείραζε, μπορεί, ενδεχομένως, αλλά πάντα σε μορφή συζήτησης θα το κάνω να δω τι γίνεται, δεν θα πω «παίρνω το καπελάκι μου και φεύγω, τελειώσαμε»

Ε: Κατάλαβα. Μπορείς να μου περιγράψεις τον εαυτό σου με 5 λέξεις; Με 5, με 3... Άμα θες με 3.

Μ: (...) Αχ δεν μπορώ να απαντάω για τον εαυτό μου, θέλω να απαντάνε οι άλλοι για εμένα αλλά μισό να...

E: Θέλω να μου... σε ρωτάω γιατί θέλω να καταλάβω τώρα εάν αυτό που νιώθεις εσύ ότι είσαι, φαίνεται στα social media που έχεις. Γι' αυτό σε ρωτάω, να περιγράψεις, δηλαδή αν για παράδειγμα πεις «είμαι ευγενικός, είμαι συνεπής, είμαι επίμονος ή είμαι ανυπόμονος», αν έχεις κάποια χαρακτηριστικά για παράδειγμα τέτοια, αν αυτά τα χαρακτηριστικά σου φαίνονται στο προφίλ σου, είτε στο Instagram είτε στο TikTok για παράδειγμα, αυτά που χρησιμοποιείς.

M: Ε, νομίζω ότι φαίνεται ένας ευγενικός χαρακτήρας και ένας ήπιων τόνων σχετικά...

E: Εσύ είσαι ήπιων τόνων και...

M: Προσπαθώ να μην συγχύζομαι, τι να κάνω, αλλά πιστεύω ότι δείχνω μια καλή μεριά ανθρώπου, δεν δείχνω ως παλιόπαιδο μετά συγχωρήσεως που με τα τσιγάρα, με τις μαγκιές, βρισιές μ' όλα αυτά, προσπαθώ να δείχνω και την καλή πλευρά της ζωής, που όλοι έχουμε προβλήματα, μικρά μεγάλα, δεν έχει σημασία, προσπαθώ να διαλέγω τη θετική πλευρά και να κάνω πράγματα που μου αρέσουν εμένα για να προβάλλω.

E: Τέλεια. Και αυτά αντιστοιχούνε στην προσωπικότητά σου, αυτά που προβάλλεις;

M: Το κατά δύναμιν, το προσπαθώ (...)

E: Πολύ ωραία.. Λοιπόν, υπάρχουν στοιχεία της ταυτότητάς σου ή της εικόνας σου που εσκεμμένα παραποιείς στα social media; Η καταγωγή, η ηλικία, τέτοια χαρακτηριστικά, γενικά χαρακτηριστικά.

M: Ε, όχι, δηλαδή δε νομίζω ότι είναι ντροπή να πεις από που είσαι κι αυτά, ούτε για την ηλικία, παλιά είχα ένα θέμα με την ηλικία μου, δεν ξέρω έλεγα ότι είμαι ένα χρόνο μεγαλύτερος, πολύ παλιά όμως, όταν ήμουν ξέρω 'γω δημοτικό, δεν ξέρω γιατί (...)

E: Τόσο παλιά...(αστειευόμενη, γέλασαμε και οι δύο)

M: (...) αλλά όχι, ούτε θα αποκρύψω την ηλικία μου, απλώς εντάξει, άμα είναι δεν τη λέω, τώρα βέβαια σε αυτή την ηλικία και να μη θες να την πεις, φαίνεται...

E: Φαίνεται, ναι, ναι, ναι.

M: Αλλά όταν μεγαλώσω δεν είναι ότι δεν θα τη λέω απλώς νομίζω τι αισθάνεσαι, πώς νιώθεις, τι, αυτό, δεν έχει σημασία η ηλικία.

E: Όταν κάποιος ακόλουθός σου αναρτήσει κάτι που σε αφορά, για παράδειγμα μια φωτογραφία σου, προτιμάς να το ελέγξεις πρώτα ή δεν σε ενδιαφέρει να εγκρίνεις την ανάρτησή του;

M: Δεν κατάλαβα, δηλαδή να μου (...)

E: Αν κάποιος δηλαδή, αν είμαστε φίλοι στα social media, στο TikTok, στο Instagram (...)

M: Άγνωστοι μεταξύ μας;

E: Όχι, όχι, είμαστε φίλοι. Είμαστε γνωστοί, είμαστε φίλοι και είμαστε φίλοι και στο Instagram κι εγώ θέλω να αναρτήσω κάτι με εσένα. Θα ήθελες να το εγκρίνεις πρώτα εσύ, να το δούμε από κοινού ή δεν σε πειράζει αν εγώ το αναρτήσω από μόνη μου;

M: Άμα φαινόμουνα καλά, δεν θα πείραζε, αλλά (...)

E: Εξαρτάται λοιπόν από το πώς θα φαίνεσαι (...)

M: Κοιτάζτε, επειδή τώρα θα ακουστεί κακό αλλά επειδή συνήθως πιο παλιά όταν ανέβαζα story με φίλους μου, τώρα δεν θέλω και πολύ γιατί δεν θα είμαστε όλη την ώρα με ένα τηλέφωνο όταν είμαστε έξω, επειδή συνήθως όταν ανέβαζαν άλλοι φαινόμενουν χάλια μεταξύ μας κι εγώ φαινόμενουν πιο χάλια (...)

E: Νομίζω καταλαβαίνω τι εννοείς. Συμβαίνει σε όλους μας μάλλον.

M: Κι εγώ, αλλά όταν με ανεβάζουν οι άλλοι, σε όλους νομίζω αυτό συμβαίνει, φαινόμενουμε χάλια, επειδή το ανέβασε ο άλλος και πάντα κάτι βρίσκουμε στον εαυτό μας και τον κατακρίνουμε και λέμε «όχι, δεν έχεις καλή μύτη, δεν έχεις καλά ζυγωματικά, δεν αυτό (...）」 πράγματα που μας τρώνε και δεν θα 'πρεπε κιόλας.

E: Σωστά. Όταν ανεβάζεις φωτογραφίες σου χρησιμοποιείς φίλτρα ή όχι;

M: Εννοείται, το face app.

E: Face app, ε;

M: Ναι, μου το είπε μια συμμαθήτριά μου, αλλά δεν παραποιώ ιδιαίτερα στην ουσία (...)

E: Φωτίζεις λίγο (...)

M: Όχι, λίγο επειδή έχω ακμή, κοιτάω να κάνω ρετούς μόνο, δεν θα παραποιήσω το πρόσωπό μου, ρετούς, λίγο το κοκαλάκι εδώ που πετάει, λίγο αυτό, μικροπράγματα.

E: Εντάξει, μια χαρά.

M: Αλλά δεν θα μπω στη διαδικασία να πληρώνω απλώς εκείνη τη φορά έτυχε να πληρώσω κατά λάθος και τώρα άμα έχεις λογαριασμό στον ΟΤΕ και τα πας όλα τα πληρώνεις μέσω αυτού, δε σου τραβάει τίποτα.

E: Αλήθεια;

M: Έτσι μου είπανε, οπότε (...)

E: Μια χαρά.

M: Χρησιμοποιώ και τα φίλτρα του κινητού, λίγο τη φωτεινότητα κι αυτά, δεν θα τα αλλάξω και τελείως.

E: Σε περίπτωση που αναρτήσεις κάτι και δεν έχει την ανταπόκριση που θέλεις, θα κατεβάσεις τη δημοσίευση αυτή ή θα την αφήσεις;

M: Αυτό παλιά με, ήταν μια πολύ ερώτηση που με πείραζε, που το σκεφτόμουνα δηλαδή, παλιά με πείραζε, έλεγα «γιατί να πάρει τόσα like, τώρα θα λένε όλοι κοίτα αυτός πόσα like πήρε, και τώρα λέω αφού δεν, υπάρχει δυνατότητα να μη φαίνεται ας πούμε στο Instagram ποιοι σου κάνουν like και πόσα, δεν με αφορά και καθόλου, και να μην υπήρχε εννοώ τώρα πια, ΑΓΓΒ2 άμα αρέσει σ' εσένα, δεν πάει να πήρε κι ένα like (...)

E: Σωστά. Παλιότερα όμως σ' επηρέαζε.

M: Όχι σε βαθμό να πάθω και τίποτα αλλά (...)

E: Κι επηρεάζει την αυτοπεποίθησή σου όμως η ανταπόκριση στις δημοσιεύσεις σου, δηλαδή άμα ανεβάσεις μια φωτογραφία και πάρει 1000 likes λέμε τώρα, σου αρέσει (...)

M: Σίγουρα, ναι αλλά μετά επειδή έκανα TikTok, που δεν, εντάξει, πηγαίνανε δε λέω, αλλά δεν μου αρέσει και πολύ η δημοσιότητα γιατί όταν έμπαινε πολύ for you και ήμουνα έξω, όλοι μου μιλούσανε κι εγώ δεν μπορώ, όταν μιλάει ο άλλος κάνω ότι δεν ακούω και φεύγω, με πιάνει τέτοιο, γιατί είναι λίγο, νομίζεις ότι σε θέλει ο άλλος να σε κοροϊδέψει αλλά μπορεί να σε θαυμάζει κιόλας, δεν ξέρω αν με θαυμάζουν ή όχι αλλά (...)

E: Σωστό. Από ποιο μέσο συνήθως ενημερώνεσαι για τις εξελίξεις στη μόδα αλλά και σε προϊόντα τεχνολογίας;

M: Συνήθως απ' το Instagram αλλά μου αρέσει να ενημερώνομαι και να προχωράω μπροστά, δεν ξέρω πως να το εξηγήσω, ακόμη και στα τεχνολογικά, θέλω, εντάξει δεν θα πάω να πάρω και το πιο καινούριο iPhone που κυκλοφορεί κάθε χρόνο γιατί το θεωρώ πεταμένα λεφτά, να είμαι κι ειλικρινής αλλά θεωρώ ότι έχει πολλές δυνατότητες αλλά άμα διαθέτεις ένα ποσό, κάθε ας πούμε 1, κάθε 2-3 χρόνια είναι οκ πιστεύω

E: Μάλιστα.

M: Και στα ρούχα, μου αρέσει να παίρνω ρούχα, παπούτσια κλπ.

E: Συμβουλεύεσαι τις τάσεις της μόδας.

M: Ναι, αλλά με ένα μέτρο, ή θα μπω στο Zara, Nike, θα δω, θα ψαχτώ, θα κοιτάξω και συνήθως μόνος μου θέλω να τα ψάχνω πως θα τα συνδυάσω, δεν κοιτάω κάπου.

E: Ακολουθείς διασημότητες στα social media;

M: Ναι.

E: Για πες μου μερικούς, μερικές. Ποιος σ' αρέσει;

M: Δε θυμάμαι να σου πω ποιους ακολουθώ. Ακολουθώ, ποιους ακολουθώ; Είδες, δεν μπορώ να θυμηθώ. Διάφορους, όπως είχα, ... Κάποιον απ' τη «Γη της Ελιάς» παρακολουθώ.

E: Α, ηθοποιούς Έλληνες, και τα λοιπά...

M: Ναι, και παρουσιαστές και τραγουδιστές (...)

E: Μια χαρά. Αγοράζεις προϊόντα που μπορεί να διαφημίζουν αυτοί οι άνθρωποι που ακολουθείς; Έχεις έτσι όταν διαφημίζουν κάτι και σου αρέσει, μπαίνεις στη διαδικασία να πεις «Α θα το αγοράσω, το είδα στο Instagram το είχε ο τάδε».

M: Θα σας εξηγήσω, όχι, σίγουρα θα με επηρεάσει σε ένα μικρό βαθμό αλλά θα κοιτάξω να πω «Γιώργο, σκέψου, το χρειάζεσαι; Γιώργο, μπορεί να το βγάλει μετά πιο φθηνό, να το βρεις αλλού». Γιατί δεν μπορώ να γεμίζω τον χώρο μου άχρηστα πράγματα και προτιμώ να τα επενδύω τα λεφτά μου σε ταξίδια και τέτοια συνήθως.

E: Μάλιστα. Αντιγράφεις τον τρόπο που έτσι ντύνονται, το στιλ σου επηρεάζεται από τις διασημότητες που ακολουθείς;

M: Όχι, όχι έχω το δικό μου, νομίζω ο κάθε άνθρωπος είναι πώς το φοράει το ρούχο. Δηλαδή, εγώ φοράω αυτά σήμερα, εγώ μπορώ να τα στηρίξω.

E: Και εντελώς τυχαία φοράμε τα ίδια χρώματα σήμερα.

M: Ναι, αν όμως τα δώσω σε κάποιον άλλο ή ο κάποιος πάει να αγοράσει το συγκεκριμένο μπορεί να μην του πηγαίνει καθόλου να είναι σαν το ψάρι έξω απ' τα νερά, δηλαδή έχω δει στο δρόμο και κοπέλες και αγόρια της ηλικίας μου που φοράνε κάποια ρούχα, και εντάξει δεν θα τους πω, τι φοράς, αλλά θα σκεφτώ μετά και θα πω είναι σαν το ψάρι έξω απ' τα νερά.

E: Ναι, δεν του πάει. Για τις αγορές σου προτιμάς τα φυσικά καταστήματα ή το online shopping;

M: Το online, γιατί προτιμώ και τα μαγαζιά αλλά στα μαγαζιά δεν σου δίνουν τη δυνατότητα, δηλαδή τώρα για παράδειγμα αν πας εδώ στο Bershka θα έχει 5 ρούχα, ενώ αν μπεις στο διαδικτυακό, θα έχει 500.

E: Ναι, ναι, κατάλαβα. Έχει τύχει ποτέ να ξοδέψεις περισσότερα χρήματα από τον προϋπολογισμό σου ή από τα χρήματα που σου επιτρέπουν οι γονείς σου για να αγοράσεις κάποιο πολυδιαφημισμένο προϊόν στα social media;

M: Στα social media δεν αγοράζω ποτέ, λίγο φοβάμαι.

E: Εννοώ, να το έχεις δει στα social media αλλά να πας ας πούμε σε κάποιο κατάστημα να το αγοράσεις.

M: Ναι, θα σας πω. Πάντα ρωτάω τους γονείς μου για το οικονομικό αλλά δεν είμαι από αυτούς που θα πάω, αν με αφήσεις μπορώ να ξοδέψω τα πάντα αλλά προσπαθώ να περιορίζομαι γιατί τώρα και λόγω της κρίσης κι αυτά, που μπορεί να έχω την Α οικονομική δυνατότητα αλλά γιατί να τα ξοδέψω όλα σε μία μέρα και...

E: Ωραία(...)

M: Ναι, άμα βρω, σαφέστατα θα πάρω, δηλαδή άμα βρω πράγματα που μου αρέσουν και είναι σε καλές τιμές θα τα πάρω, δεν τίθεται θέμα, έχω όλες τις κάρτες μου στο ρολόι και κάνω δουλειά μου.

E: Μια χαρά. Τέλεια.

M: Οπότε, σ' αυτό, γιατί είμαι και λίγο ανασφαλής, λέω τώρα ας πούμε πήρα τόσα, κι αν δε μου φτάσουν τι θα κάνω, μετά πρέπει να(...)

E: Κατάλαβα. Έχεις έρθεις ποτέ αντιμέτωπος με κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης; Cyberbullying, κάποιος ας πούμε να σου στείλει μηνύματα, να σε απειλήσει (...)

M: Block κι απέναντι, κι έφυγες.

E: Έχει τύχει;

M: Δε θυμάμαι, διάφορα, παντού (...)

E: Έχει τύχει δηλαδή να σου (...)

M: Ούτε καν, κάθομαι εδώ, άμα δω παράξενο όνομα, αυτό, αποκλεισμός, αναφορά...

E: Δεν έχει συμβεί κάτι όμως κατ' εξακολούθηση, έτσι που να σε φοβίσει, να σε κάνει (...)

M: Ναι, ναι, θα με φοβίσουν κιόλας, άμα με φοβίσουν, αποκλεισμό, δρόμο, γιατί ξέρουν πού μένω, δεν έχω βάλει οδούς, κι αυτά.

E: Έχει τύχει ποτέ να σου συμβεί κάτι τέτοιο και να σε φέρει σε δύσκολη θέση και να το συζητήσεις με κάποιο δικό σου άνθρωπο, με τους γονείς σου για παράδειγμα, με τους φίλους σου, κάποια συμπεριφορά κάποιου ανθρώπου που σε ενόχλησε στα social.

M: Ποτέ δεν με έχουν ενοχλήσει αλλά επειδή οι γονείς μου είναι πολύ ανοιχτοί άνθρωποι, για παράδειγμα η αδερφή μου που τις στέλνανε ευλογίες, δε θυμάμαι τι, είπε αυτό, απλώς μετά τους έκανε αποκλεισμούς, δεν άνοιγε, αυτά (...)

E: Τέλεια. Μια χαρά. Σε περίπτωση που αντιμετώπιζες κάποια σοβαρή κακοποιητική συμπεριφορά;

M: Θα το 'λεγα.

E: Θα το συζητούσες; Σε ποιον θα απευθυνόσουν πρώτα;

M: Σε ψυχίατρο ή ψυχολόγο γιατί είμαι της άποψης ότι εγώ θέλω να πηγαίνω, όποτε μου 'ρθει μια στους τόσους μήνες θα πω «ΑΓΓΒ2, θα πας» κι ασήμαντο να 'ναι το θέμα πιστεύω ότι όλοι πρέπει να πηγαίνουμε, όλοι το 'χουμε ανάγκη νομίζω.

E: Άρα λοιπόν θα απευθυνόσουν σε κάποιο ειδικό πρώτα.

M: Ναι, και στους γονείς μου μετά από (...)

E: Και στους γονείς σου. Δηλαδή θα απευθυνόσουν πρώτα σε κάποιον ειδικό και μετά θα το συζητούσες και με τους γονείς σου.

M: Ναι, μπορεί και τα δύο. Γιατί δεν είμαι άνθρωπος που κρατάει το στόμα του κλειστό, άμα αρχίσει να μιλάει, θα το πω.

E: Θα έκανες κάποια καταγγελία στη δίωξη ηλεκτρονικού εγκλήματος;

M: Γίνεται;

E: Ναι, αμέ.

M: Και πώς την κάνεις;

E: Αν συμβεί κάτι δηλαδή, αν κάποιος σε παρενοχλεί στο διαδίκτυο υπάρχει γραμμή συγκεκριμένη και μπορείς επίσης να πας σε ένα αστυνομικό τμήμα και να ζητήσεις να κάνεις μια καταγγελία, να το ξέρεις αυτό.

M: Δηλαδή αν εγώ ας πούμε τώρα, μου στείλει όποιος, ό,τι να 'ναι στο Instagram...

E: Ναι, άμα δέχεσαι απειλές, άμα (...)

M: Απειλές, γενικώς τώρα βλακείες, κι εγώ δε θέλω να μου 'ρχονται.

E: Κοίτα, εξαρτάται τι θα σου στείλει κιόλας.

M: Όχι τέτοια, σοβαρή.

E: Ναι, δηλαδή αν κάποιος σε απειλήσει, αν ξεκινήσει ας πούμε να προσπαθεί να σε παρενοχλήσει, να σου ζητήσει να έχει κάποια οικονομικά οφέλη από εσένα, να εκμεταλλευτεί οικονομικά, να σε εκμεταλλευτεί σεξουαλικά, να σε εκμεταλλευτεί με διάφορους τρόπους, βεβαίως, εννοείται, θα ήταν ασφαλές να κάνεις καταγγελία, φυσικά.

M: Και τι πας εκεί, λες μου έκανε αυτός ο λογαριασμός (...)

E: Ναι, ναι, θα πας με το κινητό σου για παράδειγμα και θα πεις με παρενοχλεί και κάνεις καταγγελία και μετά το διερευνά η δίωξη ηλεκτρονικού εγκλήματος, γίνονται μηνύσεις και φυσικά, εννοείται...

M: Α στο καλό, να ξέρω για (...)

E: Ναι, βέβαια, και τώρα αυτό, θα δεις τώρα θα το συζητήσουμε και σε επόμενη ερώτηση. Έχεις υπάρξει εσύ θύτης ποτέ, να αναπτύξεις κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στο Ίντερνετ;

M: Ποτέ.

E: Ποτέ.

M: Δηλαδή, ό,τι και να συμβεί έχω μάθει και από μόνος, από τους γονείς μου να το αποφεύγω. Δηλαδή ό,τι και να μου στείλουν και άγνωστος και γεια δηλαδή να μου στείλει κάποιος που ακολουθώ και δεν μιλάω, δεν θα απαντήσω, δεν ξέρω, που το γεια δεν είναι και κακό απλώς εγώ δεν θέλω, δεν μπορώ.

E: Έχεις ενημερωθεί για την ασφαλή πλοήγηση στο διαδίκτυο απ' τους γονείς σου, απ' την οικογένειά σου;

M: Δεν ξέρω, αλλά κοιτάω να προφυλάσσομαι μόνος μου και να μαθαίνω.

E: Δεν χρειάστηκε να σου συζητήσουνε κάτι.

M: Όχι.

E: Από το σχολείο;

M: Στο σχολείο δεν έχουνε το χρόνο, και τα κινητά, λένε «μη φέρνετε κινητά». Αν όμως δεν μπεις στη διαδικασία να εξηγήσεις στο παιδί για ποιο λόγο να μη φέρεις, γιατί να μην κάνεις.

E: Ναι, λοιπόν, καλό θα ήταν βέβαια εννοείται να ενημερώνεστε αλλά αυτό το θέμα όμως με τις καταγγελίες είναι πάρα πολύ σημαντικό. Υπάρχει και το, υπάρχουν διάφορες ιστοσελίδες από τις οποίες, και της ελληνικής αστυνομίας που μπορείς μέσα να, υπάρχει ας πούμε το safer Internet for kids που είναι μια πολύ ωραία

ιστοσελίδα όπου μπορείς και να κάνεις καταγγελίες, αλλά να ενημερωθείς κιόλας, υπάρχουν πάρα πολλά πράγματα, ενδεχομένως και να σας ενημερώσουν κάποια στιγμή απ' το σχολείο γι' αυτό, κυρίως για να ξέρεις να χρησιμοποιείς σωστά τα social media και να ξέρεις πώς να προφυλάσσεσαι.

M: Προσπαθώ δηλαδή όσο πιο πολύ να προφυλάσσομαι, και τους έχω και κλειστούς δηλαδή τους λογαριασμούς, εκτός από το TikTok αλλά κι αυτό θέλω, γενικά ακόμα και στο Snapchat δεν θα κάνω όποιον να 'ναι, και το Snap δεν το χρησιμοποιώ και ιδιαίτερα, οπότε, μόνο τις φωτογραφίες και δεν στέλνω καν εμένα, στέλνω (...)

E: Ποια είναι η σχέση σου με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης γενικά; Έτσι, έχεις καλή σχέση; Πώς είναι η σχέση σου;

M: Άριστη δεν το λέω, δεν θα το πω. Μέτρια, προς καλή θα πω. Δηλαδή, κάθε μέρα μαθαίνω κι από κάτι.

E: Τέλεια. Κι αν κόβανε το Ίντερνετ και δεν υπήρχανε social media, όχι για μια ωρίτσα, αλλά να έχεις έτσι μια (...)

M: Θα μπορώ να ζήσω, απλώς (...)

E: Μπορείς να ζήσεις ε;

M: Με εκνευρίζει, ότι, όχι ότι είμαι εξαρτημένος, ας πούμε καλή ώρα στο σχολείο, δεν πιάνει ο ΟΤΕ με τίποτα, πήρα και χθες τηλέφωνο να μου το κάνουνε και τέλος πάντων, όχι ότι είμαι εξαρτημένος αλλά μπορεί να χρειαστώ κάτι, το κινητό στο σχολείο δεν το χρησιμοποιώ ποτέ, το έχω στην τσάντα, για ώρα ανάγκης, κλειστό, αλλά μπορεί να συμβεί κάτι, αλλά και μόνο η Cosmote δεν πιάνει, δηλαδή όλοι οι άλλοι πιάνουν εδώ πέρα.

E: Λοιπόν αυτό ήταν! Ευχαριστώ πάρα πολύ. Ήταν εξαιρετικά ενδιαφέροντα αυτά που συζητήσαμε.

M: Εγώ ευχαριστώ.

AZΓΓ2

E: Έχεις λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης;

M: Έχω, έχω.

E: Τέλεια. Σε ποιο ή σε ποια;

M: Instagram, Messenger, Viber και WhatsApp.

E: TikTok;

M: Όχι.

E: Όχι, ε; Αν και το Tik Tok θεωρείται πολύ δημοφιλές στους εφήβους. Εσύ ποιο χρησιμοποιείς πιο συχνά;

M: Ναι, ωραία. Instagram και Messenger.

E: Instagram και Messenger. Τέλεια.

Και χρησιμοποιείς τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για την καθημερινή σου επικοινωνία με τους φίλους σου;

M: Όχι απαραίτητα.

E: Όχι απαραίτητα. Με την οικογένειά σου; Για να επικοινωνήσετε γενικότερα;

M: Ε, σπάνια...

E: Σπάνια.

M: Ναι.

E: Με το φιλικό σου περιβάλλον; Τους συμμαθητές σου;

M: Αρκετά.

E: Και προτιμάς τις κλήσεις, το chat ή τις βιντεοκλήσεις για την επικοινωνία σου στα social media;

M: Και τα 2...

E: Χρησιμοποιείς δηλαδή τις κλήσεις chat ή βιντεοκλήσεις για την επικοινωνία σου κυρίως;

M: Ό,τι κάτσει, και τα 2, δηλαδή, ναι...

E: Ό,τι κάτσει, ωραίος, και πόσο συχνά μπαίνεις στο προφίλ των φίλων σου για να ενημερώνεσαι για την καθημερινότητά τους και να παρακολουθείς ας πούμε τις δημοσιεύσεις τους κι αυτά;

M: Τις δικές τους;

E: Τις δικές τους, ναι. Μπαίνεις στο προφίλ τους καθόλου, ή ό,τι σου 'βγάζει το newsfeed;

M: Ό,τι μου βγάζει.

E: Ό,τι σου βγάζει. Άρα ουσιαστικά δεν μπαίνεις ποτέ ή σπάνια.

M: Μια φορά το μήνα, ξέρω 'γω, αν (...)

E: Σπάνια. Προτιμάς να μαθαίνεις την επικαιρότητα από τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας όπως λέμε ας πούμε τις εφημερίδες, τα περιοδικά, το ραδιόφωνο ή από το διαδίκτυο και τα social media;

M: Ό,τι είναι πιο έγκυρο. Τώρα (...)

E: Ό,τι είναι πιο έγκυρο.

M: Ναι, δηλαδή, μπορεί μια ιστοσελίδα (...)

E: Ποιο θεωρείς ότι είναι πιο έγκυρο απ' αυτά;

M: Με αυτά που ακούμε, οι ιστοσελίδες, ακούμε λέγονται πολλά οπότε προσωπικά ό,τι ψάχνω, ψάχνω πρώτα από έναν που ξέρει και μετά το ψάχνω στο Ίντερνετ, δεν μπαίνω για να ψάξω κάτι κατευθείαν στο Ίντερνετ. Πρώτα ρωτάω και μετά το ψάχνω μόνος μου.

E: Ωραία, ωραία. Άρα λοιπόν τα παραδοσιακά μέσα πιστεύεις ότι είναι πιο έγκυρα σε σχέση με τα social media και μου απαντάς και την επόμενη ερώτηση που θα σε ρωτούσα, αν τα εμπιστεύεσαι.

Λοιπόν, οι φίλοι σου, οι ακόλουθοί σου από ποιο χώρο προέρχονται συνήθως; Από το σχολείο, το οικογενειακό ή το φιλικό περιβάλλον;

M: Οι φίλοι μου, δηλαδή;

Γ: Οι φίλοι σου, «οι ακόλουθοι», οι διαδικτυακοί σου φίλοι δηλαδή.

M: Ναι, όχι από οικογενειακό λίγοι, οι περισσότεροι από σχολείο, φίλοι, από τις κοινωνικές ομάδες που είμαι.

E: Στέλνεις αιτήματα φιλίας σε αγνώστους;

M: Αγνώστους αγνώστους δηλαδή που δεν γνωρίζω καν; Πχ και άτομα απ' το σχολείο, δεν μιλάω αλλά τα 'χω αποδεχθεί.

E: Ναι, αυτό ναι.

M: Αυτό ναι, αλλά άγνωστο άγνωστο που να μην ξέρω ποιος είναι, να μη ζει στην Κατερίνη, όχι καθόλου.

E: Εντάξει. Και μ' αυτή τη λογική φαντάζομαι ότι αποδέχεσαι και αιτήματα φιλίας, δηλαδή αν είναι κάποιος ας πούμε που υπάρχει σαν άτομο ή είναι στο σχολείο σου αλλά δεν γνωρίζεστε προσωπικά θα αποδεχθείς ένα αίτημα φιλίας, ενώ αν είναι κάποιος εντελώς άγνωστος, όχι.

M: Όχι.

E: Πόσο σε επηρεάζει η φωτογραφία προφίλ ενός αγνώστου στο αν θα δεχτείς ή αν θα στείλεις ένα αίτημα φιλίας;

M: Καθόλου.

E: Επηρεάζεται η συμπεριφορά σου απέναντι σε κάποιον διαδικτυακό σου φίλο όταν ανεβάζει κάτι στο προφίλ του με το οποίο εσύ δε συμφωνείς καθόλου; Δηλαδή αν ήμασταν φίλοι κι εγώ ανέβαζα κάτι τέλος πάντων και σκεφτόσουν ας πούμε τι ανέβασε τώρα, γιατί το ανέβασε αυτό, θα επηρέαζε τη μεταξύ μας σχέση;

M: Να σκεφτώ αυτό γιατί το ανέβασε ναι, να επηρεαστεί όχι.

E: Χρησιμοποιείς τα social media όταν θέλεις να πλησιάσεις φιλικά ή συναισθηματικά κάποιο άτομο;

M: Ναι.

E: Με ποιο τρόπο; Πώς τα χρησιμοποιείς δηλαδή;

M: Ξέρω γω, ανεβάζει κάτι κάποιος ή κάποια και ή reaction ή απευθείας μήνυμα, κάτι τέτοιο.

E: Πότε νιώθεις μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση, όταν επικοινωνείς μέσω των social media ή στη δια ζώσης επαφή;

M: Δια ζώσης.

E: Μ' αρέσει που το λέτε αυτό όλα τα παιδιά, γιατί όλοι πιστεύουν ότι νιώθετε μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση όταν μιλάτε στα social.

M: Επειδή τα πρόσωπα απλά είναι πιο, δεν σε ξέρω, δε με βλέπεις κι αυτά...

E: Άρα είναι πολλά πράγματα, πολύ χαίρομαι που το ακούω αυτό από εσάς.

Πότε εκφράζεις πιο εύκολα τα συναισθήματά σου, είτε είναι θετικά είτε αρνητικά, όταν επικοινωνείς μέσω των social media ή στη δια ζώσης επικοινωνία;

M: Δια ζώσης.

E: Γιατί;

M: Επειδή άμα θέλω να πω κάτι σε κάποιον, του το λέω, δεν έχω να «φοβηθώ» κάτι, του το λέω, αν δεν σου αρέσει οκ, αν όχι πάλι οκ.

E: Κι όταν προκύπτει κάποιο πρόβλημα το οποίο πρέπει να επιλυθεί, προτιμάς να το συζητήσεις στα social media ή με προσωπική επαφή;

M: Μια πρώτη προσέγγιση από social media αλλά άμα δε βγαίνει, δεν καταλήγουμε κάπου...

E: Καλύτερα να το συζητήσεις από κοντά. Οι γονείς σου έχουν λογαριασμό σε κάποιο social media;

M: Facebook και Viber, αυτά τα δύο.

E: Facebook και Viber. Ακολουθείτε ο ένας τον άλλο; Έχεις Facebook εσύ;

M: Facebook όχι, δεν έχω εγώ.

E: Άρα λοιπόν, δεν μπορούσατε να ακολουθήσετε ο ένας τον άλλο.

M: Όχι, όχι.

E: Έτυχε οι γονείς σου να σου κάνουν κάποια παρατήρηση για κάποια συμπεριφορά σου στο ίντερνετ, για κάποια ανάρτησή σου αν την είχαν δει;

M: Μόνο θετικά σχόλια.

E: Μόνο θετικά;

M: Ναι, κι αστεία, σε φάση, εννοώ όχι κακά.

E: Εντάξει. Άρα υπήρχε μια συζήτηση αλλά δεν ήταν ρε παιδί μου κάποια παρατήρηση και τα λοιπά.

M: Όχι, όχι.

E: Χρησιμοποιείς τα social media με τους συμμαθητές σου ή και τους καθηγητές σου για να συζητήσετε θέματα που αφορούν στο σχολείο; Έχετε κάποια ομαδική, κάποιο γκρουπ, κάτι;

M: Ομαδικές ναι, αλλά μόνο για ενημέρωση, όχι για να συζητήσουμε, καθαρά ενημέρωση.

E: Ναι, για ενημερωτικούς σκοπούς, πράγματα που αφορούν στο σχολείο. Και με τους καθηγητές ή μόνο μεταξύ σας συμμαθητές;

M: Και με καθηγητές. Και με μαθητές ναι.

E: Σε περίπτωση που έχεις, είχες κάποια στιγμή σύντροφο στη ζωή σου επηρέαζαν ή επηρεάζουν οι αναρτήσεις σας τη μεταξύ σας σχέση;

M: Καθόλου, καθόλου.

E: Καθόλου. Οδηγηθήκατε ποτέ εξαιτίας κάποιας συμπεριφοράς σε κάποιο τσακωμό ή ακόμα και σε χωρισμό;

M: Τσακωμό όχι, όχι.

E: Τσακωμό όχι, χωρισμό ναι;

M: Όχι, όχι. Συζήτηση απλή. Ξέρω 'γω.

E: Τσακωμό όχι αλλά το συζητήσατε. Υπήρχε όμως κάποια συμπεριφορά σας που σας οδήγησε στο να συζητήσετε κάτι.

M: Ναι, όμως ασήμαντο θα 'λεγα. Ασήμαντο, τώρα ναι, κατάλαβες (...)

E: Ασήμαντο για εσένα.

M: Ναι, κατάλαβες πώς είναι.

E: Λοιπόν, ναι υπάρχει κι αυτό. Μπορείς να μου περιγράψεις τον εαυτό σου με 5 λέξεις; Με 3, με 4, με 10, με όσες θες. Πώς είσαι σαν άνθρωπος;

M: Ήρεμος.

E: Το βλέπω.

M: Χιούμορ, σοβαρός, ειλικρινής όποτε χρειάζεται και τι άλλο, ξέρω 'γω; Φιλικός.

E: Τέλεια. Αυτές οι ωραίες λέξεις τώρα με τις οποίες μου περιέγραψες τον εαυτό σου αντιστοιχούν στο προφίλ που είχες στα social media; Δηλαδή αν κάποιος έμπαινε στο Insta σου θα έβλεπε έναν ΑΖΓΓ2 όπως μου τον περιέγραψες τώρα;

M: Θέλω να πιστεύω πως ναι.

E: Ωραία. Υπάρχουν στοιχεία της ταυτότητάς σου ή της εικόνας σου που εσκεμμένα παραποιήσες στα social media; Η καταγωγή σου, η ηλικία σου, τέτοια στοιχεία.

M: Ναι.

E: Ναι, ε; Γιατί; Για πες μου λίγο γι' αυτό. Όσο θες, με όσες λεπτομέρειες θες, δεν με πειράζει.

M: Ναι, ναι, να θυμηθώ όμως...

E: Κυρίως γιατί το παραποιείς, όχι να το κρύψεις, δηλαδή ας πούμε να μη βάλεις την ηλικία σου να φαίνεται στο Instagram αλλά να το αποκρύψεις εσκεμμένα...

M: Α, όχι, να αποκρύψω εσκεμμένα, όχι. Να προσθέσω, ας πούμε, σ' ότι είμαι να προσθέσω, ναι. Αλλά να παραποιήσω, όχι.

E: Δηλαδή έβαλες κάτι έξτρα από αυτό που πραγματικά είσαι;

M: Μπορεί. Ναι, ναι.

E: Έβαλες τύπου έχω αποφοιτήσει από Harvard; (αστειευόμενη και γελάσαμε και οι δύο)

M: Όχι, τώρα θα σε γελάσω, δε θυμάμαι αλλά να παραποιήσω και να προσθέσω ναι.

E: Λοιπόν, αν κάποιος ακόλουθος ή φίλος σου αναρτήσει κάτι το οποίο σε αφορά, μια φωτογραφία, ή κάτι τέτοιο τέλος πάντων, ένα βιντεάκι, something, θα ήθελες να το έχεις ελέγξει πρώτα εσύ, να το εγκρίνεις ή δεν σε πειράζει, δηλαδή μπορεί η

παρέα σου να αναρτήσει ό,τι θέλει χωρίς να σου δώσει λογαριασμό, που να σε αφορά, να είσαι μέσα, να σε ταγκάρει.

M: Αν με θίγει, αν με θίγει, θα ήθελα να... βασικά αν με θίγει δεν θα μου το 'λεγε καν αλλά άμα γίνει κάτι τέτοιο, θα ήθελα να το ξέρω, όχι πως με πειράζει βέβαια...

E: Αλλά θα ήθελες όμως, προτιμάς να το έχεις εγκρίνει, να έχει τη συγκατάθεσή σου.

M: Ναι, εντάξει, ναι.

E: Όταν ανεβάζεις φωτογραφίες σου ή όταν ανέβαζες χρησιμοποιούσες φίλτρα;

M: Όχι.

Γ: Ούτε φίλτρα ας πούμε να το κάνεις ασπρόμαυρο, να πειράξεις το χρώμα, να πειράξεις (...);

M: Όχι, τα stories μόνο.

E: Ναι.

M: Τα stories, ναι. Φωτογραφίες, δημοσιεύσεις όχι.

E: Τα stories δηλαδή τα πειράζεις;

M: Ναι, ξέρω γω κάνα ρετρό φιλμ, τίποτα τέτοια, αυτά ναι.

E: Εντάξει, κι αυτά φίλτρα είναι. Όταν λέω να χρησιμοποιείς φίλτρα δεν εννοώ να παραποιήσεις την εικόνα σου εντελώς, να βάλεις κοιλιακούς, να έχεις ψηλώσει 20 πόντους.

M: Όχι, στις δημοσιεύσεις ποτέ, στα stories, ναι.

E: Οκ, μισά μισά.

M: Ναι.

E: Σε περίπτωση που αναρτήσεις κάτι και δεν έχει την ανταπόκριση που θέλεις, θα την κατέβαζες αυτή τη δημοσίευση, θα έλεγες (...);

M: Όχι.

Γ: Επηρεάζει την αυτοπεποίθησή σου η ανταπόκριση στις αναρτήσεις σου, δηλαδή άμα ανεβάσεις μια φωτογραφία ή ένα story και έχεις ας πούμε 1000 views, λέμε τώρα, σου φτιάχνει τη διάθεση ή αν δεν το δει κανένας, δεν σου πατήσει κανένας, κανένα like, δεν θα πεις γιατί ρε παιδί μου, ήταν πολύ ωραία αυτή η φωτογραφία, γιατί δεν άρεσε σε κανέναν;

M: Ίσα, ίσα για εμένα το ανεβάζω και όσοι πιστοί προσέλθετε, δε με νοιάζει.

E: Εντάξει, τέλεια. Από ποιο μέσο συνήθως ενημερώνεσαι για τις εξελίξεις στη μόδα, σε προϊόντα τεχνολογίας, σε τέτοια πράγματα; Από παραδοσιακά μέσα, περιοδικά, εφημερίδες ή από το διαδίκτυο;

M: Διαδίκτυο θα πω.

E: Διαδίκτυο. Όταν θέλεις να πας να κάνεις τα ψώνια σου, να κάνεις τις αγορές σου ρε παιδί μου, επηρεάζεσαι, συμβουλεύεσαι ας πούμε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, σε θέματα μόδας κλπ.;

M: Ναι, ναι.

E: Ωραία..Ακολουθείς κάποιες διασημότητες στα social media; Ακολουθούσες;

M: Ναι, ναι.

E: Για πες μου μερικούς.

M: Αθλητές κατά κύριο λόγο και μετά, αθλητές, ό,τι βασικά έχει αθλητικό περιεχόμενο σίγουρα, ό,τι έχει κάποια μουσικό περιεχόμενο και αρκετούς ξέρω 'γω ξεχωριστούς, δηλαδή μπορεί ν' ακολουθώ έναν ας πούμε έναν άνθρωπο, έναν γνωστό φυσικό, αλλά όχι πολλούς, έναν κι έναν, αλλά κυρίως ας πούμε θα πούμε μουσικό περιεχόμενο και αθλητικό περιεχόμενο.

E: Ποιος υπάρχει φυσικός εν ζωή γνωστός τώρα (...);

M: Τώρα το φυσικός μου 'ρθε έτσι.

E: Εντάξει, θα μπορούσε, αλλά όχι ο Δασκαλάκης δεν είναι φυσικός... Εντάξει υπάρχουν διάφοροι όμως, κατάλαβα (...) Εντάξει ακολουθείς κάποιες διασημότητες στα social media, σ' επηρεάζει στο στιλ σου, στην εμφάνισή σου αυτό που θα δεις, δηλαδή, θα διαμορφώσει και το δικό σου στιλ κάποια διασημότητα;

M: Το στιλ το εξωτερικό, όχι (...)

E: Ναι, την εμφάνισή σου γενικότερα.

M: Απλά, άμα δω κάτι που μ' αρέσει, ξέρω γω, όχι που να ταυτίζεται με μια συγκεκριμένη ομάδα ανθρώπων...

E: Θα το υιοθετήσεις.

M: Ακριβώς, ναι.

E: Αγοράζεις προϊόντα που διαφημίζουν οι διασημότητες, δηλαδή σε επηρεάζει όταν διαφημίσει κάποιος αθλητής ας πούμε μια συγκεκριμένη μάρκα;

M: Όχι.

E: Για τις αγορές σου προτιμάς τα φυσικά καταστήματα ή το online shopping;

M: Προτιμώ να το δοκιμάσω στο φυσικό και μετά να το παραγγείλω.

E: Α, σε καταλαβαίνω! Το κάνω κι εγώ για τα παιδιά μου αυτό.

M: Να σου ζήσουν τα παιδάκια.

E: Ευχαριστώ πολύ. Έχει τύχει ποτέ να ξοδέψεις περισσότερα χρήματα από τον προϋπολογισμό σου ή από αυτά που σου δίνουν οι γονείς σου σε κάτι το οποίο είδες στα social media και σου άρεσε πάρα πολύ, ένα κινητό λέμε, ένα ρούχο, κάτι;

M: Όχι.

E: Όχι. Έχεις έρθεις ποτέ αντιμέτωπος με κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα social media; Cyberbullying, κάποιος να σε προσεγγίσει για να σε εκμεταλλευτεί;

M: Όχι. Τώρα να προσπάθησε να με προσεγγίσει και να μην το κατάλαβα, τουλάχιστον δεν έγινε τίποτα.

E: Άρα λοιπόν δεν χρειάστηκε να συζητήσεις κάτι με τους γονείς σου, ούτε να κάνεις κάποια καταγγελία.

M: Όχι, όχι.

E: Σε περίπτωση που αντιμετώπιζες όμως κάποια σοβαρή κακοποιητική συμπεριφορά, κάποια ρητορική μίσους, cyberbullying, κάποια έτσι να προσπαθήσει κάποιος να σε εκμεταλλευτεί, με ποιον θα το συζητούσες πρώτα; Σε ποιον θα απευθυνόσουν;

M: Πρώτα πρώτα θα μιλούσα με τον εαυτό μου και θα 'λεγα, επειδή σαν άτομο δεν με ενδιαφέρει τι λένε πολύ οι άλλοι, δεν με νοιάζει, οπότε αν πει κάτι ο άλλος που είναι bullying δεν θα το πάρω, δεν θα το εκλάβω ως αρνητικό, δεν θα με νοιάξει.

E: Θα σε επηρεάσει;

M: Καθόλου. Αλλά αν ήταν να το συζητήσω με κάποιον, πιστεύω πρώτα θα το συζητούσα με τον πιο κοντινό μου άνθρωπο, είτε είναι κολλητός είτε είναι οικογένεια και μετά (...)

E: Μπορείς να μου πεις ποιος είναι ο πιο κοντινός σου άνθρωπος που θα το συζητούσες;

M: Ναι.

E: Γιατί το οικογένεια και το φίλοι είναι δύο διαφορετικά πράγματα. Δηλαδή θα απευθυνόσουν πρώτα στους γονείς σου ή πρώτα στους φίλους σου;

M: Πιστεύω εξαρτάται από το περιστατικό.

E: Εξαρτάται. Σε ποιο σοβαρό δηλαδή, σε ένα πολύ σοβαρό περιστατικό;

M: Πολύ πολύ σοβαρό, αν με επηρέαζε έτσι και ψυχολογικά πιστεύω πρώτα με τους γονείς μου αλλά παράλληλα πιστεύω, με γονείς και...

E: Ταυτόχρονα, μπορεί να το συζητούσε ταυτόχρονα.

M: Ναι.

E: Θα έκανες κάποια καταγγελία στη δίωξη ηλεκτρονικού εγκλήματος αν ήταν ένα πολύ βαρύ περιστατικό;

M: Σίγουρα.

E: Πολύ χαίρομαι γι' αυτό.

M: Αν δεν μπορούσε δηλαδή να λυθεί και ήταν αναγκαστική η παρέμβαση ξέρω γω εισαγγελέα ή κάτι τέτοιο, σίγουρα.

E: Εσύ έχεις υπάρξει θύτης, αναπτύσσοντας κάποια κακοποιητική συμπεριφορά; Ακόμη και στο πλαίσιο μιας πλάκας ρε παιδί μου που κάνετε με την παρέα σου.

M: Εσκεμμένα όχι αλλά κατά λάθος πιστεύω θα 'χω βρεθεί. Ναι, πιστεύω... Αν και δεν έχει, δεν μου έχουν πει κάτι αλλά, ξέρεις έτσι όπως μιλάμε μετά με τα παιδιά, αν τον πείραξε έτσι αν είπαμε κάτι παραπάνω, μετά που πάω και το συζητάω με αυτόν αν τον πείραξε, μου λέει «όχι, δεν με πείραξε», αλλά πιστεύω (...)

E: Εντάξει, μπορεί να συμβεί στον καθένα να γίνει μία παρεξήγηση. Προφανώς δεν έχει συμβεί κάτι πιο σοβαρό, γιατί εννοώ αν ήταν ένα άλλο περιστατικό, απειλές, κάτι τέτοιο δηλαδή, κακοποιητικός λόγος (...)

M: Όχι, όχι.

E: Έχεις ενημερωθεί ποτέ για την ασφαλή πλοήγηση στο διαδίκτυο απ' την οικογένειά σου;

M: Από την οικογένεια;

E: Απ' τους γονείς σου, με την οικογένειά σου να έχετε συζητήσει για το πως θα πρέπει να συμπεριφέρεσαι στα social media γενικότερα;

M: Ναι, όταν ήμουν πιο μικρός. Πχ δημοτικό.

E: Από το σχολείο σου; Έχει γίνει κάποια ενημέρωση από κάποιο καθηγητή, κάποιον επίσημο φορέα (...) να συζητήσετε λίγο για τα social media και πώς πρέπει να τα χρησιμοποιείτε σωστά;

M: Σαν εκδήλωση ας πούμε, να πούμε σήμερα παιδιά θα γίνει αυτό, στο γυμνάσιο λύκειο όχι, βασικά στο λύκειο όχι, δημοτικό σίγουρα, γυμνάσιο δε θυμάμαι.

E: Άρα έχει τύχει στο σχολείο να σας κάνουν κάποια ενημέρωση ακόμη κι όταν ήσασταν πιο μικροί.

M: Στο δημοτικό, λύκειο όχι, σίγουρα

E: Και τελειώνοντας τώρα θα σου κάνω 2 ερωτήσεις πολύ βασικές. Ποια είναι η σχέση σου γενικά με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; Περιγράψε μου γιατί τώρα μου είπες ότι πλέον δεν τα χρησιμοποιείς, τα χρησιμοποιούσες πριν λίγο καιρό. Γιατί; Δηλαδή σε επηρέασαν τόσο πολύ και σταμάτησες να τα χρησιμοποιείς, καταναλώνες πολύ χρόνο;

M: Να σου πω (...) Πιστεύω πως τα social media, θέλοντας και μη, θα σου πάρουν ένα χρόνο, τώρα, σ' αυτή τη φάση της ζωής μου, που είμαι Γ' λυκείου, που είμαι καθαρά αφοσιωμένος στα μαθήματά μου και έχω ένα στόχο και θέλω να τον πετύχω, έστω και, πχ πολλά παιδιά τους ρωτάω «καλά εσένα δεν σου τρώει χρόνο;», μου λένε όχι κι εγώ σκέφτομαι, έστω κι αυτό το πεντάλεπτο πχ που θα κάτσω να φάω και θα δω ξέρω 'γω Youtube έτσι για να χαλαρώσω, θέλοντας και μη θα πάει παραπάνω, θέλω καθαρά να είμαι αφοσιωμένος εκεί, οπότε σίγουρα τρώνε χρόνο, γι' αυτό εγώ τα διέγραψα...

E: Τι στόχο έχεις, που είναι τόσο σημαντικός και (...)

M: Στόχο; Θέλω, μακάρι να γράψω πάνω από 18.000 μόρια, θέλω φαρμακευτική.

E: Σου το εύχομαι, είμαι σίγουρη ότι θα τα πας μια χαρά.

M: Ευχαριστώ, ευχαριστώ πολύ. Αλλά έχω κι άλλες βλέψεις, δηλαδή έχω κι άλλες βλέψεις, όχι μόνο να μείνω Ελλάδα, θέλω κι άλλα πράγματα.

E: Να φύγεις εκτός. Άρα έχεις απαιτήσεις από τον εαυτό σου και θεωρείς ότι τα social (...)

M: Μου έτρωγαν χρόνο. Όχι πως ήμουν, 4 ώρες ενεργός, ήμουν κατά μέσο όρο, απ' ότι θυμάμαι 1,30 ώρα, 1,45 κάθε μέρα, οπότε τα διέγραψα για να μη μου τρώνε χρόνο. Αλλά τα χρησιμοποιούσα για κυρίως (...)

E: Και τώρα θα σε ρωτήσω κάτι το οποίο ήδη μου το έχεις απαντήσει και είναι πώς φαντάζεσαι τη ζωή σου χωρίς μέσα κοινωνικής δικτύωσης και θεωρώ ότι είσαι μια χαρά.

M: Είναι, αυτό το ξεκίνησα πέρυσι, προ πανελληνίων, μόνο και μόνο σαν απεξάρτηση, είχα βασικά στο μυαλό μου ότι μου τρώει χρόνο. Και από πέρυσι ήδη, τα άνοιξα 2 μήνες το καλοκαίρι, είμαι πιο χαλαρός, δηλαδή δεν με νοιάζει να σηκωθώ Σάββατο

πρωί και να δω πού πήγε Παρασκευή βράδυ ο... ξέρω γω, αν πήγε στο Gold, δεν με νοιάζει, είμαι πιο άνετος.

E: Τέλεια.. Σ' ευχαριστώ πολύ για το χρόνο σου. Σου εύχομαι κάθε καλό και καλή επιτυχία στις πανελλήνιες.

M: Εγώ ευχαριστώ πολύ.

ΑΚΔΓ3

E: Έχεις λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης;

M: Ναι, προφανώς.

E: Προφανώς. Σε ποιο ή σε ποια;

M: Instagram, Facebook, TikTok, Snapchat, Messenger.

E: Ωραία, ποιο χρησιμοποιείς πιο πολύ;

M: Το Instagram.

E: Το Insta ε;

M: Για επικοινωνία πιο πολύ.

E: Αλλά για επικοινωνία (...) Μάλιστα. Το χρησιμοποιείς για την καθημερινή σου επικοινωνία με τους φίλους σου;

M: Ναι.

E: Yes. Με την οικογένειά σου;

M: Τις περισσότερες φορές.

E: Με τους συμμαθητές σου;

M: Ε ναι.

E: Και προτιμάς τις κλήσεις τις τηλεφωνικές, το chat ή τις βιντεοκλήσεις για την επικοινωνία σου;

M: Πιο πολύ chat.

E: Chat. Πόσο συχνά μπαίνεις στο προφίλ των φίλων σου για να ενημερώνεσαι για την καθημερινότητά τους, τις αναρτήσεις τους, τις δημοσιεύσεις τους κι αυτά;

M: Ε, σχεδόν καθόλου.

E: Ό,τι σου βγάζει το newsfeed;

M: Ναι. Άλλη όρεξη τώρα να δω τι κάνουν.

E: Προτιμάς να μαθαίνεις την επικαιρότητα από εφημερίδες, περιοδικά, δηλαδή από τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας ή από το διαδίκτυο και τα social;

M: Ε το διαδίκτυο. Παιδιά του διαδικτύου είμαστε τώρα.

E: Εμπιστεύεσαι τα social media για την αξιοπιστία και την εγκυρότητά τους;

M: Σε κάποιες περιπτώσεις πιστεύω πως ναι.

E: Σου φαίνονται πιο αξιόπιστα τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας σε σχέση με τα social media ή τα social media είναι πιο αξιόπιστα;

M: Πιο αξιόπιστα πιστεύω είναι τα παραδοσιακά.

E: Τα παραδοσιακά ε; Οι φίλοι σου, οι ακόλουθοί σου από ποιο χώρο προέρχονται συνήθως; Από το σχολείο, απ' το οικογενειακό σου περιβάλλον, απ' το φιλικό σου περιβάλλον;

M: Ναι, απ' το φιλικό μου περιβάλλον, οικογενειακό.

E: Και από το σχολείο;

M: Ε, ναι.

E: Ωραία. Στέλνεις αιτήματα φιλίας σε αγνώστους;

M: Όχι.

E: Αποδέχεσαι αιτήματα φιλίας από αγνώστους;

M: Όχι, τους αφήνω μόνο να με ακολουθούν αυτοί. Παραπάνω followers.

E: Αλήθεια; Σωστός. Άρα δεν αποδέχεσαι αλλά εντάξει, πώς σε ακολουθούν; Στο Insta ας πούμε...

M: Στο Insta πόσοι;

E: Όχι πόσοι, πώς; Θα αποδεχθείς το αίτημά τους όταν θα στο στείλουν, απλά δεν τον κάνεις ακόλουθο.

M: Τον κάνω ακόλουθο αλλά εγώ δεν τον ακολουθώ.

E: Ναι, σωστά όντως. Άρα λοιπόν αποδέχεσαι τα αιτήματα, αλλά δεν στέλνεις εσύ. Έξυπνο! Και κατά πόσο σε επηρεάζει η φωτογραφία προφίλ ενός αγνώστου στο αν θα δεχτείς ή αν θα στείλεις εσύ ένα αίτημα φιλίας;

M: Σε μεγάλο βαθμό.

E: Σε μεγάλο βαθμό. Και επηρεάζεται η συμπεριφορά σου απέναντι σε κάποιον διαδικτυακό σου φίλο όταν συμφωνείς ή διαφωνείς με κάποια ανάρτησή του; Δηλαδή αν εμείς είμαστε φίλοι κι εγώ ανεβάσω κάτι ρε παιδί μου και πεις τώρα

αυτή τι ανέβασε τώρα, και δε συμφωνείς καθόλου, είναι ένα περιεχόμενο με το οποίο είσαι εντελώς αντίθετος, αυτό θα επηρεάσει και τη μεταξύ μας σχέση στην πραγματικότητα;

M: Όχι.

E: Όχι. Χρησιμοποιείς τα social media, όταν θέλεις να πλησιάσεις φιλικά ή συναισθηματικά κάποιο άτομο;

M: Ναι, προφανώς.

E: Ναι, ε; Με ποιο τρόπο τα χρησιμοποιείς;

M: Με μηνύματα.

E: Με μηνύματα.

M: Στέλνεις μηνύματα.

E: Στο chat. Πότε νιώθεις μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση, όταν επικοινωνείς μέσω social media ή στη δια ζώσης;

M: Social media.

E: Μάλιστα..

M: Πιστεύω όλοι.

E: Μπορεί.. Όταν βγουν τα αποτελέσματα της έρευνας θα μάθουμε τελικά! Πότε εκφράζεις πιο εύκολα τα συναισθήματά σου, είτε θετικά είτε αρνητικά, όταν επικοινωνείς μέσω social media ή στη δια ζώσης επικοινωνία;

M: Στη δια ζώσης.

E: Κι όταν προκύπτει κάποιο ζήτημα, κάποιο πρόβλημα το οποίο πρέπει να λυθεί, προτιμάς να το συζητήσεις μέσω social media ή δια ζώσης;

M: Ανάλογα το πρόβλημα τώρα, αν είναι σημαντικό ή όχι.

E: Αν είναι σημαντικό, πώς προτιμάς να το συζητήσεις;

M: Αν είναι σημαντικό από κοντά, αν είναι τι θα φάμε σήμερα...

E: Εντάξει σωστά.. Λοιπόν, οι γονείς σου έχουν λογαριασμό σε κάποια πλατφόρμα;

M: Ναι.

E: Ακολουθείτε ο ένας τον άλλο;

M: Ναι.

E: Ναι. Τους έχεις βάλει περιορισμό, έτσι; Δε βλέπουνε τίποτα; (γέλιο)

M: Ναι, παντού. (γέλιο)

E: Το φαντάζομαι! Έχει τύχει ποτέ να σου κάνουν κάποια παρατήρηση σε περίπτωση που είδαν κάποια ανάρτησή σου και δεν συμφωνούν ή ανέβασες κάτι;

M: Όχι.

E: Όχι. Τέλεια. Χρησιμοποιείς τα social media με τους συμμαθητές σου ή και με τους καθηγητές σου για να συζητήσετε κάποια θέματα που αφορούν στο σχολείο;

M: Ναι, αρκετές φορές.

E: Έχετε ας πούμε ομαδικές;

M: Ναι.

E: Σε περίπτωση που έχεις ή είχες επηρεάζουν οι αναρτήσεις σας τη μεταξύ σας σχέση;

M: Πιστεύω πως ναι. Είναι άλλη φάση αυτό, όχι φίλοι.

E: Έχει οδηγήσει ποτέ κάποια συμπεριφορά στα social media σε τσακωμό ή ακόμα και σε χωρισμό; Δηλαδή να έχετε κάποια συμπεριφορά που δεν άρεσε είτε σε εσένα είτε στην κοπέλα σου και τσακωθήκατε ρε παιδί μου ή και χωρίσατε.

M: Απ' τα social;

E: Στα social, η συμπεριφορά σας να είναι στα social.

M: Όχι.

E: Περιγράψε μου τον εαυτό σου με 5 λέξεις; Με 3, με 2, δεν μας πειράζει, με όσες θες.

M: Αυτό είναι το πιο δύσκολο από όλα μέχρι στιγμής.

E: Αυτό πολύ σας δυσκολεύει όλους.

M: Λοιπόν, έξυπνο, όμορφο και λίγο ώρες ώρες... νευρικό.. Αλλά πώς το λένε το άλλο, με μία λέξη; Που σε πιάνει λίγο η τρέλα σου και κάνεις χαζομάρες;

E: Αυθόρμητος εννοείς;

M: Αυθόρμητο, ναι.

E: Οκ. Αυτό τώρα που μου περιέγραψες φαίνεται στα social media που έχεις, δηλαδή στο προφίλ σου υπάρχει κάποια αντιστοιχία;

M: Στα social;

E: Δηλαδή αν μπω τώρα στο Instagram σου ανταποκρίνεται αυτό που θα δω στα social με αυτό που μου περιέγραψες;

M: Τα stories ας πούμε;

E: Ε απ' τα stories και απ' τις αναρτήσεις σου, γενικότερα από τη δράση σου.

M: Μόνο οι φίλοι μου μπορούν να καταλάβουν, ότι ανταποκρίνεται γιατί μόνο στενούς τα βάζω.

E: Ωραία, φαίνεται όμως ο χαρακτήρας σου, η προσωπικότητά σου. Υπάρχουν στοιχεία της ταυτότητάς σου ή της εικόνας σου που εσκεμμένα τα παραποιείς; Δηλαδή για παράδειγμα η καταγωγή σου, η ηλικία σου, τέτοια.

M: Όχι.

E: Όταν κάποιος ακόλουθος ή φίλος σου αναρτήσει κάτι το οποίο σε αφορά, μια φωτογραφία για παράδειγμα, θα ήθελες πρώτα να το ελέγξεις και να το εγκρίνεις ή δε χρειάζεται;

M: Επειδή πιο πολύ ας πούμε, στο να είμαι κι εγώ μέσα για παράδειγμα;

E: Ναι. Σε μια φωτογραφία.

M: Πιο πολύ επειδή τα στέλνουν κι από μόνοι τους, εντάξει δεν έχω πρόβλημα.

E: Ωραία, όταν ανεβάζεις κάποια φωτογραφία χρησιμοποιείς φίλτρα;

M: Όχι. Εγώ είμαι αγόρι, δεν είμαι (...)

E: Έλα ρε συ..! (γέλιο)

M: κορίτσι τώρα (...)

E: Γιατί; Και τα αγόρια χρησιμοποιούν. Λοιπόν, σε περίπτωση που αναρτήσεις κάτι και δεν έχει την ανταπόκριση που θες, θα την κατεβάσεις αυτή τη δημοσίευση;

M: Όχι, γιατί δεν με ενδιαφέρει τα likes.

E: Επηρεάζει όμως την αυτοπεποίθησή σου η ανταπόκριση στις δημοσιεύσεις σου, δηλαδή αν ανεβάσεις ας πούμε ένα story και το δούνε 2000 άνθρωποι ή άμα δεν το δει κανένας (...)

M: Άμα δεν το δει αυτός που θέλω να το δει, δε με νοιάζει.

E: Δε σε νοιάζει. Εντάξει, κατάλαβα τι εννοείς! Αρκεί να το δει αυτός που θες, λες. Από ποιο μέσο συνήθως ενημερώνεσαι για τις εξελίξεις στη μόδα, σε προϊόντα τεχνολογίας, κλπ; Τα παραδοσιακά μέσα ή το διαδίκτυο και τα social;

M: Το διαδίκτυο.

E: Συμβουλευέσαι τις τάσεις της μόδας γενικότερα όταν θες να πας να κάνεις τα ψώνια σου για ρούχα, παπούτσια, τέτοια πράγματα;

M: Όχι, άμα μ' αρέσει θα το πάρω.

E: Ακολουθείς κάποιες διασημότητες στα social media;

M: Ναι.

E: Για πες μου μερικούς.

M: Ο Messi, ο Ronaldo (...)

E: Α, εντάξει, αθλητικού περιεχομένου. Αντιγράφεις καθόλου το στιλ τους το προσωπικό;

M: Όχι, δεν (...)

E: Αγοράζεις προϊόντα που διαφημίζουνε;

M: Ούτε. Δεν είμαι τέτοιος τύπος γενικά.

E: Α οκ! Για τις αγορές σου προτιμάς τα φυσικά καταστήματα ή το e-shopping;

M: Κοίτα, ανάλογα, ας πούμε αν θέλω να πάρω κάτι που είναι μόνο απ' την Αθήνα, παράδειγμα, θα το πάρω διαδικτυακά.

E: Θα το παραγγείλεις από εκεί. Παρ' όλ' αυτά όμως χρησιμοποιείς και τα φυσικά καταστήματα και τα 2. Έχει τύχει ποτέ να ξοδέψεις περισσότερα χρήματα απ' τον προϋπολογισμό σου ή από αυτά που σου επιτρέπουν οι γονείς σου για να αγοράσεις κάτι που έχει διαφημιστεί πάρα πολύ στα social;

M: Εγώ ποτέ. Ίσα ίσα το αντίθετο. Χωρίς πλάκα.

E: Αλήθεια;

M: Η Κατερίνα η αδερφή μου, αυτή θέλει κάθε τρεις και λίγο ρούχα.

E: Ε εντάξει (γέλιο)

M: Εμένα με παρακαλάει ίσα ίσα η μάνα μου να πάω να πάρω.

E: Αλήθεια; Και της λες όχι;

M: Βαριέμαι, γι' αυτό.

E: Έχεις έρθεις ποτέ αντιμέτωπος με κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα social; Cyberbullying, τέτοια πράγματα;

M: Τσου

E: Άρα λοιπόν δεν χρειάστηκε να συζητήσεις κάτι. Σε περίπτωση που αντιμετώπιζες όμως κάποια κακοποιητική συμπεριφορά, ρητορική μίσους κι όλα αυτά με ποιον θα το συζητούσες πρώτα;

M: Με τους φίλους μου.

E: Κι αν ήταν κάτι πάρα πολύ σοβαρό θα έκανες κάποια καταγγελία στη δίωξη ηλεκτρονικού εγκλήματος;

M: Πόσο σοβαρό ας πούμε;

E: Κάτι τέλος πάντων που να σε στεναχωρεί, να σου δημιουργεί άγχος, απειλές για τη ζωή σου, δηλαδή κάτι το οποίο ήταν πραγματικά ένα βαρύ περιστατικό.

M: Ε ναι.

E: Κατ' εξακολούθηση να απειλείσαι;

M: Ε ναι.

E: Πολύ χαίρομαι που θα το έκανες. Εσύ έχεις υπάρξει θύτης ποτέ, αναπτύσσοντας κάποια κακοποιητική συμπεριφορά;

M: Όχι.

E: Έχεις ενημερωθεί ποτέ για την ασφαλή πλοήγηση στο διαδίκτυο από τους γονείς σου;

M: Ε ναι, μου έχουν πει.

E: Πολύ ωραία.. Από το σχολείο;

M: Από το σχολείο, κάτι έχουμε πει.

E: Έχετε συζητήσει.

M: Ναι, έχουμε συζητήσει αλλά εντάξει όχι (...)

E: Ωραία. Και πώς θα περιέγραφες τη σχέση σου με τα social media γενικά;

M: Επειδή εντάξει, είμαστε και τα παιδιά ας πούμε που είναι της τεχνολογίας τώρα με όλα αυτά είναι ας πούμε στο κινητό για παράδειγμα, είναι όλη μας η κάθε μέρα, ας πούμε επικοινωνία, το ένα το άλλο, να μαθαίνουμε τα νέα.

E: Και αν ας πούμε δεν υπήρχε Ίντερνετ και δεν υπήρχαν social media, πώς φαντάζεσαι τη ζωή σου;

M: Στο μέλλον για παράδειγμα, ή (...);

E: Γενικότερα, πες ότι αύριο κάτι συμβαίνει και μένουμε χωρίς social media, τι θα κάνουμε; Πώς θα ζήσουμε; Πώς θα επιβιώσουμε;

M: Ε οι πρώτες μέρες θα είναι δύσκολες προφανώς αλλά μετά, είναι όλα στη συνήθεια.

E: Σ' ευχαριστώ πολύ για το χρόνο σου. Καλή συνέχεια!

M: Εγώ ευχαριστώ πολύ.

ΑΝΔΓ2

E: Έχεις λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης;

M: Ναι, σε πολλά.

E: Για πες μου.

M: Στο Instagram, στο Facebook, στο Snapchat, στο Discord, αυτά.

E: Το Discord το λένε όλοι, δεν ξέρω, δεν έχω ιδέα τι είναι. Ένα Discord και ένα Reddit έχω ακούσει.

M: Ναι, και στο Reddit έχω.

E: TikTok;

M: Έχω και στο TikTok ναι.

E: Ε εντάξει. Ποιο χρησιμοποιείς πιο συχνά;

M: Ε, το Instagram και το TikTok.

E: Χρησιμοποιείς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για την καθημερινή σου επικοινωνία με τους φίλους σου;

M: Εννοείται.

E: Με την οικογένειά σου;

M: Ναι, αλλά όχι τόσο.

E: Οκ, και με τους συμμαθητές σου;

M: Ναι.

E: Προτιμάς τις τηλεφωνικές κλήσεις, το chat ή τις βιντεοκλήσεις για την επικοινωνία σου στα social;

M: Τις βιντεοκλήσεις.

E: Βιντεοκλήσεις. Γιατί;

M: Γιατί είναι ό,τι πιο κοντινό στη δια ζώσης επαφή.

E: Ποσό συχνά μπαίνεις εσύ στο προφίλ των φίλων σου για να ενημερώνεσαι για την καθημερινότητά τους, για τις αναρτήσεις τους, τις δημοσιεύσεις τους κλπ;

M: Ανά 2-3 μέρες.

E: Προτιμάς να μαθαίνεις την επικαιρότητα από εφημερίδες, περιοδικά, ραδιόφωνο, τα παραδοσιακά μέσα ή από το διαδίκτυο;

M: Εννοείται προτιμώ το διαδίκτυο.

E: Γιατί;

M: Γιατί τώρα στην καθημερινότητά μας έχουμε πλέον όλη μέρα τις συσκευές μας στα χέρια και είναι και πιο εύκολο.

E: Εμπιστεύεσαι τα social media όσον αφορά την αξιοπιστία και την εγκυρότητά τους;

M: Εννοείται, γι' αυτό και δεν τα χρησιμοποιώ.

E: Τα εμπιστεύεσαι ε;

M: Όχι, δεν τα εμπιστεύομαι.

E: Α, όχι δεν τα εμπιστεύεσαι. Οι φίλοι σου, οι ακόλουθοί σου από ποιο χώρο προέρχονται συνήθως; Σχολείο, οικογένεια;

M: Ε, από την πόλη μου και περισσότερο σχολείο και παρέες, φίλοι.

E: Στέλνεις αιτήματα φιλίας σε αγνώστους;

M: Όχι.

E: Αποδέχεσαι αιτήματα φιλίας από αγνώστους;

M: Όχι.

E: Άρα λοιπόν, δεν σε επηρεάζει σε κάτι η φωτογραφία προφίλ ενός αγνώστου, είτε ας πούμε σου φαίνεται συμπαθής είτε όχι, εσύ δεν πρόκειται να αποδεχθείς ένα αίτημα;

M: Αν δεν έχουμε καμία κοινή επαφή, όχι.

E: Σε περίπτωση όμως που έχεις κοινές επαφές κι έχεις αρκετούς γνωστούς θα μπορούσες να αποδεχθείς ένα αίτημα φιλίας από άγνωστο, υπό προϋποθέσεις.

M: Ε, ναι αυτό συχνά γίνεται.

E: Άρα αποδέχεσαι αιτήματα φιλίας υπό προϋποθέσεις.

M: Ε, ναι αλλά όχι από αγνώστους, που δεν έχω καμία κοινή επαφή.

E: Ωραία, το διευκρινίσαμε. Γιατί καταλαβαίνω τι λες. Κι εμένα αν με ρωτήσει κάποιος αν αποδέχομαι αιτήματα φιλίας, θα πω «όχι, δεν αποδέχομαι» αλλά όμως όταν μπω και δω ότι έχουμε 500 γνωστούς σημαίνει ότι μπορεί και κάπου να συναντηθήκαμε κάπου να γνωριστήκαμε και να μην το θυμάμαι.

M: Ναι αυτό. Απλά δεν τον κάνω φίλο μου.

E: Επηρεάζεται η συμπεριφορά σου απέναντι σε κάποιον διαδικτυακό σου φίλο όταν συμφωνείς ή διαφωνείς με τις αναρτήσεις του;

M: Όχι τόσο θα έλεγα.

E: Χρησιμοποιείς τα social media όταν θες να πλησιάσεις φιλικά ή συναισθηματικά κάποιο άτομο;

M: Ναι, έχει τύχει αρκετές φορές.

E: Με ποιο τρόπο;

M: Με μηνύματα, αντιδράσεις σε φωτογραφίες.

E: Πότε νιώθεις μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση, όταν επικοινωνείς μέσω social media ή στη δια ζώσης επαφή;

M: Στη δια ζώσης επαφή.

E: Και πότε εκφράζεις πιο εύκολα τα συναισθήματά σου, στα social media ή στη δια ζώσης;

M: Στη δια ζώσης.

E: Κι όταν προκύπτει κάποιο πρόβλημα που θέλεις να λύσεις;

M: Καλύτερα από κοντά, δια ζώσης.

E: Οι γονείς σου έχουν λογαριασμό σε κάποια πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης;

M: Ναι, σε πολλές.

E: Σε πολλές; Ακολουθείτε ο ένας τον άλλο;

M: Ναι, δυστυχώς. (γέλιο)

E: Δυστυχώς; Γιατί;

M: Όχι, για πλάκα το είπα.

E: Έχει τύχει ποτέ να σου κάνουν κάποια παρατήρηση για κάποια ανάρτησή σου ή κάτι που δεν τους άρεσε;

M: Δεν μου έχει τύχει ποτέ.

E: Χρησιμοποιείς τα social media με τους συμμαθητές σου ή και τους καθηγητές σου για να συζητάτε θέματα του σχολείου;

M: Ναι, αρκετές φορές.

E: Έχετε γκρουπάκι μεταξύ σας οι συμμαθητές;

M: Ομαδικές, ναι.

E: Σε περίπτωση που έχεις, είχες κάποια στιγμή σύντροφο επηρεάζαν ή επηρεάζουν οι αναρτήσεις τη μεταξύ σας σχέση;

M: Στη μεταξύ μας σχέση θεωρώ όχι τόσο.

E: Έχει οδηγήσει κάποια συμπεριφορά σας στα social media σε κάποιο τσακωμό ή σε ρήξη, ακόμα και σε χωρισμό;

M: Από μηνύματα ή από ανάρτηση;

E: Γενικά, να παρατηρήσεις κάτι ας πούμε στη συμπεριφορά της συντρόφου σου ή να παρατηρήσει αυτή κάτι σε εσένα και να μην της αρέσει και τέλος πάντων να δημιουργηθεί κάποια ένταση μεταξύ σας.

M: Α, ναι.

E: Μάλιστα. Για περιγράψέ μου λίγο τον εαυτό σου με 5 λέξεις; Με 3, 4, 10, όσες θες, δε βάζω περιορισμό.

M: Ενέργεια, ποδόσφαιρο.

E: Ποδόσφαιρο. Πού παίζεις;

M: Στον Βατανιακό.

E: Ωραία! Πήρατε και το πρωτάθλημα πέρσι. Συγχαρητήρια! Και για πες μου.. Αυτό το προφίλ που παρουσιάζεις, ότι έχεις πολλή ενέργεια, ότι παίζεις ποδόσφαιρο, για πες μου κανένα χαρακτηριστικό σου ακόμα...

M: Σε τι; Για τον εαυτό μου;

E: Για τον εαυτό σου.

M: Εγωισμός, τοξικότητα.

E: Τοξικότητα; Μάλιστα..

M: Χιούμορ, αυτά.

E: Αυτό το προφίλ που παρουσιάζεις τώρα στα social media έχει κάποια σχέση με αυτό που μου περιέγραψες τώρα;

M: Ναι.

E: Ναι, ε; Υπάρχουν στοιχεία της ταυτότητάς σου ή της εικόνας σου που παραποιείς στα social; Καταγωγή, ηλικία (...);

M: Δεν έχω παραποιήσει κάτι ποτέ.

E: Αν κάποιος ακόλουθος ή φίλος σου αναρτήσει κάτι στα social που σε αφορά, μια φωτογραφία, ή τίποτα άλλο, θα ήθελες να το εγκρίνεις πρώτα;

M: Θα ήθελα να το εγκρίνω, ναι.

E: Όταν ανεβάζεις φωτογραφίες σου χρησιμοποιείς φίλτρα ή όχι;

M: Όχι.

E: Γιατί;

M: Δεν τα χρειάζομαι. (γέλιο)

E: Είναι μετριόφρων, πολύ ωραία (γέλιο). Σε περίπτωση που αναρτήσεις κάτι και δεν έχει την ανταπόκριση που θέλεις, θα την κατεβάσεις αυτή τη δημοσίευση ή θα την αφήσεις όπως έχει;

M: Ε, σπάνια, άμα πάει πάρα πολύ άκλαυτη ναι.

E: Άμα πάει άκλαυτη ναι ε;

E: Επηρεάζει την αυτοπεποίθησή σου η ανταπόκριση στις δημοσιεύσεις σου, αν ας πούμε μαζέψεις πολλά likes;

M: Ε ναι, με εκτοξεύει ναι.

E: Αν συμβεί το αντίθετο σου χαλάει φαντάζομαι τη διάθεση;

M: Χμμ (έγνεψε καταφατικά το κεφάλι του)

E: Από ποιο μέσο συνήθως ενημερώνεσαι για τις εξελίξεις τόσο στη μόδα όσο και στα προϊόντα τεχνολογίας;

M: Απ' το διαδίκτυο.

E: Διαδίκτυο. Συμβουλεύεσαι τις τάσεις της μόδας όταν θες να πας να κάνεις τα ψώνια σου;

M: Συμβουλεύομαι αλλά δεν με επηρεάζουν πάρα πάρα πολύ. Έχω τη δική μου άποψη.

E: Ακολουθείς διασημότητες στα social;

M: Ναι.

E: Για πες μου μερικούς.

M: Τον Ronaldo.

E: Α τον Ronaldo.

M: Τον Κοψιάλη, τον ΠΑΟΚ και παίκτες του ΠΑΟΚ.

E: Εντάξει. Τους αντιγράφεις;

M: Όχι.

E: Δεν προσπαθείς να αντιγράψεις το στιλ τους ούτε το συλ τους σαν αθλητές;

M: Όχι. Στο γήπεδο μόνο.

E: Μόνο στο γήπεδο. Κι αυτό είναι. Άρα προσπαθείς σε κάποιο βαθμό να αντιγράψεις κάτι, μπορεί να μην είναι το ντύσιμο ή το στιλ του αλλά όμως σε επηρεάζει ακόμη και το στιλ του παιχνιδιού.

M: Ναι.

E: Αγοράζεις προϊόντα που είτε διαφημίζουν είτε χρησιμοποιούνε;

M: Λίγες φορές. Σπάνια.

E: Για τις αγορές σου προτιμάς τα φυσικά καταστήματα ή το e- shopping;

M: Τα φυσικά καταστήματα.

E: Έχει τύχει ποτέ να ξοδέψεις περισσότερα χρήματα από τον προϋπολογισμό σου ή από αυτά (...)

M: Όχι, όλα η αδερφή τα ξοδεύει, γι' αυτό. (γέλιο)

E: Α πολύ ωραία..! Έχεις έρθεις ποτέ αντιμέτωπος με κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα social media;

M: Όχι.

E: Άρα δεν χρειάστηκε να συζητήσεις κάτι ούτε ενημέρωσες στους γονείς σου για κάτι...

M: Όχι, όχι, δεν έχει τύχει, ευτυχώς...

E: Αν όμως αντιμετώπιζες όμως κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα social media ποιον θα το συζητούσες πρώτα;

M: Ε πρώτ' απ' όλα με την οικογένειά μου και με τους φίλους μου.

E: Θα έκανες κάποια καταγγελία στη δίωξη ηλεκτρονικού εγκλήματος αν ήταν κάτι πολύ σοβαρό;

M: Όχι, θα το έλυνα με τον δικό μου τρόπο.

E: Θα το έλυνες με τον δικό σου τρόπο. Οκ. Έχεις υπάρξει θύτης, αναπτύσσοντας κάποια κακοποιητική συμπεριφορά εσύ;

M: Απ' το διαδίκτυο; Όχι.

E: Από κοντά;

M: Όχι.

E: Έχεις ενημερωθεί ποτέ για την ασφαλή πλοήγηση στο διαδίκτυο και για τα social media απ' την οικογένειά σου;

M: Ναι.

E: Απ' το σχολείο;

M: Εννοείται, εντάξει.

E: Και ποια είναι η σχέση σου με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

M: Ε, τα χρησιμοποιώ στην καθημερινότητά μου πάρα πολύ, φουλ αλλά δεν με επηρεάζουν πάρα πολύ ψυχολογικά, μόνο όταν επηρεάζομαι, επηρεάζομαι θετικά, γιατί αρνητικά δεν (...)

E: Οκ. Και πώς φαντάζεσαι τη ζωή σου χωρίς τα social media, πώς πιστεύεις ότι θα είναι;

M: Θα έχει και τις αρνητικές, θα έχει και τις θετικές πτυχές του αυτό.

E: Θα ήτανε καλύτερη, θα ήτανε χειρότερη, περίεργη, δύσκολη...

M: Από τη μία θα ήταν σίγουρα δύσκολη και περίεργη, από την άλλη θα με βοηθούσε σε άλλα πράγματα.

E: Όπως;

M: Όπως να γνωρίσω καλύτερα τον εαυτό μου, να μην εξαρτώμαι ουσιαστικά τόσο πολύ απ' τα διαδικτυακά μέσα.

E: Τέλεια. Σ' ευχαριστώ πολύ.

M: Κι εγώ. Καλή συνέχεια.

ΑΠΔΑ2

E: Έχεις λογαριασμό σε κάποιο social media μου είπες. Σε ποιο ή σε ποια; Έχεις σε περισσότερα;

M: Instagram, TikTok και Discord, το Discord αλλά το Discord δεν το χρησιμοποιώ και τόσο.

E: Αυτό τι είναι που μου το λένε όλοι και εγώ δεν έχω ιδέα;

M: Ε, είναι σαν το Messenger κάπως που μπορείς ξέρω 'γω να στέλνεις εικόνες, βιντεάκια και τέτοια.

E: Είναι σαν τα Viber και τα WhatsApp κι αυτά; Είναι αυτής της φιλοσοφίας;

M: Ναι, ναι, ναι, μπαίνεις, κλήσεις, μηνύματα, αυτά.

E: Σήμερα το έμαθα πρώτη φορά. Ποιο χρησιμοποιείς πιο συχνά;

M: Κυρίως, όχι μόνο ένα, το Instagram και το TikTok.

E: Αυτά τα δύο, τέλεια. Χρησιμοποιείς τα social media για την καθημερινή σου επικοινωνία με τους φίλους σου;

M: Ναι.

E: Με την οικογένειά σου;

M: Όχι τόσο συχνά.

E: Όχι τόσο συχνά. Με τους συμμαθητές σου;

M: Σπάνια, άμα δεν ξέρω τι μαθήματα έχουμε για την επόμενη μέρα.

E: Ωραία. Προτιμάς τις κλήσεις, το chat ή τις βιντεοκλήσεις για την επικοινωνία σου;

M: Ε, αναλόγως την περίπτωση. Αν είναι για κάτι σημαντικό θα προτιμούσα την κλήση αλλά αν είναι για κάτι ασήμαντο ή λιγότερο σημαντικό, τα μηνύματα.

E: Τέλεια. Και πόσο συχνά μπαίνεις στο προφίλ των φίλων σου για να ενημερώνεσαι για την καθημερινότητά τους;

M: Στα προφίλ δεν μπαίνω γιατί δεν με ενδιαφέρει τόσο πολύ η προσωπική ζωή του καθενός απλά βλέπω αυτά που έχει ανεβάσει, όταν τα ανεβάζουν.

E: Στα newsfeed και στα stories και τα γνωστά. Προτιμάς να μαθαίνεις την επικαιρότητα από εφημερίδες, περιοδικά, ραδιόφωνο, απ' αυτά που λέμε δηλαδή τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας ή από το διαδίκτυο και τα social media;

M: Θα προτιμούσα από τα social media και όχι απ' τις εφημερίδες και τα σχετικά...

E: Γιατί;

M: Μου αρέσουν πιο πολύ τα πράγματα όταν είναι απλά και κατανοητά παρά να μιλάνε πολύ και να έχουν δύσκολες λέξεις.

E: Εμπιστεύεσαι όμως τα social media όσον αφορά την αξιοπιστία και την εγκυρότητά τους;

M: Όχι, γιατί εκεί πέρα ο καθένας μπορεί να ανεβάζει ό,τι θέλει ή να είναι κάτι άλλο απ' αυτό που δείχνει.

E: Άρα λοιπόν θεωρείς ότι τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας είναι πιο αξιόπιστα απ' τα social media και το διαδίκτυο;

M: Πιστεύω ότι και τα 2 είναι το ίδιο γιατί μπορεί σε κάποια εφημερίδα ή σε κάποιο site αντίστοιχα η πληροφορία που μας δίνει να είναι ψεύτικη και έτσι να δημιουργήσουν κάποια σκάνδαλα.

E: Άρα λοιπόν και τα 2 θεωρείς ότι δεν, τα μέσα επικοινωνίας γενικά έχουν ασ πούμε θέματα εγκυρότητας και αξιοπιστίας, δεν είναι ούτε τα μεν ούτε τα δε. Οι φίλοι, οι ακόλουθοί σου από ποιο χώρο προέρχονται συνήθως; Από το σχολείο, από την οικογένεια σου, από το φιλικό σου περιβάλλον;

M: Οι περισσότεροι είναι οι συμμαθητές μου, είτε από εδώ είτε από τη Λέσβο.

E: Α έχεις καταγωγή από τη Λέσβο;

M: Όχι, πήγαμε εκεί πέρα επειδή ο πατέρας μου είναι στρατιωτικός και τον έστειλαν...

Γ: Και ο μπαμπάς μου ήταν στρατιωτικός. Έχει αποστρατευθεί βέβαια..

M: Είναι λίγο δύσκολα, αλλά εντάξει...

E: Πολύ.

M: Είτε από κει, συγγενείς όχι και τόσο, αλλά είναι σχετικά ένα πολύ μικρό ποσοστό και φίλοι.

E: Και φίλοι σου. Στέλνεις αιτήματα φιλίας σε αγνώστους;

M: Όχι.

E: Δέχεσαι αιτήματα φιλίας από αγνώστους; Αν τα αποδέχεσαι, δηλαδή αν κάποιος σου στείλει αίτημα φιλίας κι είναι άγνωστος, υπάρχει περίπτωση να τον δεχτείς;

M: Άμα τον ξέρουν οι φίλοι μου, δηλαδή βλέπω από κάπου...

E: Αν έχετε κοινούς γνωστούς ε;

M: Τότε ίσως αλλά αν δεν τότε όχι.

E: Κατά πόσο σε επηρεάζει η φωτογραφία του προφίλ που έχει ένας άγνωστος στο αν θα τον αποδεχθείς ή όχι;

M: Πιστεύω ότι η εικόνα σε ένα προφίλ είναι γενικά η πρώτη εντύπωση για το προφίλ δηλαδή αν μπορεί να καταλάβει αν αυτός ενδιαφέρεται ή ανεβάζει ό,τι να 'ναι, αυτό.

E: Άρα λοιπόν βλέποντας την εικόνα του απ' το προφίλ του και γενικότερα το προφίλ του έτσι πώς είναι, μπορείς να πεις ότι αυτός ας πούμε εντάξει, δεν φαίνεται περιέργος τύπος, μπορώ να τον αποδεχθώ, ή είναι της ηλικίας μου, ή κάτι τέτοιο, θα μπορούσε να, σε επηρεάζει δηλαδή, σου δίνει μια πρώτη εικόνα του τι περίπου μπορεί να είναι αυτός ο άνθρωπος.

M: Το τι μπορεί να είναι όχι ακριβώς, αλλά το τι περιεχόμενο έχει το προφίλ.

E: Το περιεχόμενο. Τέλεια. Επηρεάζεται η συμπεριφορά σου απέναντι σε κάποιον διαδικτυακό σου φίλο όταν συμφωνείς ή διαφωνείς με κάποια ανάρτησή του;

M: Αναλόγως τι είναι αυτή η ανάρτηση, ας πούμε αν είναι κάποιο πρόβλημα που αφορά την κοινωνία τότε ίσως επηρεαστεί, πολύ ελάχιστα αλλά άμα είναι καμιά χαζομάρα ξέρω 'γω που θα αναρτήσει, κάτι ξέρω 'γω πχ για, τώρα πώς... πχ, να σας δώσω να καταλάβετε, κάποια τρομοκρατική οργάνωση που δεν υποστηρίζω, τότε τον ξεκόβω κατευθείαν γιατί δεν συμφωνώ...

E: Χρησιμοποιείς τα social media όταν θέλεις να πλησιάσεις φιλικά ή συναισθηματικά κάποιο άτομο;

M: Απ' τα social media όχι τόσο πολύ, πιο πολύ το κάνω στον έξω κόσμο.

E: Δια ζώσης;

M: Απλά από κει κατά κάποιο τρόπο το συνεχίζω μέχρι να πω σε έναν φίλο ή σε μια κοπέλα που μου αρέσει να βγούμε και μετά....

E: Άρα λοιπόν σε κάποιο βαθμό τα χρησιμοποιείς και τα social media έτσι στην αρχή, μέχρι να έχεις κι ένα θάρρος μετά να συζητήσεις κάτι παραπάνω ή να βρεθείς τέλος πάντων με τον άνθρωπο ή με την κοπέλα που σε ενδιαφέρει. Και πότε νιώθεις μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση, όταν επικοινωνείς μέσω των social media ή στη δια ζώσης επαφή;

M: Στην αρχή, βασικά πριν κάποιο καιρό απ' τα μηνύματα αλλά τώρα πιο πολύ δια ζώσης.

E: Όσο μεγαλώνεις λοιπόν θεωρείς ότι η δια ζώσης είναι καλύτερα;

M: Ναι.

E: Και πότε εκφράζεις πιο εύκολα τα συναισθήματά σου, είτε αυτά είναι θετικά είτε αρνητικά, όταν χρησιμοποιείς και επικοινωνείς στα social media ή στη δια ζώσης επικοινωνία;

M: Δια ζώσης γιατί από τα μηνύματα ποτέ κανείς δεν μπορεί να καταλάβει τι θέλει να πει ο άλλος.

E: Όταν λοιπόν προκύπτει κάποιο πρόβλημα, κάποιο ζήτημα που πρέπει να επιλυθεί, κάτι που πρέπει να το συζητήσεις, προτιμάς τα social media ή τη δια ζώσης;

M: Αναλόγως τι θα είναι αυτό, αν είναι κάτι σημαντικό και θα πάρει πολλή ώρα τότε προτιμώ τη δια ζώσης γιατί δεν θα περιμένω μέχρι να μου στείλει ο άλλος ολόκληρο κατεβατό αλλά αν είναι για ένα μικρό θέμα και τα μηνύματα δεν με χαλάνε.

E: Οι γονείς σου έχουν λογαριασμό σε κάποιο social media;

M: Ο μπαμπάς μου έχει Viber και Instagram, η μάνα μου Viber και η αδερφή μου Instagram, TikTok και Snap Chat.

E: Α, ωραία λοιπόν, άρα έχουνε. Ακολουθείτε ο ένας τον άλλο;

M: Ναι.

E: Πολύ ωραία. Έχει τύχει ποτέ οι γονείς σου, ο μπαμπάς σου όπως λες που έχει Instagram και ακολουθείτε ο ένας τον άλλο, να σου κάνουν κάποια παρατήρηση σχετικά κάποια ανάρτησή σου ή κάτι που είδε ας πούμε και δεν του άρεσε, σε

κάποια συμπεριφορά σου ή κάτι που ανήρτησες για παράδειγμα, κάτι που δημοσίευσες;

M: Όχι.

E: Χρησιμοποιείς τα social media με τους συμμαθητές σου ή και με τους καθηγητές σου όταν θέλετε να συζητήσετε κάτι που αφορά το σχολείο; Έχετε ας πούμε κάποιο γκρουπάκι οι συμμαθητές μεταξύ σας ή και με τους καθηγητές σου;

M: Έχουμε μια ομαδική με τους συμμαθητές μου για τα μαθήματα αλλά γι' αυτό που είπατε για τα σχολεία κι αυτά όχι, δεν έχει τύχει.

E: Οι καθηγητές σας δεν συμμετέχουν σε κάτι ας πούμε, δεν...

M: Όχι, όχι.

E: Σε περίπτωση που έχεις ή είχες κάποια στιγμή σύντροφο επηρεάζαν ή επηρεάζουν οι αναρτήσεις τη μεταξύ σας σχέση; Οι αναρτήσεις σας στα social media;

M: Κατά, προσωπικά εμένα δεν με επηρεάζει κάπως αυτό απλά όταν ξέρω γω είναι 2 άνθρωποι σε σχέση και η άλλη ανεβάζει κάτι διάφορα με στιχάκια, χαζομάρες και τέτοια ο άλλος μπορεί να καταλάβει διάφορα και έτσι υπάρχει μια σύγκρουση.

E: Εσένα όμως προσωπικά δεν σε επηρεάζει, δεν έχει τύχει ποτέ και σε παλιότερη σχέση σου να δημιουργηθεί κάποιο θέμα για παράδειγμα... σε ρωτάω γιατί η επόμενη ερώτηση είναι... Έχει οδηγήσει ποτέ η συμπεριφορά σε εσένα και τις συντρόφους σου για παράδειγμα στα social media σε ένα τσακωμό, σε ρήξη, σε χωρισμό; Επηρεάζουν λοιπόν τα social media τη μεταξύ σας σχέση, κάποια συμπεριφορά ή κάποια ανάρτηση;

M: Κάποιες φορές ναι, αλλά όχι σε τόσο μεγάλο βαθμό.

E: Όχι σε τόσο μεγάλο βαθμό, τέλεια. Περιγράψέ μου τώρα τον εαυτό σου με 5 λέξεις. Ή και με 3, με όσες θες.

M: Εγωκεντρικός, πειθαρχημένος.

E: Είναι από τον μπαμπά τον στρατιωτικό αυτό μάλλον!

M: Πεισματάρης, πάρα πολύ, και τώρα δε θυμάμαι ποια είναι η λέξη, όταν θέλω κάτι πάω και το παίρνω.

E: Α ωραία, κατάλαβα τι εννοείς. Αυτό τώρα που μου περιγράφεις, έτσι ωραία, πολύ ωραία που μου περιέγραψες τον εαυτό σου, αυτό το προφίλ λοιπόν, αν εγώ

μπω στη σελίδα σου στο Instagram ή στο TikTok θα τα δω αυτά τα χαρακτηριστικά σου;

Μ: Όχι.

Ε: Φαίνεται κάτι άλλο λοιπόν στη σελίδα σου από αυτό που πραγματικά είσαι. Αυτό γίνεται εσκεμμένα ή απλά δεν αποκαλύπτεις όλες τις πτυχές του εαυτού σου εκεί;

Μ: Όχι, δεν τα αποκαλύπτω φυσικά και όλα γιατί πιστεύω ότι όσο πιο περίπλοκο τόσο πιο ενδιαφέρον.

Ε: Υπάρχουν στοιχεία της ταυτότητάς σου ή της εικόνας σου που εσκεμμένα παραποιείς στα social media; Την ηλικία σου, την καταγωγή σου, τέτοια πράγματα. Να τα αποκρύπτεις ή να τα αλλάζεις, να δείχνεις κάτι άλλο από αυτό που ισχύει;

Μ: Μόνο την καταγωγή έχω. Μόνο 2 σημαίες.

Ε: Την καταγωγή σου. Γιατί την καταγωγή σου;

Μ: Ας πούμε εμένα προσωπικά, μ' αρέσει να έχω ένα ωραίο προφίλ και πιστεύω ότι κολλούσε εκεί πέρα για να βάλω...

Ε: Στην καταγωγή σου;

Μ: Ναι.

Ε: Γιατί; Από πού είσαι;

Μ: Είμαι Έλληνας, γεννήθηκα εδώ πέρα απλά η μάνα μου είναι Σουηδέζα.

Ε: Σουηδέζα; Υπέροχα. Είναι ξανθιά, ψηλή, όπως έχουμε όλοι μας στο μυαλό μας το γνωστό στερεότυπο;

Μ: Όχι, όχι.

Ε: Α οκ..

Μ: Και μου έδωσε την ιθαγένεια και πιστεύω ότι είναι ωραίο να ξέρεις ο άλλος από που είναι.

Ε: Υπέροχο εμένα μου φαίνεται αυτό με την καταγωγή. Άρα είσαι μισός Έλληνας, μισός Σουηδός.

Μ: Ναι, άσχετα που δεν έχω πάει ποτέ εκεί πέρα.

Ε: Δεν έχει σημασία. Θα πας. Θα μεγαλώσεις και θα πας.

Μ: Κάποια στιγμή.

Ε: Έχεις οικογένεια εκεί στη Σουηδία;

Μ: Όχι.

E: Άρα η μαμά σου είναι εδώ, δεν έχετε οικογένεια εκεί.

M: Ήταν εκεί όλοι μαζί και μετά ήρθαν εδώ πέρα όλοι μαζί.

E: Α, ήρθαν εδώ πέρα όλοι μαζί. Υπέροχα. Λοιπόν, όταν κάποιος φίλος σου, ακόλουθός σου στα social αναρτήσει κάτι που σε αφορά, για παράδειγμα μια φωτογραφία σου ρε παιδί μου, θα ήθελες να το ελέγξεις πρώτα πριν κάνει αυτή την ανάρτηση ή δεν σε ενδιαφέρει να εγκρίνεις την ανάρτησή του;

M: Εξαρτάται τι θα ανεβάσει, ας πούμε αν ανεβάσει μια δικιά μου φωτογραφία με σκοπό να με κάνει ρεζίλι τότε ναι, θα υπάρξει πρόβλημα.

E: Όταν ανεβάζεις φωτογραφίες σου χρησιμοποιείς κάποια φίλτρα;

M: Φίλτρα απ' το Instagram δε χρησιμοποιώ γιατί δεν βγαίνουν καλά, άμα τύχει απλά θα πειράξω κάποια πράγματα από μια εφαρμογή όπως ξέρω γω το Photoshop, το [...] αλλά όχι ξέρω γω να αλλάξω τελείως τη φωτογραφία, μπορεί να παίξω απλά λίγο με τα χρώματα, με τις σκιές, με αυτά.

E: Ωραία, τέλεια. Σε περίπτωση που αναρτήσεις κάτι και δεν έχει την ανταπόκριση που θέλεις, θα την κατεβάσεις αυτή τη δημοσίευση ή θα την αφήσεις;

M: Αν μετά από κάποιο καιρό δεν μου αρέσει ούτε κι εμένα, θα την κατεβάσω αλλιώς δεν, θα την έχω.

E: Θα την αφήσεις. Κι επηρεάζει την αυτοπεποίθησή σου η ανταπόκριση στις δημοσιεύσεις σου, δηλαδή σου φτιάχνουν τη διάθεση τα πολλά like; Κι από την άλλη μεριά σε στεναχωρεί, λες γιατί ρε παιδί μου, αυτή η φωτογραφία ήταν πολύ ωραία, γιατί πήρε μόνο 3 likes ας πούμε. Σε επηρεάζει στην αυτοπεποίθησή σου αυτό;

M: Όχι ιδιαίτερα γιατί πιστεύω ότι αν κάποιος πατήσει like σε μια φωτογραφία, ή ξέρω γω σου πει από κοντά ότι σε συμπαθεί, πιστεύω είναι το ίδιο πράγμα, οπότε δεν αξίζει τόσο πολύ.

E: Από ποιο μέσο συνήθως ενημερώνεσαι για τις εξελίξεις στη μόδα, σε προϊόντα τεχνολογίας, κλπ; Από τα παραδοσιακά μέσα, τηλεόραση, περιοδικά κι αυτά ή από το διαδίκτυο και τα social media;

M: Κυρίως απ' το διαδίκτυο γιατί βιβλία, εφημερίδες και τέτοια δε διαβάζω.

E: Και συμβουλευέσαι τις τάσεις της μόδας από τα social media πριν να προχωρήσεις στις αγορές σου; Όταν θες να αγοράσεις κάτι γενικότερα;

M: Εξαρτάται. Κατά κάποιο τρόπο ναι.

E: Ακολουθείς διασημότητες στα social media;

M: Ναι, αλλά όχι όποιες να 'ναι, αυτές που πιστεύω ότι μ' αυτά που λένε θα με βοηθήσουν και θα με φέρουν κάπου καλύτερα.

E: Για πες μου έτσι κάποια παραδείγματα, να καταλάβω λίγο, αν τους ξέρω.

M: Δεν νομίζω να τους ξέρεις. Ο ένας είναι, έχει δικιά του εταιρεία με ρούχα, με προϊόντα μαλλιών και τέτοια.

E: Ποιος;

M: Alex Costa, δεν ξέρω αν τον ξέρεις.

E: Όχι, δεν τον ξέρω. Θα το γκουγκλάρω όμως.

M: Κι αυτός ξέρω 'γω δίνει συμβουλές για το ντύσιμο, ξέρω γω τι να κάνεις για να φαίνεσαι, για να έχεις μια καλύτερη εικόνα στον έξω κόσμο.

E: Αντιγράφεις λοιπόν τις συμβουλές που δίνει αυτός στην καθημερινότητά σου;

M: Όχι, όλες.

E: Όχι, αλλά όμως γενικότερα σε επηρεάζει. Κάποια που πιστεύεις εσύ τα ακολουθείς.

M: Αυτά που πιστεύω εγώ ότι θα με βοηθήσουν, μόνο αυτά.

E: Γενικότερα, αγοράζεις προϊόντα που διαφημίζουν αυτοί οι άνθρωποι, δηλαδή κάποιοι που ακολουθείς, κάποιοι celebrities, κάποιος που σου αρέσει και τον ακολουθείς στο Instagram, θα σε επηρεάσει στις αγορές σου αν διαφημίζει κάποιο προϊόν, ένα κινητό ή κάποια μάρκα ρούχων συγκεκριμένη;

M: Όχι, οι μάρκες για τα κινητά και για τα ρούχα δεν με ενδιαφέρουν ιδιαίτερα γιατί είτε πάρεις ας πούμε ένα κινητό iPhone ή ένα Xiaomi την ίδια δουλειά θα κάνεις οπότε δεν υπάρχει λόγος.

E: Για τις αγορές σου προτιμάς τα φυσικά καταστήματα ή το e-shopping;

M: Εξαρτάται, άμα γνωρίζω, ας πούμε για ρούχα, τι νούμερα θα πάρω και πώς μου κάθονται το e-shop δεν θα με χαλούσε, αλλά αν είναι κάποιος ο οποίος δεν ξέρει πολύ καλά τι φοράει θα προτιμούσα το φυσικό κατάστημα

E: Έχει τύχει ποτέ να ξοδέψεις περισσότερα χρήματα από τον προϋπολογισμό σου ή από αυτά που σου επιτρέπουν οι γονείς σου για κάποιο πολυδιαφημισμένο προϊόν στα social media; Να βγεις έτσι εκτός budget, να πεις «α αυτό πολύ ωραίο, εντάξει χαλάλι, θα το πάρω».

M: Όχι.

Ε: Έχεις έρθεις ποτέ αντιμέτωπος με κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα social media; Cyberbullying, κάποιος να προσπαθήσει να σε προσεγγίσει με σκοπό να σε εκμεταλλευτεί, κάποια τέλος πάντων δυσάρεστη κατάσταση;

Μ: Cyberbullying όχι ακριβώς απλά είχε τύχει να μου στείλει μήνυμα μία άκυρη μήνυμα με σκοπό να μου πάρει λεφτά από Paypal αλλά δεν τα κατάφερε γιατί την κατάλαβα κατευθείαν και μετά την έβρισα.

Ε: Αυτό το συζήτησες, αυτή την κατάσταση, με κάποιο δικό σου άνθρωπο ή το διαχειρίστηκες μόνος σου;

Μ: Όχι, γιατί συνήθως ό,τι είναι το διαχειρίζομαι μόνος μου εκτός κι αν είναι κάτι που δεν μπορώ να το κάνω μόνος μου, μόνο τότε ζητάω βοήθεια και το διαχειρίστηκα μόνος μου.

Ε: Τέλεια, άρα δεν χρειάστηκε να ενημερώσεις τους γονείς σου ούτε φαντάζομαι έκανες κάποια καταγγελία στη δίωξη ηλεκτρονικού εγκλήματος γι' αυτό το πράγμα;

Μ: Όχι, όχι, το αντιμετώπισα σχετικά γρήγορα.

Ε: Ωραία. Σε περίπτωση που αντιμετώπιζες όμως κάποια σοβαρή κακοποιητική συμπεριφορά στα social media, σε ποιον θα απευθυνόσουν πρώτα;

Μ: Σε κανέναν.

Ε: Θα προσπαθούσες να το διαχειριστείς μόνος σου και πάλι ε;

Μ: Ναι, κι άμα δεν έβγαινε θα πήγαινα στην αστυνομία για καταγγελία και τα σχετικά.

Ε: Αυτό ήθελα να σε ρωτήσω, αυτή ήταν η επόμενη ερώτηση, αν θα έκανες κάποια καταγγελία στη δίωξη ηλεκτρονικού εγκλήματος και μου λες ότι θα έκανες.

Μ: Ναι.

Ε: Έχεις υπάρξει εσύ θύτης αναπτύσσοντας κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στο διαδίκτυο, στα social media; Ακόμη κι αν σε έχει παρασύρει κάποιος, να μην το έχεις κάνει ας πούμε ηθελημένα, ακόμα κι αν ξεκίνησε από κάποια πλάκα, από την παρέα σου, οτιδήποτε.

Μ: Όχι, ποτέ.

Ε: Έχεις ενημερωθεί ποτέ για την ασφαλή πλοήγηση στο διαδίκτυο από τους γονείς σου;

Μ: Δηλαδή;

E: Δηλαδή να σου έχουν εξηγήσει οι γονείς σου πώς θα πρέπει να συμπεριφέρεσαι στα social media για να τα χρησιμοποιείς σωστά; Να μην μπεις στη διαδικασία να μιλάς με αγνώστους, αν κάποιος σου ζητήσει κάτι, πώς να διαχειριστείς κάποια πράγματα, να σου εφιστήσουν την προσοχή και να σου πουν «Πρόσεξε μη σου στείλει κάποιος κάτι προσβλητικό, κάτι περίεργο... Ξέρεις υπάρχουν αυτοί οι κίνδυνοι...», έχετε κάνει κάποια τέτοια συζήτηση ή γενικότερα αν το συζητάτε για την ασφάλεια στο Διαδίκτυο.

M: Α ναι, όταν ήμουν πιο μικρός και τότε, το πρωτοχρησιμοποιούσα, τότε ναι, με ενημέρωσαν για αυτά.

E: Από το σχολείο έχεις ενημερωθεί καθόλου;

M: Όχι.

E: Ποια είναι η σχέση σου γενικότερα έτσι με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; Αν δεις τη συνολικότερη εικόνα, ποια είναι η σχέση σου με τα μέσα;

M: Να ενημερώνομαι σχετικά για τον κόσμο, να επικοινωνώ με φίλους και συγγενείς.

E: Έχεις καλή σχέση θεωρείς;

M: Με τα social media; Όχι και influencer αλλά εντάξει.

E: Θέλω να πω ότι τα χρησιμοποιείς, ότι γνωρίζεις να τα χρησιμοποιείς και ότι η σχέση σου είναι καλή. Έχεις σκεφτεί ποτέ, ότι μπορεί να τα χρησιμοποιείς περισσότερο από ότι θα «έπρεπε»; Θα ήθελες να το μετριάσεις αυτό;

M: Ναι, παλιά ήμουν όλη μέρα πάνω από ένα κινητό ή μια τηλεόραση κι αυτά και μετά δεν ένιωθα εντάξει, ας πούμε ένιωθα σαν κατάθλιψη, ότι δεν έκανα κάτι άλλο και τώρα προσπαθώ να το χρησιμοποιώ όσο πιο λίγο γίνεται.

E: Πώς φαντάζεσαι τη ζωή σου χωρίς social media, δηλαδή αν κοβόταν το Ίντερνετ, σταματούσαν να λειτουργούν Instagram και τα λοιπά, δε λέω για μια ώρα, λέω να φανταστείς τη ζωή σου, πώς θα μπορούσε να είναι η ζωή σου χωρίς να χρησιμοποιείς τα social media;

M: Εντάξει, δεν θα με κλείνανε και σε ψυχιατρείο ας πούμε όπως τους περισσότερους, αλλά θα με επηρέαζε αρνητικά αυτό το πράγμα, γιατί χρησιμοποιώ το Ίντερνετ για να μάθω και κάποια άλλα πράγματα όπως για επιχειρήσεις και τέτοια online που με ενδιαφέρουν και θα ήθελα να το κάνω αυτό το πράγμα σε 3 χρόνια και γενικά δεν θα ήξερα τι μου γίνεται στον έξω κόσμο.

E: Θα είχες και ελλιπή ενημέρωση λοιπόν, άρα σίγουρα θα επηρεαζόταν η ενημέρωσή σου και η επικοινωνία σου.

M: Ναι.

E: Τέλεια. Σ' ευχαριστώ πολύ για το χρόνο σου. Να είσαι καλά.

M: Κι εσείς.

ΑΣΚΒ3

E: Έχεις λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης;

M: Ναι, Instagram και Snapchat.

E: Σ' αυτά τα δύο;

M: Ναι.

E: Δεν έχεις TikTok;

M: Όχι. Δεν το έχω κατεβάσει ούτε καν. Δεν ξέρω καν δηλαδή τι γίνεται στο TikTok. Προσπαθώ να έχω όσα λιγότερα γίνεται, να τα προσέχω και να ξέρω τι μου συμβαίνει.

E: Πάρα πολύ ωραία. Χρησιμοποιείς τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για την καθημερινή σου επικοινωνία με τους φίλους σου;

M: Ναι. Πάρα πολύ.

E: Με την οικογένειά σου;

M: Όχι.

E: Με τους συμμαθητές σου;

M: Ναι.

E: Και προτιμάς τις κλήσεις, το chat ή τις βιντεοκλήσεις για την επικοινωνία σου στα social media;

M: Προτιμάω τις κλήσεις.

E: Τις κλήσεις ε; Τις τηλεφωνικές.

M: Ναι.

E: Πόσο συχνά μπαίνεις στο προφίλ των φίλων σου για να ενημερώνεσαι για την καθημερινότητά τους και να παρακολουθείς έτσι τις αναρτήσεις τους και τις δημοσιεύσεις τους;

M: Πολύ σπάνια, ελάχιστα, γιατί συνήθως μου τα βγάζει μπροστά.

E: Στο newsfeed. Προτιμάς να μαθαίνεις την επικαιρότητα από εφημερίδες, περιοδικά, ραδιόφωνο ή τηλεόραση και απ' αυτά γενικά που λέμε τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας, ή από το διαδίκτυο και τα social media;

M: Απ' το διαδίκτυο και τα social media γιατί μπορώ να βρω ό,τι θέλω εκεί. Ό,τι μ' ενδιαφέρει δηλαδή.

E: Εμπιστεύεσαι τα social media όσον αφορά την αξιοπιστία και την εγκυρότητά τους;

M: Όχι πολύ. Είμαι προσεκτικός με το τι ανεβάζω, με το τι κάνω στα social media γιατί ό,τι γίνεται δεν διαγράφεται.

E: Όταν διαβάζεις κάτι στα social media από κάποια πηγή, από κάποιο site κτλ. σε προβληματίζει, λες ας πούμε «Είναι αλήθεια αυτό που διαβάζω; Είναι ψέμα;» ή εμπιστεύεσαι αυτό που θα διαβάσεις;

M: Δεν το πολυεμπιστεύομαι. Αν με ενδιαφέρει το θέμα θα κάτσω να ψάξω και στις άλλες ιστοσελίδες τι λένε.

E: Οι φίλοι σου, οι ακόλουθοί σου από ποιο χώρο προέρχονται συνήθως; Από το σχολείο; Απ' το οικογενειακό σου περιβάλλον; Απ' το φιλικό σου περιβάλλον;

M: Από το άθλημα που πάω, το βόλεϊ, και από το σχολείο μετά.

E: Άρα από τις δραστηριότητες που πηγαίνεις και από το σχολείο.

Στέλνεις εσύ αιτήματα φιλίας σε αγνώστους;

M: Όχι.

E: Ούτε αποδέχεσαι αιτήματα φιλίας από αγνώστους;

M: Αποδέχομαι μόνο όταν βλέπω δηλαδή ότι ακολουθείται από κάποιον που ξέρω εγώ και μου εξηγεί και ποιος είναι αυτός.

E: Τέλεια. Υπό προϋποθέσεις λοιπόν αποδέχεσαι. Και πόσο σε επηρεάζει η φωτογραφία προφίλ ενός αγνώστου στο αν θα αποδεχθείς ή αν θα στείλεις ας πούμε κι εσύ ποτέ ένα αίτημα φιλίας;

M: Με επηρεάζει παραδείγματος χάριν άμα δω μια περίεργη φωτογραφία, θα υποψιαστώ ότι αυτό μπορεί να είναι ένα ψεύτικο προφίλ, ότι μπορεί να είναι κάποιος που θέλει να με βλάψει άρα δεν θα το δεχθώ κιόλας.

E: Επηρεάζεται η συμπεριφορά σου απέναντι σε κάποιον διαδικτυακό σου φίλο όταν συμφωνείς ή διαφωνείς με τις αναρτήσεις του;

M: Όχι. Αν ανεβάσει δηλαδή μια ανάρτηση που διαφωνώ, θα πάω να του εξηγήσω ότι διαφωνώ αλλά δε θα χαλάσω και τη σχέση μου μαζί του.

E: Χρησιμοποιείς τα social media όταν θέλεις να πλησιάσεις φιλικά ή συναισθηματικά κάποιο άτομο;

M: Ναι.

E: Και πώς; Με ποιον τρόπο;

M: Πρώτα αποδέχεται αυτή, αποδέχεσαι κι εσύ και μετά στέλνεις μηνύματα. Με μήνυμα, με το chat.

E: Και πότε νιώθεις μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση, όταν επικοινωνείς μέσω social media ή στη δια ζώσης επαφή;

M: Στη δια ζώσης. Γιατί μπορώ να δω και τα συναισθήματα του άλλου, τι εκφράζει απέναντί μου και μπορώ να καταλάβω κι αν μου λέει κάτι ψέματα ή αλήθεια.

E: Πότε εκφράζεις πιο εύκολα τα συναισθήματά σου, δια ζώσης ή στα social;

M: Δια ζώσης, γιατί δια ζώσης μπορεί να καταλάβει κι ο άλλος αισθήματα που εκφράζω απέναντί του ενώ στα social δεν μπορεί να το καταλάβει γιατί δεν υπάρχουν συναισθήματα στα social.

E: Κι όταν προκύπτει κάποιο ζήτημα ή κάποιο πρόβλημα που θέλεις να λύσεις, να συζητήσεις, επιλέγεις τα social media ή δια ζώσης πάλι;

M: Αναλόγως το πρόβλημα γιατί άμα είναι κάποιο σοβαρό πρόβλημα θα κάτσω να το λύσω, να μιλήσω με κάποιον δια ζώσης και άμα είναι κάποιο ασήμαντο πράγμα θα κάτσω να το λύσω στα social.

E: Οι γονείς σου έχουν λογαριασμό σε κάποια πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης;

M: Ναι.

E: Ακολουθείτε ο ένας τον άλλο;

M: Ναι.

E: Έχει τύχει ποτέ να σου κάνουν μια παρατήρηση αν ήταν κάποια ανάρτησή σου, κάποια δημοσίευση που έτσι...

M: Όχι, συμβουλές μου δίνουν πιο πολύ, να προσέχω κτλ.

E: Χρησιμοποιείς τα social media με τους συμμαθητές σου ή και με τους καθηγητές σου για να συζητήσετε θέματα που αφορούν το σχολείο;

M: Με τους συμμαθητές μου, με τους καθηγητές μου όχι.

E: Άρα έχετε κάνει κάποιο γκρουπ συζήτησης με τους συμμαθητές σου αλλά όχι με τους καθηγητές σου.

M: Όχι.

E: Σε περίπτωση που έχεις ή είχες κάποια στιγμή σύντροφο, οι αναρτήσεις σας έχουν επηρεάσει τη μεταξύ σας σχέση;

M: Όχι.

E: Κάποια συμπεριφορά που μπορεί να είχατε στα social media οδήγησε ποτέ σε τσακωμό ή ακόμα και σε χωρισμό;

M: Όχι.

E: Μπορείς να μου περιγράψεις τον εαυτό σου με 5 λέξεις;

M: Θα 'λεγα προσεκτικός γιατί προσέχω γενικά τι μου γίνεται και στα social media αλλά και γενικά, ευσυνείδητος, γιατί όταν κάτι δηλαδή βλέπω κάτι περίεργο, κατευθείαν αντιλαμβάνομαι τι είναι αυτό το περίεργο, χιούμορ θα 'λεγα, προσπαθώ να κάνω τους άλλους να αισθανθούνε ωραία όταν είναι μαζί μου, να τους κάνω να γελάσουνε και να μην περνάνε άσχημα. Κάτι άλλο τώρα δεν μου 'ρχεται στο μυαλό.

E: Αυτό τώρα που μου περιέγραψες, αυτό το προφίλ που παρουσιάζεις, μπορεί να το δει κάποιος και στα social media, όταν μπει ως πούμε στο Instagram σου;

M: Όχι.

E: Γιατί;

M: Γιατί όταν μπει στο προφίλ μου, θα δει μόνο μια φωτογραφία μου και δεν θα καταλάβει σ' αυτή τη φωτογραφία μου ούτε τα συναισθήματά μου, ούτε τον τρόπο με τον οποίο μπορώ να επικοινωνήσω εγώ μαζί του, ούτε τίποτα άλλο. Θα δει μόνο μια φωτογραφία, ένα ψηφιακό πράγμα.

E: Υπάρχουν στοιχεία της ταυτότητάς σου ή της εικόνας σου που εσκεμμένα παραποιείς στα social media;

M: Όχι. Προτιμώ να είμαι γνήσιος για να μπορεί να με εμπιστεύεται κι ο άλλος πιο εύκολα.

E: Όταν κάποιος ακόλουθός σου ή φίλος σου αναρτήσει κάτι που σε αφορά, για παράδειγμα μια φωτογραφία, θα ήθελες από πριν να το εγκρίνεις;

M: Ναι, για να ξέρω ότι εγώ, ότι έχω ανεβεί κάπου, δηλαδή ότι μ' έχει ανεβάσει κάποιος και να ξέρω δηλαδή αν έρθει κάποιος και μου πει σε είδα εκεί κι εγώ δεν ξέρω τίποτα, θα 'ναι περίεργο.

E: Κι όταν ανεβάζεις φωτογραφίες σου χρησιμοποιείς φίλτρα ή όχι;

M: Όχι.

E: Ούτε του Instagram τα φίλτρα;

M: Όχι, προσπαθώ να είμαι όσο πιο πολύ αυτό που είμαι. Δηλαδή να δείξω τι είμαι.

E: Σε περίπτωση που αναρτήσεις κάτι και δεν έχει την ανταπόκριση που θέλεις, υπάρχει περίπτωση να κατεβάσεις αυτή τη δημοσίευση;

M: Όχι. Γιατί ανεβάζω ό,τι μ' αρέσει σχετικά μ' εμένα.

E: Οπότε δε σ' απασχολεί η γνώμη των άλλων. Επηρεάζει όμως την αυτοπεποίθησή σου η ανταπόκριση που μπορεί να έχει κάποιος;

M: Όχι.

E: Ούτε σου, σου φτιάχνουν τη διάθεση τα πολλά likes;

M: Όχι, πιο πολύ δεν παρακολουθώ τα likes, παρακολουθώ πρώτα τι θ' ανεβάσω και μετά από κει και πέρα ό,τι ανταπόκριση θέλει ας έρθει.

E: Από ποιο μέσο συνήθως ενημερώνεσαι για τις εξελίξεις στη μόδα, στην τεχνολογία;

M: Απ' το Google πιο πολύ και μετά ελάχιστα απ' το Instagram, τα social δηλαδή.

E: Άρα διαδίκτυο και πάλι.

M: Ναι.

E: Συμβουλεύεσαι τις τάσεις της μόδας από τα social media όταν θέλεις να προχωρήσεις σε κάποιες αγορές;

M: Όχι, όταν προχωράω σ' αγορές κοιτάω τι μ' αρέσει εμένα και τι μπορώ κιόλας ν' αγοράσω και δεν κοιτάω τι θα φορέσει ένας διάσημος ή ένας φίλος μου.

E: Ακολουθείς διασημότητες στα social media;

M: Όχι.

E: Κανέναν;

M: Όχι, κανέναν.

E: Άρα λοιπόν δεν μπαίνεις στη διαδικασία ν' αντιγράψεις έναν τρόπο με τον οποίο κάποιος ντύνεται ή ας πούμε ούτε επηρεάζεσαι, όχι απαραίτητα από διασημότητες που ακολουθείς, γενικότερα από διάφορες εικόνες στα social media που μπορεί να σου φέρουν και να πεις ξέρω γω «Αυτό το κινητό που το έχει ο τάδε είναι ωραίο, θα ήθελα κι εγώ να το πάρω».

M: Όχι. Θα κάτσω να δω άμα δηλαδή θέλω να πάρω ένα κινητό, θα κάτσω να δω στην ιστοσελίδα που το πουλάει, να δω τι κριτικές έχει από κάτω.

E: Για τις αγορές σου προτιμάς το e-shopping ή τα φυσικά καταστήματα;

M: Προτιμώ το e-shopping, αλλά τα επώνυμα καταστήματα για να ξέρω τι ποιότητα αγοράζω.

E: Έχει τύχει ποτέ να ξοδέψεις περισσότερα χρήματα από τον προϋπολογισμό σου, ή από το χαρτζιλίκι σου σε κάτι το οποίο είδες ας πούμε στα social media και σου άρεσε;

M: Όχι, ποτέ.

E: Έχεις έρθεις ποτέ αντιμέτωπος με κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στο διαδίκτυο, στα social media;

M: Μια φορά μόνο.

E: Ναι ε;

M: Ναι.

E: Θες να μου πεις ας πούμε τί ήτανε πάνω κάτω;

M: Ήτανε ένα, ήταν ένα παιδί που έκανα παρέα αλλά ήξερα ότι αυτός ήταν λίγο πονηρός σε τέτοια και κράταγα μια πισινή που λέμε, δηλαδή να ξέρω. Και μια μέρα που είχαμε τσακωθεί για ένα ασήμαντο πράγμα, ήρθε στα social media, στο Instagram συγκεκριμένα, με κορόιδευε κτλ. και μετά μόλις πήγα να του απαντήσω εγώ σε κάτι, με μπλόκαρε το λογαριασμό. Και μετά το αντιμετώπισα, όχι, θα πω ανώριμα πιο πολύ.

E: Άρα ήτανε, εντάξει, δηλαδή ήτανε μια κατάσταση δυσάρεστη μεν, χρειάστηκε να το συζητήσεις αυτό με κάποιον δικό σου, σε επηρέασε τόσο πολύ αυτό το γεγονός που είπες «Θέλω να το συζητήσω με κάποιον;»

M: Όχι, το συζήτησα πιο πολύ με άλλους 4 φίλους μου.

E: Με τους φίλους σου ε; Ούτε χρειάστηκε, δεν ήταν κάτι το οποίο ας πούμε ήταν πολύ βαρύ για να χρειαστεί να το συζητήσεις με τους γονείς σου ή ήταν κάτι αρκετά σημαντικό;

M: Με κορόιδευε για την εξωτερική μου εμφάνιση μπορώ να πω και μετά έγιναν (...)

E: Δεν το συζητήσες καθόλου με τους γονείς σου.

M: Όχι. Το αντιμετώπισα μόνος μου το θέμα.

E: Ούτε έκανες προφανώς κάποια καταγγελία σε αρχές κτλ. κτλ. Αν αντιμετώπιζες όμως κάποια κακοποιητική συμπεριφορά, θα προχωρούσες σε μία καταγγελία στη δίωξη ηλεκτρονικού εγκλήματος;

M: Ναι, φυσικά.

E: Και με ποιον θα το μοιραζόσουν πρώτα;

M: Θα το μοιραζόμουν πρώτ' απ' όλα με τους γονείς μου, με τους πολύ κοντινούς μου φίλους και μετά με κανένα πολύ κοντινό καθηγητή, δηλαδή που τον ξέρω καλά, που μπορώ να 'χω εμπιστοσύνη.

E: Έχεις υπάρξει θύτης, αναπτύσσοντας εσύ κάποια κακοποιητική συμπεριφορά; Ακόμα κι άθελά σου, στο πλαίσιο μιας παρέας.

M: Όχι.

E: Έχεις ενημερωθεί ποτέ για την ασφαλή πλοήγηση στο διαδίκτυο και την ορθή χρήση των social media από το σχολείο;

M: Απ' το σχολείο, όχι τόσο μπορώ να πω.

E: Δεν ήρθε ποτέ έτσι κάποιος να σας μιλήσει επίσημα, κάποιος φορέας.

M: Όχι.

E: Από την οικογένειά σου;

M: Από την οικογένειά μου συνέχεια μου δίνουν συμβουλές οι γονείς μου και συνέχεια μου λένε να προσέχω και το ένα και το άλλο.

E: Ποια είναι η σχέση σου με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, έτσι γενικά, σφαιρικά;

M: Προσπαθώ να τα χρησιμοποιώ για όταν μου χρειάζονται κι όχι να τα χρησιμοποιώ με υπερβολική χρήση.

E: Να μην ξοδεύεις εννοείς πολύ χρόνο;

M: Ναι, γιατί δεν μου αρέσει να ξοδεύω πολύ χρόνο στο να είμαι μπροστά από ένα κινητό.

E: Κι αν ξαφνικά κάτι συνέβαινε και μέναμε χωρίς social media και χωρίς διαδίκτυο πώς θα ήταν η ζωή σου νομίζεις;

M: Πιστεύω καλύτερα. Θα ξόδευα πιο πολλές ώρες με τους φίλους μου έξω, πιο πολλές ώρες στο διάβασμα και σε άλλα πράγματα που τώρα μπορεί να μου τα στερεί.

E: Άρα δηλαδή θεωρείς ότι η ενασχόληση με τα social media σου στερεί κάποια πράγματα;

M: Ναι.

E: Θα ήταν διαφορετική, θα ήταν πιο ποιοτική η ζωή σου;

M: Ναι.

E: Πολύ ωραία. Χάρηκα πολύ που σε γνώρισα. Καλή σου συνέχεια.

M: Να είστε καλά. Ευχαριστώ κι εγώ.

ΑΣΜΒ4

E: Έχεις λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης;

M: Μχμ. (έγνεψε καταφατικά)

E: Έχεις. Σε ποιο ή σε ποια;

M: Instagram, Facebook, Twitter, Reddit, Discord (...)

E: Εντάξει. Ποιο χρησιμοποιείς πιο συχνά;

M: Το Instagram.

E: Χρησιμοποιείς τα social media για την καθημερινή σου επικοινωνία με τους φίλους σου, με την οικογένειά σου;

M: Ναι.

E: Με τους συμμαθητές σου;

M: Προφανώς.

E: Προτιμάς τις κλήσεις, τις τηλεφωνικές, chat ή βιντεοκλήσεις για την επικοινωνία σου;

M: Μηνύματα.

E: Μηνύματα, chat. Και πόσο συχνά μπαίνεις στο προφίλ των φίλων σου για να ενημερώνεσαι για την καθημερινότητά τους και να παρακολουθείς τις αναρτήσεις τους; Πολλές φορές τη μέρα;

M: Τς.

E: Καθόλου; Δεν μπαίνεις καθόλου στο προφίλ τους. Προτιμάς να μαθαίνεις την επικαιρότητα από εφημερίδες, περιοδικά, ραδιόφωνο, και γενικά απ' αυτά που ονομάζουμε παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας ή από το διαδίκτυο και τα social media και γιατί;

M: Προφανώς απ' το διαδίκτυο, πολύ πιο εύκολο, γρήγορο.

E: Και εμπιστεύεσαι τα social media όσον αφορά την αξιοπιστία και την εγκυρότητά τους;

M: Όχι.

E: Γιατί;

M: Γιατί δεν έχω δει ακόμα καμιά αλήθεια.

E: Οι φίλοι σου, οι ακόλουθοί σου από ποιο χώρο προέρχονται συνήθως; Είναι από το σχολείο, από το οικογενειακό ή απ' το φιλικό σου περιβάλλον;

E: Όλα.

E: Στέλνεις αιτήματα φιλίας σε αγνώστους;

M: Ναι.

E: Και αποδέχεσαι αιτήματα φιλίας από αγνώστους;

M: Όχι.

E: Και πόσο σε επηρεάζει η φωτογραφία προφίλ ενός αγνώστου στο αν θα δεχθείς ή αν θα στείλεις ένα αίτημα φιλίας;

M: Αρκετά.

E: Παίζει δηλαδή σημαντικό ρόλο αυτό που βλέπεις, η εμφάνισή του πχ;

M: Παίζει, λίγο ρόλο, ναι, σίγουρα.

E: Και επηρεάζεται η συμπεριφορά σου απέναντι σε κάποιον διαδικτυακό σου φίλο όταν συμφωνείς ή διαφωνείς με κάποια ανάρτησή του;

M: Δεν το έχω κάνει αυτό οπότε δεν ξέρω.

E: Ναι, δηλαδή αν για παράδειγμα, στο λέω σε περίπτωση αν δεν καταλαβαίνεις ακριβώς τι σε ρωτάω, ξέρεις, το ξαναλέω, δεν είναι... Άρα λοιπόν αν αναρτήσει κάποιος, κάτι με τον οποίο διαφωνείς, δε θα πεις «διαφωνώ μ' αυτόν άρα έχω και μια συμπεριφορά X απέναντί του, ας πούμε δεν τον συμπαθώ, δεν του μιλάω...»

M: Όχι.

E: Όχι. Τέλεια. Χρησιμοποιείς τα social media όταν θες να πλησιάσεις φιλικά ή συναισθηματικά κάποιο άτομο;

M: Ναι.

E: Και με ποιο τρόπο;

M: Φιλικά ή συναισθηματικά;

E: Άμα θες, αν είναι η ίδια απάντηση και στα 2, πες μου το μία φορά. Φιλικά ας πούμε πώς θα τον προσεγγίσεις, έναν άνθρωπο που σε ενδιαφέρει στο διαδίκτυο;

M: Θα του στείλω μήνυμα; Ξέρω γω (...)

E: Και όταν σε ενδιαφέρει συναισθηματικά κάποιο άτομο;

M: Το ίδιο.

E: Το ίδιο. Πότε νιώθεις μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση, όταν επικοινωνείς μέσω social media ή στη δια ζώσης επαφή;

M: Αυτοπεποίθηση;

E: Ναι, πότε νιώθεις καλύτερα με τον εαυτό σου;

M: Το ίδιο είναι.

E: Είναι το ίδιο ε; Δεν έχει κάποια διαφορά να προτιμήσεις κάτι απ' τα δύο. Και πότε εκφράζεις πιο εύκολα τα συναισθήματά σου, θετικά ή αρνητικά συναισθήματα, όταν επικοινωνείς μέσω των social media ή στη δια ζώσης επικοινωνία και γιατί; Πότε έτσι εκφράζεσαι πιο εύκολα όταν νιώθεις κάτι;

M: Από κοντά νομίζω.

E: Δια ζώσης ε; Ωραία, γιατί; Αν μπορείς να απαντήσεις γιατί.

M: Γιατί... δεν ξέρω.

E: Γιατί άραγε; Πάντως νιώθεις, έτσι εκφράζεσαι πιο καλά, στη δια ζώσης επικοινωνία. Όταν προκύπτει κάποιο ζήτημα ή κάποιο πρόβλημα που πρέπει να λύσεις προτιμάς να το συζητήσεις μέσω των social media ή δια ζώσης;

M: Αναλόγως πού θα προκύψει και πότε θα το συζητήσουμε.

E: Αν ας πούμε προέκυπτε κάποιο οικογενειακό θέμα.

M: Από κοντά, σίγουρα.

E: Ή αν ήταν κάποιο συναισθηματικό θέμα; Ή φιλικό; Με κάποιον συνομήλικό σου;

M: Αν ξεκινούσε η συζήτηση από εκεί θα τη συνεχίζαμε εκεί, αν ήταν από κοντά θα συνεχίζαμε από κοντά.

E: Οι γονείς σου έχουν λογαριασμό σε κάποια πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης;

M: Ναι.

E: Ακολουθείτε ο ένας τον άλλο αν έχετε στα ίδια;

M: Όχι. Α, ναι, στο Facebook.

E: Στο Facebook ε; Άρα στο Facebook είστε φίλοι με τους γονείς σου, στα υπόλοιπα όχι, ε;

M: Είμαστε, ναι.

E: Είναι τυχαίο ότι στα άλλα δεν είστε; Ή είναι κατ' επιλογήν σου;

M: Στα άλλα δεν έχουν, κι αν είχαν δεν θα ήμασταν.

E: Γιατί;

M: Δε χρειάζεται.

E: Εντάξει, θες να διαφυλάξεις την ιδιωτικότητά σου;

M: Δεν κάνω και κάτι απλά δεν είναι, δεν μ' αρέσει.

E: Θα ένιωθες δηλαδή ότι σε ελέγχουν για παράδειγμα; Με την έννοια του ελέγχου; Με την έννοια της διακριτικότητας;

M: Θα μπορούσε, αλλά δεν νομίζω.

E: Έχει τύχει ποτέ, ας πούμε, αφού έχετε κοινό λογαριασμό στο Facebook, να σου κάνουν κάποια παρατήρηση για κάτι που έχεις αναρτήσει;

M: Όχι.

E: Για κάποια συμπεριφορά που δεν εγκρίνουν; Δεν σου έχουν πει για παράδειγμα «γιατί ρε παιδί μου το ανέβασες αυτό;».

M: Όχι.

E: Χρησιμοποιείς τα social media με τους συμμαθητές σου ή και με τους καθηγητές σου για να συζητήσετε θέματα που αφορούν το σχολείο;

M: Ναι.

E: Έχετε κάνει και κάποιο γκρουπάκι ας πούμε, μεταξύ συμμαθητών ή μεταξύ, με τους καθηγητές σας και τους συμμαθητές σου;

M: Έχουμε κάνει αυτό της τάξης.

E: Της τάξης. Υπάρχει. Έχετε δημιουργήσει λοιπόν ομάδες συζήτησης, να το αυτό το απαντήσαμε κιόλας, και σε περίπτωση που έχεις, είχες κάποια στιγμή σύντροφο επηρέαζαν ή επηρεάζουν οι αναρτήσεις σας τη μεταξύ σας σχέση;

M: Όχι.

E: Έχει οδηγήσει η συμπεριφορά σας στα social media ποτέ σε κάποιο τσακωμό;

M: Προφανώς, ναι.

E: Έχει έρθει σε ρήξη η συναισθηματική σου σχέση; Έχεις χωρίσει με τον ή τη σύντροφό σου εξαιτίας κάποιας συμπεριφοράς; Εξαιτίας κάποιας συμπεριφοράς, όχι γενικά. Οδήγησαν τα social media σε ρήξη;

M: Ναι. Δεν ήταν τόσο στα social media (...), η συζήτηση από κει.

E: Διευκρινίζω εδώ, επειδή μου το είπες τώρα αυτό, ότι εννοώ αν έχεις κάποια συμπεριφορά στα social media και από τα social media να κατέληξες, απ' αυτή τη

συμπεριφορά, να κατέληξες σε χωρισμό. Για παράδειγμα, να σου θέσω ένα παράδειγμα για να σε βοηθήσω. Πχ εγώ μιλάω με κάποιον άλλον από τον σύντροφό μου στα social media και αυτός το ανακαλύπτει και έτσι οδηγούμαστε σε χωρισμό, κάτι τέτοιο εννοώ. Γι' αυτό στο προσδιορίζω. Δηλαδή η συμπεριφορά που είχες να σε οδήγησε (...)

M: Ναι, έχει τύχει.

E: Μπορείς να περιγράψεις τον εαυτό σου με 5 λέξεις; Και με 3, δεν με πειράζει, αλλά έτσι θέλω μια μικρή περιγραφή του εαυτού σου.

M: Χιούμορ σίγουρα, ευαισθησία, αυτοπεποίθηση και άλλο ένα ναι; Πώς λέγεται αυτός που νοιάζεται; Συμπονετικός.

E: Συμπονετικός. Αυτά;

M: Αυτά.

E: Αυτά που μου περιέγραψες τώρα φαίνονται στο προφίλ σου, στα social media;

M: Στο προφίλ μου;

E: Ναι, όταν λέω στο προφίλ σου δηλαδή εννοώ αν μπω εγώ μέσα στα social media σου θα καταλάβω ότι αυτός ο άνθρωπος που μου περιέγραψες είναι αυτός που βλέπω στα social media; Όχι. Τι δείχνεις στα social media; Θέλεις να μου πεις; Δηλαδή, τι, προβάλλεις ας πούμε, κάτι λίγο διαφορετικό;

M: Όχι, δεν προβάλλω κάτι διαφορετικό απλά, μπορεί και να μην είμαι αυτά που είμαι. Αλλά όχι και από θέληση, βγαίνει.

E: Υπάρχουν στοιχεία της ταυτότητάς σου ή της εικόνας σου που εσκεμμένα παραποιείς στα social media; Πχ κρύβεις για παράδειγμα την ταυτότητά σου ή δεν αναφέρεις την ηλικία σου;

M: Το 'χω κάνει αυτό, αλλά δεν το κάνω.

E: Δεν το κάνεις γενικά όμως, απλά έχει τύχει κάποια στιγμή. Ακόμη και την καταγωγή σου να κρύψεις, εννοώ τέτοιου είδους, βασικά χαρακτηριστικά σου, στοιχεία σου.

M: Το έχω κάνει απλά, δεν γίνεται, το έχουμε κάνει για άλλο λόγο.

E: Δεν θέλω να ξέρω, εκτός αν θες να μου πεις.

M: Δεν είναι κάτι, κάναμε πλάκα ουσιαστικά με κάτι παιδιά και αυτό.

E: Όταν κάποιος ακόλουθος ή φίλος σου αναρτήσει κάτι που σε αφορά, πχ μια φωτογραφία σου, προτιμάς να το ελέγξεις πρώτα ή δεν σε ενδιαφέρει να εγκρίνεις εσύ την ανάρτησή του;

M: Να μου τη στείλει πρώτα, να ξέρω.

E: Άρα πρώτα θα το εγκρίνεις. Και όταν ανεβάζεις φωτογραφίες σου χρησιμοποιείς φίλτρα ή όχι;

M: Όχι.

E: Γιατί;

M: Σίγουρα το έχω κάνει, απλά...

E: Έχει τύχει να χρησιμοποιήσεις, απλά δεν το κάνεις συχνά. Κάποιες φορές μπορεί να τύχει όμως. Σε περίπτωση που αναρτήσεις κάτι και δεν έχει την ανταπόκριση που θέλεις, θα το κατεβάσεις ή θα το αφήσεις ως έχει;

M: Δεν έχω ιδέα.

E: Δηλαδή πες ότι παίρνει 1-2 likes κι εσύ λες «Τώρα εδώ θα γίνει χαμός, θα πάρει 200»

M: Δεν ξέρω, μάλλον ναι.

E: Μάλλον ναι ε; Κι επηρεάζει αυτό την αυτοπεποίθησή σου, δηλαδή σου φτιάχνουν τη διάθεση τα πολλά like ή αντίθετα όταν δεν έχεις, έχεις μια φτωχή ανταπόκριση στην ανάρτησή σου, σε επηρεάζει λες «Γιατί ρε παιδί μου, αυτή η ωραία μου ανάρτηση να μην πάρει 1000 likes;»

M: Κοίτα, εντάξει σίγουρα. Σε ένα βαθμό όμως.

E: Από ποιο μέσο συνήθως ενημερώνεσαι για τις εξελίξεις στη μόδα ή και σε προϊόντα τεχνολογίας;

M: Από κανένα.

E: Δηλαδή από το Ίντερνετ ας πούμε δεν ενημερώνεσαι όταν θέλεις να δεις κάτι; Όταν λέω μέσο, να ξέρεις εννοώ και το Ίντερνετ μέσα, το διαδίκτυο και τα social...

M: Κατάλαβα. Από κανένα.

E: Συμβουλεύεσαι τις τάσεις της μόδας και της τεχνολογίας από τα social media πριν αγοράσεις κάτι;

M: Όχι.

E: Ακολουθείς διασημότητες στα social media και αν ναι, αντιγράφεις κάτι που σου αρέσει; Το στιλ τους, ντυσίματος;

M: Τέτοια πράγματα, όχι, καθόλου.

E: Ούτε αγοράζεις προϊόντα που διαφημίζουν οι άνθρωποι που σε περίπτωση ακολουθείς.

M: Όχι

E: Προτιμάς τα φυσικά καταστήματα ή το e- shopping;

M: Ε ναι.

Γ: E- shopping; Έχει τύχει ποτέ να ξοδέψεις περισσότερα χρήματα από τον προϋπολογισμό σου ή από αυτά που σου επιτρέπουν οι γονείς σου για κάποιο διαφημισμένο προϊόν στα social; Να βγεις λίγο εκτός budget;

M: Δεν υπάρχουν όρια αλλά ναι έχω πάρει ακριβά πράγματα.

E: Έχεις έρθεις ποτέ αντιμέτωπος με κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα social media, με cyberbullying, με (...);

M: Όχι. Cyberbullying εννοείς κοροϊδίες, πλάκες και τέτοια;

E: Ναι, ρητορική μίσους, να σου κάνουν bullying ρε παιδί μου, κατ' εξακολούθηση, όταν λέμε bullying, τυπικά εννοούμε κατ' εξακολούθηση κάποιος να σε παρενοχλεί στο διαδίκτυο.

M: Όχι, δεν.

E: Παρ' όλ' αυτά όμως καταλαβαίνω ότι έχεις έρθει σε επαφή με κάποια ρητορική μίσους, δηλαδή να...

M: Ναι, καλά δεν, είναι όλα μέσα...

E: Αυτό που μου περιγράφεις τώρα δηλαδή το συζήτησες με κάποιον δικό σου άνθρωπο;

M: Όχι, εντάξει. Δεν φτάσαμε εκεί.

E: Άρα λοιπόν δεν χρειάστηκε να ενημερώσεις, δεν είχες κάποια κακοποιητική συμπεριφορά, ούτε προχώρησες προφανώς σε κάποια καταγγελία στη δίωξη; Αν αντιμετώπιζες όμως κάποια κακοποιητική συμπεριφορά, σε ποιον θα απευθυνόσουν πρώτα; Αν όντως δηλαδή δημιουργούνταν μια δυσάρεστη κατάσταση η οποία σε στεναχωρούσε, σε προβλημάτιζε, σε έκλεινε, έχεις κάποιον άνθρωπο συγκεκριμένο ή ας πούμε (...)

M: Τους κολλητούς μου πρώτα και αν δεν βρίσκαμε λύση μετά (...)

E: Πρώτα τους φίλους σου.

M: Μετά τους γονείς.

E: Θεωρείς ότι οι φίλοι σου δηλαδή μπορούν να σου βρουν λύση σε κάποια τέτοια κατάσταση;

M: Όχι αλλά πιο είναι πιο άνετοι.

E: Θα έκανες κάποια καταγγελία στη δίωξη ηλεκτρονικού εγκλήματος αν όντως υπήρχε κάποιο θέμα;

M: Δε νομίζω, όχι.

E: Έχεις υπάρξει θύτης ποτέ εσύ;

M: Ναι.

E: Ναι, ε; Πώς εξελίχθηκε αυτή η κατάσταση; Ποιοι λόγοι σε ώθησαν να το κάνεις;

M: Ποιοι λόγοι με (...) δεν ήτανε, ήτανε (...) βάλουμε ένα στοίχημα, στοίχημα... ένα challenge να το πω έτσι, και όποιος χάσει θα κάνει εκείνο το fake προφίλ που είπαμε πιο πριν και θα στείλει μήνυμα σε ένα παιδί. Ε κι αυτό το παιδί το πήρε πολύ στραβά και είχε καλέσει αστυνομίες (...)

E: Έχεις ενημερωθεί ποτέ για την ασφαλή πλοήγηση στο διαδίκτυο και την ορθή χρήση των social media;

M: Για ξαναπές το αυτό.

E: Έχεις ενημερωθεί ποτέ για την ασφαλή πλοήγηση στο διαδίκτυο και την ορθή χρήση των social media από τους γονείς σου;

M: Ναι.

E: Από το σχολείο;

M: Όχι.

E: Άρα απ' τους γονείς σου, οι γονείς σου έχουνε μιλήσει για πώς να είσαι ασφαλής και να προσέχεις, στο σχολείο δεν έχετε κάνει κάποιο σεμινάριο, κάποιος να έρθει να σας συζητήσει κάτι για τα social media.

M: Δε θυμάμαι.

E: Ποια είναι η σχέση σου γενικά με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; Δηλαδή πώς είναι η σχέση σου;

M: Στενή. Πολύ στενή.

E: Αυτό πώς μου το μεταφράζεις το στενή, τι σημαίνει στενή για σένα;

M: Είμαι πολλές ώρες την ημέρα και αφιερώνω πολύ χρόνο εκεί πέρα, άσκοπα.

E: Και αν κάποια στιγμή κοβόταν το ίντερνετ ή σταματούσαν πλέον τα social media να υπάρχουν, πώς φαντάζεσαι τη ζωή σου; Πώς θα ήταν;

M: Όχι πολύ διαφορετική. Γενικά κάνω πολλά πράγματα οπότε έχω κάτι να ασχοληθώ.

E: Θα μπορούσες δηλαδή (...) θα ήτανε καλύτερη ενδεχομένως, χειρότερη, ή δεν μπορείς, ας πούμε, να το προσδιορίσεις;

M: Διαφορετική, όχι χειρότερη ούτε καλύτερη.

E: Οκ λοιπόν. Αυτό ήταν. Σ' ευχαριστώ πολύ για το χρόνο σου.

M: Κι εγώ. Να'σαι καλά.

ΚΑΔΓ2

E: Έχεις λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης;

M: Έχω.

E: Για πες μου, σε ποιο ή σε ποια;

M: Έχω στο Instagram, στο Snapchat, στο Facebook, Messenger, TikTok, αυτά...

E: Ποιο χρησιμοποιείς πιο συχνά;

M: Το Instagram και το TikTok;

E: Χρησιμοποιείς τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για την καθημερινή σου επικοινωνία με τους φίλους σου;

M: Ναι. Κάθε μέρα.

E: Με την οικογένειά σου;

M: Ναι

E: Και με τους συμμαθητές σου;

M: Ναι.

E: Προτιμάς τις τηλεφωνικές κλήσεις, το chat ή τις βιντεοκλήσεις όταν επικοινωνείς στα social media;

M: Ε τώρα Γ' λυκείου το chat.

E: Έχει να κάνει η Γ' λυκείου με το chat; Έχει κάποια συμπάθεια;

M: Δεν μπορείς να είσαι τόσο χρόνο όσο στις βιντεοκλήσεις. Στο chat απαντάς μεμονωμένα.

E: Ωραία. Πόσο συχνά μπαίνεις στο προφίλ των φίλων σου για να ενημερώνεσαι για την καθημερινότητά τους και να παρακολουθείς ας πούμε τι κάνουνε;

M: Ε καμιά φορά την εβδομάδα.

E: Προτιμάς να μαθαίνεις την επικαιρότητα από τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας όπως λέμε τις εφημερίδες, τα περιοδικά κι αυτά ή από τα social;

M: Τα social.

E: Και τα εμπιστεύεσαι όσον αφορά την αξιοπιστία και την εγκυρότητά τους;

M: Όχι.

E: Όχι ε; Εμπιστεύεσαι πιο πολύ ας πούμε τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας;

M: Πλέον τίποτα.

E: Τίποτα από όλα αυτά. Οι φίλοι σου, οι ακόλουθοί σου από ποιο χώρο προέρχονται συνήθως; Από το σχολείο, απ' το οικογενειακό, απ' το φιλικό σου περιβάλλον;

M: Απ' όλα. Κυρίως απ' το σχολείο είναι τα περισσότερα.

E: Κυρίως απ' το σχολείο. Στέλνεις αιτήματα φιλίας σε αγνώστους;

M: Αγνώστους όχι.

E: Δέχεσαι αιτήματα φιλίας από αγνώστους; Τα αποδέχεσαι;

M: Γνωστό γνωστού.

E: Ναι, έχεις, υπό προϋποθέσεις, δηλαδή αν κάποιος ας πούμε μπορεί να είναι γνωστός ας πούμε ή γνωστός κάποιου άλλου, ναι.

M: Ναι.

E: Και κατά πόσο σε επηρεάζει η φωτογραφία προφίλ ενός αγνώστου στο αν θα δεχθείς ή αν θα στείλεις ένα αίτημα φιλίας;

M: Επηρεάζει πολύ, κατά 70%.

E: Γιατί;

M: Εντάξει τώρα άμα δεις καμιά φωτογραφία από κανένα Πακιστανό δεν πας να το δεχθείς.

E: Επηρεάζεται η συμπεριφορά σου απέναντι σε κάποιον διαδικτυακό σου φίλο όταν συμφωνείς ή διαφωνείς με τις αναρτήσεις του;

M: Ναι, γιατί πολλές φορές δημιουργούνται παρεξηγήσεις και τέτοια γιατί δεν καταλαβαίνεις το ύφος του άλλου μέσα απ' τα μηνύματα.

E: Μάλιστα.. Χρησιμοποιείς τα social media όταν θέλεις να πλησιάσεις φιλικά ή συναισθηματικά κάποιο άτομο;

M: Ναι.

E: Και με ποιο τρόπο;

M: Για να μιλάμε, να βλέπω την καθημ(...), πώς να το εξηγήσω;

E: Με δικά σου λόγια.

M: Ε, ας πούμε για να προσεγγίσω κάποιον θα του πω για να βλέπω τι κάνεις, να μαθαίνω τα νέα σου...

E: Α, ωραία, τέλεια. Πότε νιώθεις μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση, όταν επικοινωνείς μέσω των social media ή στη δια ζώσης επαφή;

M: Δια ζώσης.

E: Και πότε εκφράζεις πιο εύκολα τα συναισθήματά σου, είτε θετικά είτε αρνητικά, όταν επικοινωνείς μέσω social ή δια ζώσης;

M: Δια ζώσης.

E: Γιατί;

M: Ε, με τα μηνύματα κι αυτά δεν το 'χω να εκφράζομαι.

E: Ωραία. Κι όταν προκύπτει κάποιο ζήτημα ή πρόβλημα που πρέπει να λύσεις προτιμάς να το συζητήσεις μέσω των social ή δια ζώσης;

M: Δια ζώσης.

E: Οι γονείς σου έχουν λογαριασμό σε κάποια πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης;

M: Ναι.

E: Ακολουθείτε ο ένας τον άλλο αν έχετε στα ίδια;

M: Ναι.

E: Έχει τύχει ποτέ να σου κάνουν κάποια παρατήρηση για κάποια συμπεριφορά σου, κάποια ανάρτησή σου που δεν τους άρεσε οτιδήποτε; Ή δεν μπαίνουν στη διαδικασία;

M: Όχι. Πατάνε σε όλα like και λένε «Α, ωραία είσαι!» (γέλιο)

E: Χρησιμοποιείς τα social media με τους συμμαθητές σου ή και με τους καθηγητές σου για να επικοινωνείτε ας πούμε για θέματα που αφορούν στο σχολείο;

M: Ναι.

E: Και με τους καθηγητές και με τους συμμαθητές σου;

M: Ναι. Ειδικά τώρα με το φροντιστήριο κι αυτά, συνέχεια.

E: Σε περίπτωση που έχεις, είχες κάποια στιγμή σύντροφο επηρεάζαν ή επηρεάζουν οι αναρτήσεις τη μεταξύ σας σχέση;

M: Το τι δημοσιεύουμε;

E: Ναι. Το τι δημοσιεύετε, ναι.

M: Όχι.

E: Μία συμπεριφορά σας στα social media, όχι ανάρτηση, μία συμπεριφορά, κάτι που είδες και δεν σου άρεσε στον σύντροφό σου ή αυτός κάτι που είδε και δεν του άρεσε σε εσένα. Έχει οδηγήσει ας πούμε κάποια συμπεριφορά σας σε ένα τσακωμό ή ακόμα και σε χωρισμό; Όχι απαραίτητα τώρα, γενικά μιλάω...

M: Όχι. Όχι, δε νομίζω.

E: Μπορείς να περιγράψεις τον εαυτό σου με 5 λέξεις; Και με 3 άμα θες, δεν με πειράζει, με όσες θες.

M: Εγώιστρια, κλαψιάρα, τι άλλο; Νευρική (...) (γέλιο)

E: Εμένα μου αρκούν αυτά. Άμα σου έρθει κάτι άλλο θα μου το πεις όμως.

Αυτό τώρα που μου περιέγραψες, αυτό το προφίλ που μου περιέγραψες, τα χαρακτηριστικά σου, φαίνονται και στα social media, στο προφίλ που παρουσιάζεις;

M: Όχι. Πάντα στα social media εκφράζουμε μόνο τα θετικά μας.

E: Μόνο τα θετικά μας ε; Γιατί μόνο τα θετικά μας;

M: Γιατί πλάσάρεις μια εικόνα του εαυτού σου σε ανθρώπους που ουσιαστικά μπορεί να μη σε ξέρουν τόσο καλά όσο σε ξέρει ο κολλητός σου ας πούμε και δεν παρουσιάζεις τα αρνητικά σου. Κι είναι πιο εύκολο απ' το διαδίκτυο για τα θετικά.

E: Υπάρχουν στοιχεία της ταυτότητάς ή της εικόνας σου που εσκεμμένα παραποιείς στα social media; Για παράδειγμα η ηλικία σου, η καταγωγή σου, τέτοιου είδους στοιχεία;

M: Όχι.

E: Αν κάποιος ακόλουθός σου, φίλος σου αναρτήσει κάτι που σε αφορά, για παράδειγμα μια φωτογραφία, θα ήθελες να το έχεις εγκρίνει εσύ από πριν;

M: Ναι.

E: Όταν ανεβάζεις φωτογραφίες σου χρησιμοποιείς φίλτρα; Γενικά, όχι ας πούμε για να παραποιήσεις κάτι πάνω σου, να κάνεις photoshop ας πούμε, αλλά γενικά...

M: Ναι, κατάλαβα. Σπάνια.

E: Γιατί τα χρησιμοποιείς έστω και σπάνια;

M: Γιατί δεν θα μου αρέσει ο φωτισμός, γιατί (...)

E: Θες να διορθώσεις τις συνθήκες ας πούμε.

M: Ναι.

E: Σε περίπτωση που αναρτήσεις κάτι και δεν έχει την ανταπόκριση που θέλεις, θα την κατεβάσεις τη δημοσίευση ή θα την αφήσεις ως έχει;

M: Θα την αφήσω.

E: Θα την αφήσεις... Διακρίνω μια αμφιβολία, ε;

M: Το σκέφτομαι γιατί έχω ήδη τέτοιες δημοσιεύσεις.

E: Έχεις κάποιες που δεν... δεν σου άρεσαν μετά από κάποιο χρονικό διάστημα;

M: Ναι, αυτό ακριβώς είχα ανεβάσει αυτό τις προάλλες και λέω «πω πω μου άρεσε πάρα πολύ» αλλά εντάξει δεν μπαίνω να τις αλλάξω, θα είχα πάει πιο παλιά, αλλά την κρατάω εντάξει, αφού μου άρεσε.

E: Αυτό τώρα επηρεάζει, δηλαδή όταν ανεβάσεις κάτι και δεν έχει την ανταπόκριση που θέλεις, δεν πάρει πολλά likes ας πούμε, σε επηρεάζει, λες «Γιατί ρε παιδί μου, ήταν τόσο ωραία αυτή η φωτογραφία»...

M: Όχι ιδιαίτερα.

E: Όχι ιδιαίτερα. Αν όμως ανεβάσεις μια φωτογραφία σου ή κάποια ανάρτησή σου και πάρει πάρα πολλά likes; Λες «Α, τι ωραία!»

M: Ε σίγουρα θα χαρώ.

E: Χαίρεσαι. Από ποιο μέσο συνήθως ενημερώνεσαι για τη μόδα, για τα προϊόντα τεχνολογίας, τις εξελίξεις κλπ; Διαδίκτυο, παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας;

M: Διαδίκτυο.

E: Συμβουλεύεσαι τις τάσεις της μόδας από τα social πριν προχωρήσεις στις αγορές σου;

M: Ναι.

E: Ακολουθείς διασημότητες στα social media;

M: Ναι.

E: Για πες μου μερικούς έτσι για να καταλάβω. Έχω ακούσει πολλά ενδιαφέροντα πρόσωπα αυτές τις μέρες. Για πες μου και τα δικά σου.

M: Την Τούνη.

E: Την Τούνη; Α..! Ωραία..Ναι την ξέρω την Τούνη.

M: Μ' αρέσει, τη συμπαθώ!

E: Αντιγράφεις ή ακολουθείς τον τρόπο που ντύνονται οι διασημότητες που ακολουθείς; Όχι απαραίτητα η Τούνη (...) (γέλιο) γενικότερα όμως.

M: Όχι συχνά.

E: Όχι συχνά. Σε επηρεάζει όμως ο τρόπος; Δηλαδή όχι να αντιγράψεις τα ίδια αλλά (...)

M: Να πω «Τι ωραίο που είναι αυτό, γιατί να μην κάνω κι εγώ κάτι παρόμοιο;», ναι.

E: Αγοράζεις προϊόντα που είτε διαφημίζουν είτε χρησιμοποιούν οι διασημότητες που ακολουθείς;

M: Ναι.

E: Για τις αγορές σου προτιμάς τα φυσικά καταστήματα ή το e-shopping;

M: Τα φυσικά.

E: Έχει τύχει ποτέ να ξοδέψεις περισσότερα χρήματα από τον προϋπολογισμό σου ή από το χαρτζιλίκι που σου δίνουν οι γονείς σου σε κάτι που έχεις δει ως πούμε στα social και να πεις «Αυτό είναι πάρα πολύ ωραίο, θέλω να το πάρω, ας έχει και λίγο παραπάνω».

M: Ναι, ναι.

Γ: Έχεις έρθεις ποτέ αντιμέτωπη με κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα social media; Κάποιο cyberbullying, κάποιος να προσπαθήσει να σε εκμεταλλευτεί;

M: Ναι.

E: Το συζήτησες αυτό με κάποιον...

M: Με είχαν στείλει μήνυμα αρκετές φορές στο Facebook και στο Messenger έτσι άνθρωποι που δεν έχω φίλους, το έδειξα στον πατέρα μου, εγώ γελούσα, δεν έκανα κάτι, προφανώς δεν θα απαντήσω, το έδειξα στον πατέρα μου, ο μπαμπάς μου απάντησε και τον πήρε βιντεοκλήση και τον είπε «Τι κάνεις ρε παιδί μου σε παιδάκια μικρά;» και με έκανε block.

E: Άρα λοιπόν το συζήτησες με τους γονείς σου, με τον μπαμπά σου κλπ, δεν έκανες κάποια καταγγελία στη δίωξη ηλεκτρονικού εγκλήματος;

M: Όχι.

E: Σε περίπτωση που αντιμετώπιζες κάποια κακοποιητική συμπεριφορά όμως, σε ποιον θα απευθυνόσουν πρώτα; Με ποιον θα το συζητούσες πρώτα αν έτσι αντιμετώπιζες όπως και τώρα...

M: Με τη μαμά μου.

E: Με τη μαμά; Και αν ήταν ένα πολύ σοβαρό περιστατικό θα προχωρούσες σε καταγγελία στη δίωξη ηλεκτρονικού εγκλήματος;

M: Ναι, για σοβαρό ναι.

E: Έχεις υπάρξει εσύ θύτης αναπτύσσοντας κάποια κακοποιητική συμπεριφορά; Ακόμα και στο πλαίσιο ας πούμε μιας παρέας, δηλαδή κάποιος να σε επηρέασε αρνητικά και να έχεις υπάρξει εσύ θύτης κι όχι θύμα.

M: Ναι;

E: Έχεις υπάρξει δηλαδή εσύ θύτης;

M: Σίγουρα, δεν θα έχει υπάρξει μια φορά; Θα... εντάξει.

E: Λοιπόν, πώς κατέληξε αυτό; Όταν δηλαδή είχες αυτή τη συμπεριφορά; Λύθηκε μετά αυτό το θέμα; Είχε κάποια άλλη κατάληξη;

M: Όχι, πάντα λύνεται γιατί πιο πολύ είναι σε στίλ πλάκας οπότε δεν παρεξηγείται κανένας.

E: Αυτή την πλάκα την ακούμε συχνά τον τελευταίο καιρό...

M: Έτσι γίνονται οι πιο πολλές παρεξηγήσεις ειδικά στην ηλικία μας τώρα, μόνο έτσι γίνεται.

E: Έχεις ενημερωθεί ποτέ για την ασφαλή πλοήγηση στο διαδίκτυο και την ορθή χρήση των social media από τους γονείς σου;

M: Ναι.

E: Από το σχολείο σου;

M: Ναι.

E: Και ποια είναι η σχέση σου με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης γενικά;

M: Τα χρησιμοποιώ πιο πολύ για επικοινωνία και για ενημέρωση αλλά δεν τα δίνω τόσο βάση για (...) πώς να το εξηγήσω (...) δεν εξαρτάται όλη μου η ζωή μόνο απ' αυτά.

E: Και αν ας πούμε κοβόταν το ίντερνετ και δεν είχαμε καθόλου social media όχι για καμιά ώρα αλλά για μια μακρά περίοδο, πώς φαντάζεσαι τη ζωή σου;

M: Εντάξει, παλιότερα που δεν υπήρχε δεν θα πέθαιναν κιόλας οι άνθρωποι.

E: Μια χαρά ήμασταν, σε διαβεβαιώ!

M: Και καλύτερα, εντάξει στην αρχή είναι περίεργο αλλά εντάξει, όλα μια συνήθεια είναι.

E: Τέλεια, σ' ευχαριστώ πολύ! Καλή συνέχεια.

M: Καλή συνέχεια. Εγώ ευχαριστώ.

KAMA1

E: Έχεις λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης;

M: Ναι, έχω σε 2, στο Tik Tok και στο Instagram.

E: Ποιο χρησιμοποιείς πιο συχνά;

M: Πιστεύω πιο συχνά χρησιμοποιώ το Tik Tok.

E: Χρησιμοποιείς τα social media για την καθημερινή σου επικοινωνία με τους φίλους σου;

M: Αρκετές φορές, ναι, στο Instagram, μιλάμε πολύ συχνά ναι, και για αρκετό διάστημα.

E: Με την οικογένειά σου μιλάς, έτσι μέσω των social media;

M: Όχι τόσο πολύ γιατί δεν ασχολούνται πολύ οι γονείς μου. Λίγο με τον αδελφό μου.

E: Με τους συμμαθητές σου;

M: Με τους συμμαθητές μου, ναι, καθημερινά, ασχολούμαστε περισσότερο, ανταλλάσσουμε μηνύματα για τα μαθήματα.

E: Α, ωραία, θα το συζητήσουμε κι αυτό. Κράτησέ το αυτό που μου λες γιατί θα το πούμε παρακάτω. Προτιμάς τις κλήσεις, το chat ή τις βιντεοκλήσεις για την επικοινωνία σου στα social media;

M: Πιστεύω είναι αναλόγως την κατάσταση, άμα είναι να συζητήσουμε για κάτι περιττό, αστείο, μέσω με μηνύματα, άμα είναι λίγο πιο σοβαρό μέσω κλήσης.

E: Πόσο συχνά μπαίνεις στο προφίλ των φίλων σου για να ενημερώνεσαι για την καθημερινότητά τους και να παρακολουθείς τις αναρτήσεις τους;

M: Δεν είναι ότι μπαίνω μέσα στο προφίλ τους, έτσι όπως βγάζει το Instagram τα stories από εκεί πέρα θα κοιτάξω.

E: Στο newsfeed και στα stories δηλαδή, δεν μπαίνεις έτσι ας πούμε σε κάποιο προφίλ για να δεις τι έκανε αυτός ας πούμε σήμερα.

M: Όχι, δεν έχω κάτι τέτοιο.

E: Προτιμάς να μαθαίνεις την επικαιρότητα από τις εφημερίδες, τα περιοδικά, την τηλεόραση, δηλαδή από τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας ή προτιμάς το διαδίκτυο και τα social media;

M: Πιστεύω ότι είναι πιο έγκυρες οι πηγές απ' τα παραδοσιακά αλλά επειδή δεν με βολεύει τόσο πολύ με το ωράριο που έχω κοιτάω περισσότερο στα social media.

E: Ωραία, άρα δηλαδή δεν έχεις χρόνο να ενημερώνεσαι τόσο πολύ απ' τα παραδοσιακά social media οπότε σου είναι πιο εύκολο το ίντερνετ.

M: Ναι, είναι βασικά πιστεύω πιο γρήγορο γιατί απλά πατάω ένα κουμπί και μου εμφανίζεται.

E: Και μου απάντησες μόλις τώρα ότι δεν εμπιστεύεσαι τόσο πολύ και τα social media δηλαδή θεωρείς πιο αξιόπιστα και έγκυρα τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας.

M: Ναι, πιστεύω ότι το έχουν αναλύσει περισσότερο.

E: Οι φίλοι σου και οι ακόλουθοί σου από ποιο χώρο προέρχονται συνήθως; Από το σχολείο, το οικογενειακό ή το φιλικό σου περιβάλλον;

M: Από σχολείο, φιλικό, φροντιστήρια, γενικά...

E: Τα χρησιμοποιείς, είναι φίλοι σου ας πούμε και οι γονείς σου, δηλαδή οι φίλοι σου, οι ακόλουθοί σου προέρχονται και απ' το οικογενειακό σου περιβάλλον.

M: Ναι, είναι φίλοι μου και άτομα που γνωρίζω ή ξέρω ότι είναι εδώ πέρα στο σχολείο και τα ξέρουν κι άλλα άτομα.

E: Και είναι γνωστοί σου. Στέλνεις αιτήματα φιλίας σε αγνώστους;

M: Όχι, δεν το έχω πολύ αυτό γιατί δεν με ενδιαφέρει κιόλας πολύ το ποιον θα ακολουθώ.

E: Αποδέχεσαι όμως αιτήματα φιλίας από αγνώστους;

M: Όχι, βασικά τα φοβάμαι λίγο για να πω την αλήθεια και τα αποφεύγω αυτά.

E: Άρα λοιπόν όταν κάποιος θα σου στείλει ένα αίτημα φιλίας και είναι άγνωστος ή όταν θα στείλεις εσύ σε κάποιον ένα αίτημα φιλίας αν είναι άγνωστος, αν στείλεις καμιά φορά, υπάρχει περίπτωση να σε επηρεάσει η φωτογραφία που έχει στο προφίλ του και να πεις «Α, ξέρω γω, αυτός φαίνεται της ηλικίας μου, θα μπορούσα να τον κάνω και φίλο, επηρεάζεσαι γενικότερα από τη φωτογραφία κάποιου αγνώστου ή δεν δίνεις καθόλου σημασία και δεν τους κάνεις καν φίλους, δεν μπαίνεις στη διαδικασία να έχεις φίλο κάποιον που μπορεί να είναι άγνωστος;

M: Δεν μπαίνω καθόλου σε αυτή τη διαδικασία.

E: Επηρεάζεται η συμπεριφορά σου απέναντι σε κάποιον διαδικτυακό σου φίλο όταν συμφωνείς ή διαφωνείς με κάποια ανάρτησή του;

M: Δεν πιστεύω ότι θα με επηρεάσει τόσο πολύ το ότι έχουν διαφορετική άποψη, δεν με νοιάζει πολύ.

E: Χρησιμοποιείς τα social media όταν θέλεις να πλησιάσεις κάποιον φιλικά ή συναισθηματικά;

M: Και πάλι άμα είναι γνωστός μου και έχω μάθει απ' τη φίλη μου, ναι, θα...

E: Θα τα χρησιμοποιήσεις τα social media μ' αυτή τη λογική.

M: Ναι, πιστεύω ότι είναι απλά μια δευτερεύουσα, ένα δευτερεύον πράγμα στο να...

ΓΕ Και με ποιον τρόπο θα μπορούσες να πλησιάσεις έτσι κάποιον άνθρωπο; Είτε φιλικά είτε συναισθηματικά. Με chat, με ένα like, έχεις ας πούμε στο μυαλό σου πώς θα μπορούσες να το κάνεις αυτό;

M: Στην αρχή όταν δεν τους ξέρω καλά υποθέτω απλά πατάω ένα like να δείξω ότι ενδιαφέρομαι για κάποια πράγματα κι ότι ενδιαφέρομαι γι' αυτό το άτομο και στη συνέχεια μπορεί να στείλω μήνυμα.

E: Τέλεια. Πότε νιώθεις μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση, όταν επικοινωνείς μέσω των social media ή στη δια ζώσης επαφή;

M: Φυσικά στη δια ζώσης επαφή, γιατί δεν πιστεύω ότι μπορείς να καταλάβεις πολλά συναισθήματα μέσω μηνυμάτων.

E: Και πότε εκφράζεις πιο εύκολα τα συναισθήματά σου, λοιπόν, μέσω των social media ή στη δια ζώσης επικοινωνία;

M: Συνήθως προτιμάω να εκφράζομαι συναισθηματικά στη ζωή μου γενικά και όχι στα social media. Αν και μπορεί κάποιες φορές άμα δεν νιώσω καλά να στείλω μήνυμα στη φίλη μου που όμως έχουμε έναν Α δεσμό μαζί.

E: Κι όταν προκύπτει κάποιο πρόβλημα που θες να το συζητήσεις ή τέλος πάντων έχει συμβεί κάτι το οποίο πρέπει να επιλυθεί θα προτιμήσεις να το συζητήσεις κι αυτό δια ζώσης ή μπορεί ας πούμε να πεις εντάξει δεν χρειάζεται να βρεθούμε ρε παιδί μου, ας το λύσουμε απ' τα social, δηλαδή θα ξεκινήσεις ένα διάλογο μέσω του Instagram ας πούμε μ' αυτό τον άνθρωπο με τον οποίο συνέβη κάτι και θες να λύσεις το πρόβλημα αυτό;

M: Εγώ συνήθως λύνω τα προβλήματα δια ζώσης γιατί πιστεύω ότι θα γίνουν περισσότερες παρεξηγήσεις μέσω μηνυμάτων.

E: Οι γονείς σου έχουν λογαριασμό σε κάποια πλατφόρμα social media;

M: Όχι, δεν έχουν, καμία.

Γ: Άρα δεν ακολουθείτε ο ένας τον άλλο, εφόσον δεν έχουν, και ούτε έχει τύχει προφανώς να σου κάνουν κάποια παρατήρηση για κάποια ανάρτησή σου.

M: Όχι.

E: Έχει τύχει, παρόλο που δεν έχουν social media και δεν είστε φίλοι μπορεί κάποια στιγμή να είδαν στο κινητό σου ή σε κάποιον άλλο, σε ένα υπολογιστή κάτι και να μη συμφωνούν, έχει τύχει ποτέ να σου κάνουν κάποια παρατήρηση;

M: Επικοινωνώ με τους γονείς μου αλλά δεν έχει τύχει κάτι τέτοιο γιατί...

E: Επικοινωνείς μέσω social;

M: Όχι. Επικοινωνώ γενικά με τους γονείς μου, έχουμε μια καλή σχέση, εμπιστευόμαστε ο ένας τον άλλο αλλά μια τέτοια κατάσταση δεν μου έχει τύχει ποτέ γιατί δεν ανεβάζω και πολλά πράγματα.

E: Χρησιμοποιείς τα social media με τους συμμαθητές σου ή και με τους καθηγητές σου για να συζητήσετε θέματα που αφορούν στο σχολείο;

M: Ναι, πολλές φορές.

E: Έχετε κάποιο γκρουπάκι;

M: Έχουμε ομαδικές σε όλα τα φροντιστήρια και με τους συμμαθητές μου και με τους καθηγητές κάποιες ομαδικές, ναι.

E: Σε περίπτωση που έχεις ή είχες κάποια στιγμή σύντροφο επηρέαζαν ή επηρεάζουν οι αναρτήσεις σας τη μεταξύ σας σχέση;

M: Πιστεύω ότι αναλόγως με το άτομο θα επηρέαζε, αλλιώς δεν πιστεύω ότι θα υπήρχε κάτι αρνητικό ανάμεσα σ' αυτούς τους δύο.

E: Δεν θα επηρέαζαν δηλαδή οι αναρτήσεις σας, δεν έχουν επηρεάσει όταν ή άμα έχεις μια σχέση. Πιστεύεις ότι οι αναρτήσεις σας και τα λοιπά δεν επηρεάζουν τη μεταξύ σας σχέση.

M: Όχι.

E: Είπαμε ότι σε περίπτωση που έχεις σύντροφο ή είχες κάποια στιγμή δεν επηρέαζαν οι αναρτήσεις αυτές τη μεταξύ σας σχέση.

M: Ναι, πιστεύω ότι είναι αναλόγως με το άτομο και την προσωπικότητά του.

E: Έχεις οδηγηθεί όμως ποτέ από κάποια συμπεριφορά δική σου ή του συντρόφου σου για παράδειγμα σε κάποιο τσακωμό ή σε κάποιο χωρισμό; Σας έχει επηρεάσει ποτέ στη σχέση σου τόσο πολύ; Τα social media;

M: Όχι με σύντροφο, αλλά με μία φίλη μου αλλά δεν πιστεύω ότι ήταν ο παράγοντας των social media γενικά σαν πλατφόρμα αλλά ένα προσωπικό θέμα που έτυχε να εμπλέκεται...

E: Μπορείς να περιγράψεις τον εαυτό σου με 5 λέξεις;

M: Με 5 λέξεις;

G: Με 5, με 3 άμα σε βολεύει, δεν με πειράζει εμένα. Έχει σχέση με την επόμενη ερώτηση, γι' αυτό σε ρωτάω.

M: Πιστεύω ότι, δε θυμάμαι τη λέξη βασικά (...)

E: Δεν πειράζει, περίγραφέ το μου (...)

M: Πιστεύω ότι είμαι ανοιχτή γενικά σε άλλες απόψεις, δεν έχω πολύ αυτοπεποίθηση και μου έχουν πει αρκετές φορές επειδή δεν κάνω πολλές αυτογνωσίες γενικά σε τέτοια θέματα γιατί πιστεύω είναι αναλόγως πώς με βλέπει το άλλο άτομο μου λένε αρκετοί ότι είμαι ευγενική, οπότε (...)

E: Στο λέω κι εγώ, είσαι πολύ ευγενική.

M: Ευχαριστώ.

E: Αυτό λοιπόν, το προφίλ αυτό τώρα που μου περιέγραψες για εσένα πιστεύεις ότι φαίνεται στα social media που έχεις; Δηλαδή αν μπω στο Instagram για παράδειγμα ή στο TikTok θα δω ένα κορίτσι το οποίο όντως είναι ευγενικό; Δηλαδή, συμβαδίζει αυτό που όντως είσαι με αυτό που δείχνεις στα social media;

M: Πιστεύω ότι δε φαίνεται πάρα πολύ, πιστεύω βασικά ότι φαίνεται σαν ένα απλό άτομο, μπορεί όχι κοινωνικό, μπορεί και λίγο ψυχρή, γιατί συνήθως οι φωτογραφίες που ανεβάζω είναι πάντα λίγο με πιο λίγο κλειστά χρώματα, με πιο σκούρα χρώματα.

E: Α, είναι το στιλ σου δηλαδή αυτό οπότε κάποιος θα καταλάβει κάποια πράγματα αλλά όχι απαραίτητως αυτά που μου περιέγραψες πριν.

M: Ναι.

E: Υπάρχουν στοιχεία της ταυτότητάς ή της εικόνας σου που εσκεμμένα παραποιείς στα social media; Για παράδειγμα κρύβεις την ηλικία σου, ή την καταγωγή σου, ή αποφεύγεις να αναφέρεσαι σ' αυτά ή σε άλλα στοιχεία σου;

M: Όχι, βασικά δεν αναφέρομαι σε τέτοια πράγματα. Για φωτογραφίες ας πούμε ναι ανεβάζω, αλλά έχω ιδιωτικό account.

E: Κι αν κάποιος φίλος σου ή ακόλουθός σου αναρτήσει κάτι που σε αφορά, πχ μια κοινή σας φωτογραφία, προτιμάς να το ελέγξεις πρώτα και να εγκρίνεις την ανάρτηση εσύ ή δεν σε πειράζει, δεν χρειάζεται να το εγκρίνεις;

M: Θέλω τις περισσότερες φορές να το εγκρίνω, το σέβομαι κάποιος να μου ζητήσει αν είναι να ανεβάσει μια φωτογραφία γιατί ούτως ή άλλως ακόμη και ιδιωτικό να

έχουμε, τους ίδιους φίλους, είναι φωτογραφία με εμένα, αν δεν μου αρέσει δεν θα 'θελα πολύ να τη μοιραστώ.

E: Εσύ όταν ανεβάζεις φωτογραφίες σου χρησιμοποιείς φίλτρα;

M: Όχι.

E: Τα αποφεύγεις. Γιατί;

M: Τα αποφεύγω. Πιστεύω ότι δεν μπορεί, βασικά αλλάζει κάτι πολύ, κάτι που δεν είμαι και δε θέλω άνθρωποι να βλέπουν εμένα στο Instagram έτσι και μετά... Μπορεί να βλέπουν μια 20χρονη και μετά να είναι ένα 15χρονο.

E: Σε περίπτωση που αναρτήσεις κάτι και δεν έχει την ανταπόκριση που θέλεις, θα την κατεβάσεις αυτή τη δημοσίευση ή θα την αφήσεις;

M: Όχι, δεν με νοιάζει πολύ η ανταπόκριση.

E: Τέλεια. Άρα δεν επηρεάζει την αυτοπεποίθησή σου για παράδειγμα αν ανεβάσεις μια φωτογραφία και συγκεντρώσει πάρα πολλά likes, δεν θα είναι ωραία, δεν νιώθεις καλύτερα όταν νιώθεις ότι αυτό που έχεις ανεβάσει έχει μεγάλη αποδοχή;

M: Θα νιώθω καλύτερα αλλά (...)

E: Δεν επηρεάζει όμως αυτό την αυτοπεποίθησή σου γενικά;

M: Όχι, γιατί πιστεύω ότι οι περισσότεροι δεν κάθονται και επεξεργάζονται μια φωτογραφία απλά πατάνε like και συνεχίζουν οπότε (...)

E: Από ποιο μέσο συνήθως ενημερώνεσαι για τις εξελίξεις στη μόδα αλλά και στα προϊόντα τεχνολογίας;

M: Περισσότερο σ' αυτό θα έλεγα απ' το TikTok.

E: Άρα κι εδώ πάλι στα social media, μέσω των social ενημερώνεσαι γενικά.

M: Σε θέματα τεχνολογίας και μόδας, ναι.

E: Και συμβουλεύεσαι τις τάσεις της μόδας από τα social media, γενικότερα, όταν θες ας πούμε να πας να αγοράσεις ρούχα ή οτιδήποτε, επηρεάζεσαι από αυτά, δηλαδή συμβουλεύεσαι τη μόδα μέσω των social media;

M: Θα 'λεγα συμβουλεύομαι σε κάποιες περιπτώσεις, ας πούμε άμα λέει για σωματότυπα να δω ας πούμε τι θα με ταίριαζε παραπάνω αλλά γενικά από ρούχα να με επηρεάσει κάποιος να πάω να πάρω κάτι, απλά επιλέγω κάτι που να αρέσει σε εμένα.

E: Ακολουθείς διασημότητες στα social media; Έχεις κάποιους έτσι, celebrities ας πούμε που σου αρέσει να παρακολουθείς;

M: Βασικά είναι εταιρείες αυτά που ακολουθάω, είναι το PlayStation και διάφορες εταιρείες βιντεοπαιχνιδιών επειδή μου αρέσουν τα βιντεοπαιχνίδια.

E: Α, σου αρέσουν τα βιντεοπαιχνίδια ε;

M: Ναι.

E: Άρα λοιπόν επειδή δεν μου περιγράφεις κάποια πρόσωπα συγκεκριμένα δεν μπορώ να σε ρωτήσω αν αντιγράφεις και τον τρόπο που ντύνονται αλλά...

M: Ίσως στο TikTok να ακολουθάω λίγο άτομα που έχουν περισσότερους followers αλλά δεν μπορώ να πω ότι (...)

E: Δεν επηρεάζεσαι όμως, δεν τους αντιγράφεις (...)

M: Όχι, μπορεί ας πούμε καμιά φορά όταν νιώθω χάλια, έχω περίοδο αυτά κι εκείνα, δεν είμαι σε καθόλου, να είμαι σε «Ω, μακάρι να ήμουν σαν κι αυτήν, είναι πολύ όμορφη!» αλλά δεν πιστεύω ότι θα με επηρεάσει ο τρόπος που ζει, ο τρόπος που ντύνεται.

E: Γενικότερα απ' αυτούς που παρακολουθείς έτσι στο TikTok στο Instagram κλπ, τυχαίνει ποτέ να διαφημίζουν κάτι, να έχουν κάτι, κάποιο αξεσουάρ κάτι που σου αρέσει και να πεις «Α, ξέρω γω, αυτό που το διαφημίζει ο τάδε, θα 'θελα να το αγοράσω», να αγοράσεις κι εσύ κάτι; Επηρεάζεσαι στις αγορές σου από αυτά που βλέπεις στα social media;

M: Επηρεάζομαι, επειδή μου αρέσει, βασικά, τα μικρογκατζετάκια ή τα ρούχα ή θέματα καλλοποίησης, αυτά κι εκείνα, μ' αρέσουν πάρα πολύ αλλά το να δω τον άλλο να το διαφημίζει ας πούμε και ότι επειδή είναι ένα άτομο με κοινό δε σημαίνει ότι θα το πάρω γι' αυτό τον λόγο.

E: Για τις αγορές σου προτιμάς τα φυσικά καταστήματα ή το e-shopping;

M: Τα φυσικά γιατί η μαμά μου βασικά μου το έχει βάλει αυτό το κόλλημα πρέπει να τα δοκιμάζω πρώτα γιατί μετά ξοδεύεις και λεφτά άμα δε σου κάνουν.

E: Έχει τύχει ποτέ να ξοδέψεις περισσότερα χρήματα από τον προϋπολογισμό σου ή από τα χρήματα που σου επιτρέπουν οι γονείς σου για κάποιο πολυδιαφημισμένο προϊόν στα social media; Βγαίνεις εκτός προϋπολογισμού στις αγορές σου όταν βλέπεις κάτι στα social και σ' αρέσει;

M: Όχι, γιατί είμαι κι εγώ σαν άτομο που δεν μ' αρέσει να ξοδεύω πάρα πολύ εκτός άμα έχω δει κάτι μπροστά μου και μ' αρέσει πάρα πολύ και λέω «Αυτό θα το πάρω, πάση θυσία»

E: Τότε δηλαδή μπορεί να ξεφύγεις και λιγάκι αν είναι κάτι που πραγματικά σου αρέσει πάρα πολύ.

M: Αλλά είναι κάποιες φορές (...)

E: Σπάνιες φορές. Έχεις έρθεις ποτέ αντιμέτωπη με κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα social media; Με bullying, με έτσι κάποιος να προσπαθήσει να σε προσεγγίσει με σκοπό να σε βλάψει; Κάποια συμπεριφορά, κάτι τέτοιο, να έχεις συναντήσει κάτι;

M: Όχι, ευτυχώς δεν έχω ποτέ και δεν θα 'θελα ποτέ να τύχει αυτό αλλά πιστεύω ότι είμαι έτσι σαν άνθρωπος που τα αποφεύγω γενικά όπως και πριν που ανέφερα.

E: Κι αν αντιμετώπιζες όμως κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα social media, σε ποιον θα απευθυνόσουν πρώτα;

M: Στους γονείς μου, βασικά θα το 'λεγα πρώτα στη μαμά μου πιστεύω αλλά έχω αυτό το σκεπτικό ότι θα πρέπει να το πω απευθείας σε κάποιον, δεν θα το άφηνα να περάσει έτσι. Άμα έβλεπα ότι δεν μπορώ να υπερασπιστώ τον εαυτό μου.

E: Και καλά θα έκανες. Θα έκανες ποτέ κάποια καταγγελία στη δίωξη ηλεκτρονικού εγκλήματος σε περίπτωση που σου συνέβαινε κάτι κι αφού το είχες συζητήσει εννοείται με τους γονείς σου;

M: Άνετα, ο μπαμπάς μου δουλεύει, είναι αστυνομικός οπότε (...)

E: Οπότε σίγουρα θα το έκανες και καλά θα έκανες. Εσύ έχεις υπάρξει θύτης, έστω και άθελά σου, έτσι να παρασυρθείς, να αναπτύξεις κι εσύ μια συμπεριφορά κακή απέναντι σε κάποιον μέσω των social media;

M: Πιστεύω ότι υπήρχε μια περίοδος της ζωής μου που δεν ξέρω πώς, είχα κάτι θέματα θυμού, εντάξει τα έχω ξεπεράσει λίγο αυτά, αλλά είχα ξεσπάσει πάνω σε μια φίλη μου μέσω μηνυμάτων αλλά αμέσως το μετάνιωσα γιατί πάντα σκέφτομαι πώς νιώθει ο άλλος.

E: Άρα λοιπόν κατάλαβες το λάθος σου, απολογήθηκες, ζήτησες συγνώμη, προσπάθησες να το διορθώσεις;

M: Πήγα και δια ζώσης και το συζητήσαμε.

E: Έχεις ενημερωθεί ποτέ για την ασφαλή πλοήγηση στο διαδίκτυο από τους γονείς σου;

M: Πώς;

E: Σε έχουν ενημερώσει οι γονείς σου πώς χρησιμοποιούμε σωστά το Ίντερνετ, τα social media για να ξέρεις να αποφεύγεις κάποιους κινδύνους, σε περίπτωση που χρειαστείς κάτι πού μπορείς να απευθυνθείς κλπ, έχετε κάνει κάποια τέτοια συζήτηση;

M: Τέτοια συζήτηση μπορεί να ήταν μια μικρή όταν είχα πρωτανοίξει τις πλατφόρμες μου στα social media.

E: Συζητάτε όμως για την ασφάλεια στο διαδίκτυο.

M: Ναι, συζητάμε λίγο αλλά πιστεύω ότι ο κυριότερος παράγοντας που γνωρίζω ως πούμε για το πώς να συμπεριφερθώ στα social media είναι από το φροντιστήριό μου στα αγγλικά που μας φροντίζει πάρα πολύ και κάνει τέτοια μαθήματα που μας ενημερώνει για τέτοια θέματα (...)

E: Άρα λοιπόν από σχολείο, από φροντιστήριο, έχεις ενημερωθεί για την ασφάλεια του διαδικτύου;

M: Έχω ενημερωθεί και πολλοί ως πούμε της ηλικίας μου έχω δει ότι δεν τους νοιάζει και πολύ αυτές οι παρουσιάσεις που μας κάνουν αλλά μου φαίνεται πολύ ενδιαφέρον και πιστεύω ότι σε κάνει καλύτερο σαν άτομο, σε κάνει να μεγαλώνεις ως πούμε;

E: Και για πες μου τώρα, ποια είναι η σχέση σου με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης γενικά; Πώς θα περιέγραφες τη σχέση σου;

M: Απ' τη μία πιστεύω ότι είναι ένας (...) περνάω καλά τον χρόνο μου γιατί το διαχειρίζομαι κατά τη δικιά μου άποψη σωστά.

E: Κατά τη δικιά σου άποψη λες. Κατά την άποψη ως πούμε των γονιών σου ή κάποιου άλλου;

M: Το 'χουμε συζητήσει κι αυτό, μια χαρά το χειρίζομαι, μπορεί κάποιες φορές χωρίς να το καταλαβαίνω να κάθομαι περισσότερες ώρες αλλά (...)

E: Αλλά και πάλι μπορείς να βάλεις ένα μέτρο στον εαυτό σου;

M: Ναι, μπορώ να με σταματήσω, να πω, τώρα σταμάτα, πάνε διάβασε.

E: Και άμα κόβανε το Ίντερνετ και ξαφνικά δεν υπήρχαν social media, δε σου μιλάω για μία ώρα, σου μιλάω γενικότερα ρε παιδί μου, να περάσεις μια περίοδο της ζωής σου χωρίς social media, πώς τη φαντάζεσαι τη ζωή σου χωρίς αυτά;

M: Για να μη λέω ψέματα, θα στεναχωριόμουν λίγο γιατί θα γυρνούσε πίσω αυτή η βαρεμάρα που έχω κάποιες φορές αλλά θα μπορούσε αυτή να την κάνω να γίνει δημιουργικότητα γιατί το είχα αυτό και πιο παλιά, τώρα δεν το έχω τόσο πολύ, πρέπει να παραδεχτώ, αλλά θα στεναχωριόμουν λίγο παραπάνω για κάτι βιβλία που διάβαζα μέσω του Ίντερνετ.

E: Α, διαβάζεις δηλαδή μέσω διαδικτύου κάποια βιβλία; Εγώ ας πούμε online δεν μπορώ να διαβάσω κάτι, με κουράζει πάρα πολύ. Το καταφέρνεις;

M: Ναι, και πολύ μάλιστα και, δεν είναι βασικά πλατφόρμα τόσο πολύ, social media σε φάση να, κοινωνικοποίησης με άλλα άτομα οπότε δεν πιστεύω ότι με επηρεάζει τόσο πολύ στην ψυχική μου υγεία και περνάω καλά διαβάζοντας αυτά τα βιβλία που δεν μπορώ λόγω οικονομικούς λόγους να πάρω κάποια και να τα διαβάσω όλα αυτά γιατί τα διαβάζω και γρήγορα, οπότε (...)

E: Τα διαβάζεις και γρήγορα, κατάλαβα...

M: Μόνο γι' αυτό θα στεναχωριόμουνά τόσο πολύ.

E: Πολύ ωραία. Ήταν πολύ ενδιαφέρουσα η συζήτηση. Χάρηκα πολύ!

M: Κι εγώ χάρηκα. Καλή συνέχεια!

KZΔΑ1

E: Έχεις λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης;

M: Ναι, στο TikTok.

E: Μόνο TikTok έχεις;

M: Ναι, Instagram και αυτά δεν έχω.

E: Μόνο TikTok. Άρα λοιπόν αυτό χρησιμοποιείς. Γιατί θα σε ρωτούσα ποιο χρησιμοποιείς πιο συχνά αλλά εφόσον έχεις TikTok.

M: Ναι.

E: Χρησιμοποιείς τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για την καθημερινή σου επικοινωνία με τους φίλους σου;

M: Ναι, να πω την αλήθεια, απλά όχι τόσο πολύ.

E: Με την οικογένειά σου;

M: Αν μιλάω μέσω των κοινωνικών δικτύων;

E: Ναι, αν χρησιμοποιείς (...)

M: Όχι, απ' το τηλέφωνο συνήθως.

E: Με τους συμμαθητές σου;

M: Ούτε, δεν είμαι ούτε στην ομαδική επειδή δεν έχω Instagram.

E: Προτιμάς τις κλήσεις, το chat ή τις βιντεοκλήσεις για την επικοινωνία σου στα social media;

M: Νομίζω κλήσεις.

E: Κλήσεις τηλεφωνικές.

M: Ναι, τηλεφωνικές.

E: Ποσό συχνά μπαίνεις στο προφίλ των φίλων σου για να ενημερώνεσαι για την καθημερινότητά τους και να παρακολουθείς τις αναρτήσεις τους;

M: Καθόλου, δεν με αφορά τι κάνουν στη ζωή τους.

E: Προτιμάς να μαθαίνεις την επικαιρότητα από τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας, όπως λέμε δηλαδή το ραδιόφωνο, την τηλεόραση, τα περιοδικά ή από το διαδίκτυο και τα social media;

M: Ανάλογα, και απ' τα 2. Αλλά, ναι, δεν είμαι πολύ μέσα στα πράγματα.

E: Εννοείς δεν είσαι πολύ μέσα στα πράγματα στο διαδίκτυο, δεν το χρησιμοποιείς τόσο συχνά;

M: Δηλαδή, δεν το χρησιμοποιώ τόσο για να μαθαίνω κουτσομπολιά ας πούμε.

E: Άρα χρησιμοποιείς για την ενημέρωσή σου και τα παραδοσιακά μέσα.

M: Πιο πολύ για την ψυχαγωγία.

E: Εμπιστεύεσαι τα social media όσον αφορά την αξιοπιστία και την εγκυρότητά τους;

M: Όχι, γιατί έχουν όχι μόνο fake news, έχουνε, όλα είναι λάθος θεωρητικά.

E: Οι φίλοι σου, οι ακόλουθοί σου δηλαδή από ποιο χώρο προέρχονται συνήθως; Από το σχολείο, το οικογενειακό περιβάλλον, το φιλικό σου περιβάλλον;

M: Ε, απ' το φιλικό μου περιβάλλον και μπορεί και απ' το σχολείο κάποιοι.

E: Στέλνεις αιτήματα φιλίας σε αγνώστους;

M: Όχι.

E: Αποδέχεσαι αιτήματα φιλίας από αγνώστους;

M: Όχι.

E: Άρα λοιπόν, δεν σε επηρεάζει η φωτογραφία προφίλ ενός αγνώστου στο αν θα δεχθείς ή αν θα στείλεις ένα αίτημα φιλίας;

M: Αν με επηρεάζει;

E: Ναι, αν σε επηρεάζει.

M: Προφανώς, για ποιο λόγο πρώτον να αποδεχθώ κάποιον που δεν ξέρω καν το όνομά του και δεύτερον γιατί να κάνω αίτημα σε κάποιον που δεν ξέρω.

E: Ωραία. Άρα λοιπόν δεν ασχολείσαι καθόλου με τέτοιου είδους αιτήματα με ανθρώπους που δεν γνωρίζεις.

M: Όχι.

E: Επηρεάζεται η συμπεριφορά σου απέναντι σε κάποιον φίλο σου διαδικτυακό όταν συμφωνείς ή όταν διαφωνείς με κάποια ανάρτησή του; Αν αναρτήσει κάποιος κάτι με το οποίο δε συμφωνείς και πάρα πολύ, έχετε αντίθετες απόψεις.

M: Νομίζω θα το σχολιάσω, δηλαδή θα κάνω μια συζήτηση για να του πω ότι ας πούμε ότι κάτι με ενόχλησε, δεν μου άρεσε ή έχω αντίθετη άποψη αλλά μέχρι εκεί. Αν δω ότι δεν καταλαβαίνει, θα τον σταματήσω.

E: Άρα θα μπορούσες να πεις ότι σε κάποιο βαθμό επηρεάζεται.

M: Ναι, σε κάποιο βαθμό επηρεάζεται.

E: Χρησιμοποιείς τα social media όταν θέλεις να πλησιάσεις φιλικά ή συναισθηματικά κάποιο άτομο;

M: Όχι, κυριολεκτικά όχι.

E: Πότε νιώθεις μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση, όταν επικοινωνείς μέσω social media ή στη δια ζώσης επαφή;

M: Δια ζώσης, είναι πολύ cringy τα social.

E: Πότε εκφράζεις πιο εύκολα τα συναισθήματά σου, θετικά και αρνητικά, όταν επικοινωνείς στα social media ή στη δια ζώσης;

M: Δια ζώσης.

E: Κι όταν προκύπτει κάποιο πρόβλημα ή ζήτημα τέλος πάντων που πρέπει να επιλυθεί, προτιμάς να το συζητήσεις μέσω των social ή δια ζώσης;

M: Αυτονόητα, δια ζώσης. Δεν μπορώ εγώ να μιλάω μέσω των social, μου φαίνεται πολύ περίεργο.

E: Αλήθεια ε;

M: Ναι, εγώ θέλω να κουνιέμαι, να μιλάω, δεν μπορώ έτσι (...)

E: Οι γονείς σου έχουν λογαριασμό σε κάποια πλατφόρμα social media;

M: Λοιπόν, η μαμά μου έχει Instagram, ο μπαμπάς μου νομίζω έχει TikTok;

E: Δεν είστε φίλοι;

M: Όχι, Παναγία μου.

E: Άρα λοιπόν δεν ακολουθείτε ο ένας τον άλλο με τον μπαμπά ακόμη κι αν έχετε TikTok. Γιατί;

M: Δεν ξέρω. Μου είχε πει «θέλω να μου κάνεις ένα λογαριασμό» και τώρα αν τον χρησιμοποιεί ή όχι δεν ξέρω αλλά δεν μου έχει πει τίποτα να με ακολουθήσει ή κάτι τέτοιο, δεν το έχει κάνει ποτέ.

E: Έτυχε λοιπόν και δεν (...) Αν όμως σου ζητούσε να τον ακολουθήσεις, να γίνετε φίλοι ας πούμε στο TikTok;

M: Εντάξει, δεν θα ανέβαζα ακριβώς ό,τι ήθελα να ανεβάσω.

E: Άρα θα είχες ένα περιορισμό, αν είχε ας πούμε (...)

M: Θα είχα. Απλά για σπόντες, αν ήθελα να πετάξω καμιά σπόντα για κάποιον, δεν θα μπορούσα γιατί θα το έβλεπε ο μπαμπάς μου, ας πούμε. Δεν είναι ότι ανεβάζω κάτι περίεργο. Απλά ναι (...)

E: Άρα λοιπόν σε περίπτωση που οι γονείς σου έχουν λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης, έχει τύχει ποτέ να σου κάνουν παρατήρηση; Εφόσον δεν ακολουθείτε ο ένας τον άλλον δεν έχουν δει κάποιες αναρτήσεις σου που μπορεί να...

M: Τους έχω δείξει εγώ.

E: Τους έχεις δείξει, και;

M: Τίποτα, μου λένε ότι είσαι πολύ όμορφη, αυτό. Α η μαμά μου μου έχει πει και «Πώς είσαι έτσι;»

E: Χρησιμοποιείς τα social media με τους συμμαθητές σου ή και με τους καθηγητές σου για να συζητήσετε θέματα που αφορούν στο σχολείο;

M: Social media; Όχι.

E: Είπες πριν δεν έχεις Instagram άρα δεν συμμετέχεις στην ομαδική;

M: Όχι, πέρσι μόνο ήμουν, στο Viber είχαμε μια ομάδα αλλά μέχρι εκεί.

E: Άρα τώρα δεν υπάρχει κάποιο γκρουπάκι με το οποίο εσύ ας πούμε να μιλάς ή οι συμμαθητές σου έχουν αλλά εσύ δεν συμμετέχεις.

M: Δεν είμαι εγώ μέσα.

E: Κι αν θέλεις να μάθεις, ας πούμε, αν λείπεις μια μέρα και θες να μάθεις τα μαθήματα της επόμενης ημέρας;

M: Θα στείλω στην Έρρικα αλλά μιλάμε μεταξύ μας.

E: Οι καθηγητές σου με τους συμμαθητές σου γνωρίζεις αν έχουν φτιάξει κάποιο γκρουπάκι μεταξύ τους;

M: Δεν νομίζω, όχι. Αποκλείεται.

E: Σε περίπτωση που έχεις ή είχες κάποια στιγμή σύντροφο επηρέαζαν ή επηρεάζουν, ανάλογα, οι αναρτήσεις σας τη μεταξύ σας σχέση;

M: Όχι...

E: Έχει οδηγήσει ποτέ κάποια συμπεριφορά σας στα social media σε τσακωμό ή ακόμα και σε χωρισμό;

M: Όχι.

E: Μπορείς να μου περιγράψεις τον εαυτό σου με 5 λέξεις; Ή με 3, είναι και πρωί, εντάξει.

M: Με 5.

E: Με 5, για προσπάθησε.

M: Εγώίστρια, λοιπόν, είμαι λίγο αργή αλλά θα τα σκεφτώ. Πιστεύω ότι είμαι, πώς, φιλόπονη;

E: Όταν λες φιλόπονη εννοείς ότι είσαι φιλεύσπλαχνη;

M: Ναι, ναι είμαι, αυτό.

E: Άρα και φιλεύσπλαχνη λοιπόν.

M: Ωραία, όπως θέλετε πείτε το.

E: Πολύ ωραία λέξη αυτή.

M: Είμαι δυναμική, το πιστεύω, απρόσμενη πολύ και δεν ξέρω πώς να το πω αυτή τη λέξη, είμαι διεκδικητική.

E: Διεκδικητική, πάρα πολύ ωραία. Λοιπόν μου περιέγραψες πάρα πολύ ωραία τον εαυτό σου και τώρα θέλω να μου πεις αν αυτά που μου περιέγραψες τώρα τα χαρακτηριστικά σου φαίνονται και από το προφίλ σου που έχεις στα social media.

M: Όχι, τίποτα δεν φαίνεται από ένα προφίλ.

E: Αν όμως έμπαινα στο προφίλ σου στο TikTok, ποια ΚΖΔΑ1 θα έβλεπα; Τι θα καταλάβαινα γι' αυτό τον άνθρωπο; Δεν θα καταλάβαινα για κανένα χαρακτηριστικό σου απ' αυτά που μου είπες κάτι;

M: Νομίζω πιο πολύ θα φαινόταν ότι έχω αυτοπεποίθηση. Ότι έχω αρκετή αυτοπεποίθηση, αλλά δεν είναι έτσι. Δεν μπορείς να καταλάβεις πράγματα από ένα προφίλ που ας πούμε εγώ έχω 2 βίντεο, 3.

E: Υπάρχουν στοιχεία της ταυτότητάς σου ή της εικόνας σου που εσκεμμένα παραποιείς στα social media; Ηλικία, καταγωγή, τέτοια χαρακτηριστικά.

M: Όχι, δεν με ενδιαφέρουν.

E: Όταν κάποιος φίλος σου, ακόλουθός σου στα social αναρτήσει κάτι που σε αφορά, για παράδειγμα μια φωτογραφία, θα ήθελες να το ελέγξεις πρώτα ή δεν σε ενδιαφέρει να το εγκρίνεις, μπορεί να το αναρτήσει χωρίς να σε ρωτήσει;

M: Απλά θα το δω το βίντεο μετά, αφού το έχει ανεβάσει και θα του πω πώς είσαι έτσι αν δεν μου αρέσει, σβήσ' το.

E: Δε θέλεις όμως απ' την αρχή να το ελέγξεις, δε σε πειράζει τόσο πολύ.

M: Ανάλογα το άτομο. Ας πούμε αν είναι η κολλητή μου, θα της πω δείξ' το μου. Θα μου το πει και από μόνη της.

E: Όταν ανεβάζεις φωτογραφίες σου ή βίντεο όπως ανεβάζεις στο TikTok, χρησιμοποιείς φίλτρα;

M: Όχι. Είμαι αρκετά όμορφη. (γέλιο)

E: Σε περίπτωση που αναρτήσεις κάτι και δεν έχει την ανταπόκριση που θέλεις, θα την κρατήσεις αυτή τη δημοσίευση ή θα την κατεβάσεις;

M: Ας ξεκινήσω (...) έχω ιδιωτικό λογαριασμό, οπότε έχει να κάνει μόνο μ' εμένα. Αν κάτι δεν μου αρέσει εμένα θα το σβήσω. Και 100 like να έχω και 150 και 90 και (...)

E: Άρα λοιπόν δεν σε επηρεάζει (...)

M: Άρα δεν με επηρεάζει, είναι καθαρά δικό μου (...)

E: Όμως επηρεάζει την αυτοπεποίθησή σου η ανταπόκριση στις δημοσιεύσεις σου, δηλαδή σου φτιάχνουν τη διάθεση τα πολλά likes για παράδειγμα; Σ' αρέσει;

M: Τα πολλά likes όχι, απλά μ' αρέσει να βλέπω σχόλια από φίλους μου που είναι έτσι θετικά.

E: Σου αρέσει να βλέπεις όμως τα θετικά σχόλια.

M: Είτε είναι στα social media αυτό είτε είναι από κοντά. Όταν έρθει μια κοπέλα ας πούμε και μου πει «Τι όμορφη που είσαι» θα χαρώ, είτε είναι απ' τα social είτε (...)

E: Από ποιο μέσο συνήθως ενημερώνεσαι για τις εξελίξεις και στη μόδα αλλά και σε προϊόντα τεχνολογίας; Εννοώ απ' τα παραδοσιακά μέσα, την τηλεόραση, περιοδικά κτλ. ή απ' το διαδίκτυο και τα social πχ το TikTok που έχεις εσύ;

M: Από τίποτα. Εντάξει, ξέρω 'γω.

E: Και συμβουλεύεσαι τις τάσεις της μόδας από τα social όταν θες να κάνεις κάποιες αγορές; Δηλαδή βλέπεις κάτι που σου αρέσει στο TikTok σε ένα βιντεάκι και λες «Α, αυτό είναι πολύ ωραίο, θα μπορούσα να το αγοράσω κι εγώ» ή πριν να πας για ψώνια λες «Για να δούμε, τι έχει; Τι είναι της μόδας τώρα;»

M: Τι είναι της μόδας, κοιτάω κυρίως τι μου πάει αλλά κυρίως σε ρούχα, αν δω κάτι που μου αρέσει πρώτα θα το ψάξω, θα το δω πάνω μου κτλ. και μπορεί να πάρω κάτι, ναι.

E: Ακολουθείς διασημότητες στα social media, celebrities, κάτι, κάποιους ανθρώπους έτσι που (...);

M: Μόνο αυτούς που είναι ωραίοι. (γέλιο)

E: (γέλιο) Όταν λες μόνο αυτούς που είναι ωραίοι, για πες μου κάποιους.

M: Λοιπόν, να σκεφτώ ποιους ακολουθώ όντως. Αλλά διασημότητες τώρα, εσείς πού να τους ξέρετε;

E: Εντάξει, τους ξέρω.

M: Ο Noah Beck.

E: Ο Noah Beck, ήμουν σίγουρη.

M: Ο Noah Beck, μα είναι κούκλος, δηλαδή πώς να μη τον ακολουθώ; Νομίζω αυτόν, τώρα μπορεί απλά να τους βλέπω χωρίς να τους ακολουθώ. Μπορεί να τους βλέπω στο TikTok χωρίς να τους ακολουθώ.

E: Αντιγράφεις τον τρόπο που ντύνονται, για παράδειγμα, επηρεάζει στο στιλ σου οι διασημότητες που βλέπεις στα social media ή που ακολουθείς;

M: Όχι, γιατί συνήθως δεν μου αρέσει όπως ντύνονται οι κοπέλες.

E: Γιατί; Πώς ντύνονται και δεν σου αρέσει;

M: Αυτές που βλέπω εγώ, συνήθως, διάσημες ας πούμε, ντύνονται κάπως όπως δεν θα ντυνόμουν εγώ, δηλαδή έτσι όπως είναι το στιλ μου.

E: Δεν ταιριάζει στο δικό σου στιλ. Αγοράζεις προϊόντα που είτε διαφημίζουν είτε χρησιμοποιούν κάποιες διασημότητες που βλέπεις, κάποιο προϊόν που σου άρεσε, κάποιο καλλυντικό, κάποιο ρούχο, κάποιο παπούτσι, κάτι τέλος πάντων που να σε επηρεάσει και να πεις «Α, το χρησιμοποιεί ας πούμε η Kendall Jenner»;

Ο Noah δε νομίζω... (γέλιο)

M: Δε μ' αρέσει η Kendall. Όχι, γιατί δεν έχει τύχει πιστεύω. Μπορεί απλά να δω κάτι και να μ' αρέσει αλλά δεν έχει τύχει ας πούμε ν' αγοράσω κάτι επειδή το βλέπω απ' αυτούς.

E: Για τις αγορές σου προτιμάς τα φυσικά καταστήματα ή e- shopping;

M: Τα φυσικά.

E: Έχει τύχει ποτέ να ξοδέψεις περισσότερα χρήματα από τον προϋπολογισμό σου, από αυτά που σου επιτρέπουν οι γονείς σου για κάποιο έτσι προϊόν που έχεις δει στα social και θα το ήθελες;

M: Όχι.

E: Έχεις έρθεις ποτέ αντιμέτωπος με κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα social, cyberbullying, κάποιος να σε προσεγγίσει με σκοπό να σε εκμεταλλευτεί, κακοποιητικό λόγο, ρητορική μίσους, τέτοια πράγματα;

M: Όχι, να σας πω την αλήθεια.

E: Χαίρομαι γι' αυτό.

M: Α, είχαν κάνει μια ομάδα στην Α' γυμνασίου, εγώ τότε στην Α' γυμνασίου εντάξει, ανέβαζα στο TikTok ό,τι να 'ναι, πάλι ιδιωτικό λογαριασμό είχα, και μ' ακολουθούσαν κάποια άτομα, συμμαθητές μου ας πούμε, και έπαιρναν τα βίντεο, τα έβαζαν σ' αυτή την ομαδική, πάλι στο Instagram που δεν ήμουν και με κοροΐδευαν, εμένα δε μ' ένοιαζε βέβαια τότε αλλά αυτό.

E: Όμως συνέβαινε κάποιος να σε κοροΐδεύει κτλ. Απλά δεν ήταν τόσο συγκλονιστικό το (...) Δεν χρειάστηκε να το συζητήσεις με κάποιον, με τους γονείς σου κτλ., ούτε ας πούμε να κάνεις κάποια καταγγελία γι' αυτό που μου περιγράφεις;

M: Όχι.

E: Σε περίπτωση που όμως αντιμετώπιζες κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα social πάντα, έτσι, σε ποιον θα απευθυνόσουν πρώτα;

M: Νομίζω σε καθηγητή που εμπιστεύομαι. Είναι 2-3 καθηγητές που εμπιστεύομαι πάρα πολύ και σίγουρα μετά άμα προχωρούσε πάρα πολύ αυτό, προφανώς στους γονείς μου.

E: Γιατί όμως μου λες ότι σε καθηγητή και όχι απευθείας στους γονείς σου; Νιώθεις ότι ας πούμε ότι έχεις, φοβάσαι, σε προβληματίζει κάτι; Έχεις μεγαλύτερη εμπιστοσύνη σε καθηγητές σου;

M: Έχω μεγαλύτερη εμπιστοσύνη, γιατί κυρίως δε συζητάω πολλά πράγματα με τους γονείς μου, γιατί δεν είμαι πολύ κοντά με τους γονείς μου. Είναι πιστεύω και οι ηλικίες που είναι... Δηλαδή ο μπαμπάς μου, μπορεί να μοιάζει, κυριολεκτικά μπορεί να μοιάζει με 40, μπορεί και μικρότερος από 40 και είναι 53, δηλαδή τι να συζητήσω μαζί του; Νιώθω άβολα να το συζητήσω. Αλλά όταν υπάρχει πρόβλημα, πιστεύω ότι ναι.

E: Σε περίπτωση που συνέβαινε κάτι τέτοιο, αντιμετώπιζες κάποια τέτοια συμπεριφορά στα social media, θα έκανες κάποια καταγγελία στη δίωξη ηλεκτρονικού εγκλήματος αν ήταν κάτι πολύ σοβαρό;

M: Ναι.

E: Το σκέφτηκες λίγο.

M: Το σκέφτηκα γιατί σκέφτηκα περίπτωση ας πούμε.

E: Περίπτωση που έχεις ακούσει; Όχι περίπτωση που σου έχει τύχει. Εσύ έχεις υπάρξει θύτης, αναπτύσσοντας κάποια κακοποιητική συμπεριφορά; Ακόμη κι αν δεν είχες ας πούμε την άμεση ευθύνη, ήσουν μέλος της παρέας που έκανε κάτι τέτοιο.

M: Όχι, γιατί πιστεύω ότι αυτό που δε μας αρέσει να μας κάνουν δεν μπορούμε να το κάνουμε κι εμείς στους άλλους.

E: Έχεις ενημερωθεί ποτέ για την ασφαλή πλοήγηση στο διαδίκτυο από το σχολείο; Συζητήσατε καθόλου εδώ πέρα στο σχολείο για την ασφάλεια στο Ίντερνετ και για θέματα που αφορούν τα social media;

M: Τώρα άμα σας πω την αλήθεια νομίζω σε μια ενότητα στη Γλώσσα αλλά δεν είμαι και σίγουρη.

E: Ήταν στο πλαίσιο μαθήματος δηλαδή;

M: Ναι, τώρα να έρθουν οι καθηγητές και να μας μιλήσουν και να μας ενημερώσουν, δεν νομίζω.

E: Δεν έχει έρθει κάποιος επίσημος φορέας να σας κάνει κάποια ενημέρωση.

M: Όχι.

E: Από το σπίτι σου έχεις ενημερωθεί; Από την οικογένειά σου;

M: Όχι.

E: Θέλω τώρα να μου πεις γενικά ποια είναι η σχέση σου με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; Έτσι γενικά, άμα κάνεις έναν απολογισμό της σχέσης σου με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης πώς θα την περιέγραφες;

M: Το σκέφτομαι τώρα πώς να το εκφράσω. Δεν ασχολούμαι με τα social media πολύ, δηλαδή κυρίως για να περάσει η ώρα μου όταν έχω κάποιο χρόνο θα κάτσω και από τη στιγμή που δεν έχω ας πούμε Instagram θεωρητικά δεν είμαι και πολύ μέσα στα πράγματα.

E: Άρα θεωρείς δηλαδή ότι το Instagram είναι αυτό που είναι ας πούμε το μέσο κοινωνικής δικτύωσης που είναι το πιο δημοφιλές στα παιδιά της ηλικίας σου.

M: Ναι, είναι και το TikTok απλά από το Instagram κουτσομπολεύεις πιο πολύ. Δηλαδή υπάρχουν και αυτές οι κόντρες, και τι ανέβασε ο ένας, τι ανέβασε ο άλλος, θα ψάξεις το προφίλ του άλλου ενώ στο TikTok δε γίνεται τόσο πολύ αυτό.

E: Ναι, γιατί ξέρεις γενικότερα επικρατεί ότι τα παιδιά της ηλικίας σου έχουν μια προτίμηση στο TikTok, ότι το TikTok ας πούμε είναι...

M: Το TikTok γιατί περνάς την ώρα σου, όχι να βλέπεις γνωστούς σου κτλ. απλά έτσι όπως είναι, είναι πολύ εθιστικό, οπότε βλέπεις τα βίντεο...

E: Βλέπεις ας πούμε άλλους ανθρώπους, δεν έχει να κάνει με τους φίλους σου κτλ.;

M: Άλλους ανθρώπους, ναι.

E: Και πώς φαντάζεσαι τη ζωή σου χωρίς τα social media;

M: Εντάξει, την προηγούμενη βδομάδα ας πούμε μου είχε σπάσει η οθόνη του κινητού μου και δεν είχα περίπου για μια βδομάδα κινητό, οπότε δεν μπήκα στα social καθόλου. Δε νομίζω ότι είναι άσχημη. Δηλαδή ωραία θα ήτανε λογικά θα ήταν ακόμη καλύτερη από ότι είναι τώρα γιατί θεωρητικά είμαστε όλοι λίγο εθισμένοι και μπορεί ας πούμε να έχω να κάνω κάτι και από αυτή την ώρα που έχω για να το τελειοποιήσω να φάω 10 λεπτά για να κάτσω στα social media και αν δεν τα είχα θα ήμουν καλύτερα πιστεύω.

E: Και πώς πέρασε αυτή η εβδομάδα σου έτσι, χωρίς τα social; Ωραία;

M: Πάρα πολύ ωραία. Έκανα πράγματα που άμα είχα το κινητό και καθόμουν να απασχοληθώ αυτή τη μισή ώρα, αυτή τη μία ώρα, δεν θα τα έκανα.

E: Τέλεια. Πάρα πολύ ωραία. Χάρηκα πολύ. Σ' ευχαριστώ!

M: Κι εγώ να είστε καλά!

ΚΖΚΒ3

E: Έχεις λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης;

M: Έχω, ναι.

E: Σε ποιο; Ή σε ποια;

M: Στο Instagram, στο Messenger, Facebook, σ' αυτά.

E: TikTok;

M: Και σ' αυτό, ναι. Το ξέχασα, ναι.

E: Α γιατί αυτό είναι αρκετά δημοφιλές νομίζω. Ποιο χρησιμοποιείς πιο συχνά όμως;

M: Το Instagram θα πω, ναι, για να μιλάω με τους φίλους μου.

E: Άρα λοιπόν χρησιμοποιείς τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για την καθημερινή σου επικοινωνία με τους φίλους σου;

M: Ναι.

E: Με την οικογένειά σου;

M: Ναι, και με την οικογένεια.

E: Με τους συμμαθητές σου;

M: Μ' όλους, ναι.

E: Προτιμάς τις τηλεφωνικές κλήσεις, το chat ή τις βιντεοκλήσεις για την επικοινωνία σου;

M: Νομίζω το chat. Μ' αρέσουν τα τηλέφωνα αλλά πιο πολύ chat...

E: Έχεις μια προτίμηση στο chat.

M: Ναι.

E: Ποσό συχνά μπαίνεις στο προφίλ των φίλων σου για να ενημερώνεσαι για την καθημερινότητά τους και να παρακολουθείς τις αναρτήσεις τους;

M: Με το που μπαίνω στο Instagram, ας πούμε, το βλέπω.

E: Τα βλέπεις στο newsfeed. Εσύ μπαίνεις έτσι στο προφίλ; Πληκτρολογείς ας πούμε το όνομα κάποιου να μπει κάποιες φορές την εβδομάδα ή καθημερινά έτσι για να μάθεις από κάποιους τα νέα τους;

M: Μπορεί κι αυτό να το κάνω, ναι. Πολύ πιθανό.

E: Προτιμάς να μαθαίνεις την επικαιρότητα από εφημερίδες, περιοδικά, ραδιόφωνο, τηλεόραση, απ' αυτό που λέμε τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας, ή από το διαδίκτυο και τα social media;

M: Παλιά όταν δεν είχα κινητό έβλεπα από εφημερίδες, περιοδικά και τέτοια, και από τηλεόραση αλλά πλέον που έχω, δεν τα χρησιμοποιώ καθόλου.

E: Άρα προτιμάς λοιπόν πλέον το διαδίκτυο και τα social. Γιατί έτσι; Γιατί έχεις τώρα πλέον αυτή την αλλαγή, αυτή την προτίμηση;

M: Δεν ξέρω, απλά νιώθω πιο άνετα με το κινητό μου και δεν τα πολυπιστεύω πλέον, εφημερίδες κλπ.

E: Άρα έχεις θέμα εμπιστοσύνης. Και αυτό έχει να κάνει λιγάκι και με την επόμενη ερώτησή μου. Δηλαδή τα social media τα εμπιστεύεσαι όσον αφορά την αξιοπιστία και την εγκυρότητά τους;

M: Η αλήθεια είναι πως ούτε αυτά είναι πολύ έμπιστα.

E: Σε σχέση όμως με τα παραδοσιακά, θεωρείς ότι είναι πιο έμπιστα ή είναι λιγότερο έμπιστα;

M: Νομίζω είναι το ίδιο.

E: Και οι φίλοι σου ή οι ακόλουθοί σου στο Instagram από πού προέρχονται συνήθως; Από το σχολείο;

M: Από το σχολείο, ναι.

E: Απ' το οικογενειακό σου περιβάλλον;

M: Ναι, και από οικογένεια.

E: Και απ' το φιλικό σου περιβάλλον;

M: Ναι.

E: Στέλνεις αιτήματα φιλίας σε αγνώστους;

M: Ναι, το κάνω.

E: Αποδέχεσαι αιτήματα φιλίας από αγνώστους;

M: Ανάλογα. Άμα τους βλέπω δηλαδή ότι είμαστε ίσα, ναι αλλά άμα είναι πολύ μεγαλύτεροι από μένα δεν τους αποδέχομαι φυσικά.

E: Και κατά πόσο σε επηρεάζει η φωτογραφία προφίλ ενός αγνώστου στο αν θα δεχθείς ή αν θα στείλεις ένα μήνυμα;

M: Αρκετά. Άμα φαίνεται λίγο περίεργη, δεν θα το δεχθώ.

E: Επηρεάζεται η συμπεριφορά σου απέναντι σε κάποιον διαδικτυακό σου φίλο όταν συμφωνείς ή διαφωνείς με κάποια ανάρτησή του;

M: Ναι, μπορεί. Ναι, ναι, ναι.

E: Χρησιμοποιείς τα social media, όταν θέλεις να πλησιάσεις φιλικά ή συναισθηματικά κάποιο άτομο;

M: Ε ναι. Δηλαδή είναι ένα πολύ εύκολο μέσο πλέον οπότε...

E: Άρα αυτή η ευκολία ας πούμε έτσι σε οδηγεί στο να χρησιμοποιείς τα social media γι' αυτό το λόγο. Και τότε νιώθεις μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση, όταν επικοινωνείς μέσω social media ή στη δια ζώσης επαφή;

M: Στη δια ζώσης.

E: Γιατί;

M: Γιατί στα social πρέπει να βλέπεις και τον άλλο από κοντά, να μιλάτε από κοντά ενώ (...)

E: Ενώ στη δια ζώσης έχεις την άνεση εννοείς.

M: Ναι, αυτό.

E: Και τότε εκφράζεις πιο εύκολα τα συναισθήματά σου, είτε είναι θετικά είτε αρνητικά, όταν επικοινωνείς στα social media ή όταν βρίσκεστε δια ζώσης;

M: Είναι φυσικά πιο εύκολο απ' τα social αλλά εγώ προτιμώ δια ζώσης.

E: Άρα σου είναι πιο εύκολο στη δια ζώσης επικοινωνία. Γιατί, το προτιμάς αυτό;

M: Όπως είπα και πριν θέλω να βλέπω τον άλλο, να βλέπω τις αντιδράσεις του.

E: Να έχεις λοιπόν μια προσωπική επαφή.

M: Ναι.

E: Κι όταν προκύπτει κάποιο ζήτημα ή πρόβλημα που πρέπει να λύσετε, ένας τσακωμός για παράδειγμα ή κάτι τέτοιο, κάτι που σε απασχολεί, προτιμάς να το συζητήσετε στα social ή από κοντά;

M: Από κοντά βέβαια. Όπως και πριν προτιμώ να βλέπω τις αντιδράσεις τους και να συζητάμε από κοντά.

E: Οι γονείς σου έχουν λογαριασμό σε κάποια πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης;

M: Έχουν αλλά δεν τα χρησιμοποιούν πολύ.

E: Πού έχουν;

M: Στο Facebook μόνο για να μιλάμε στο Messenger

E: Α, ωραία. Άρα ακολουθείτε ο ένας τον άλλο στο Facebook.

M: Ναι.

E: Και σου έχει τύχει ποτέ να σου κάνουν κάποια παρατήρηση για κάποια συμπεριφορά σου που δεν εγκρίνουν, για κάποια ανάρτησή σου, να σου πουν ότι ξέρω 'γω «Αυτό δεν μου άρεσε» ή «Αυτό δεν ήταν σωστό», έτσι σου κάνανε κάποια παρατήρηση;

M: Ε ναι, φυσικά, νομίζω σε όλους το κάνουν αυτό. Όλοι οι γονείς.

E: Χρησιμοποιείς τα social media με τους συμμαθητές σου ή και με τους καθηγητές σου για να συζητήσετε θέματα που αφορούν το σχολείο;

M: Ναι, συνέχεια.

E: Έχετε κάνει κάποια γκρουπάκια;

M: Ναι, ναι, ναι. Η τάξη.

E: Η τάξη σας, έχετε κάνει μια ομαδική συνομιλία.

M: Στο Instagram γιατί πλέον όλοι αυτό έχουνε.

E: Και συμμετέχουν και οι καθηγητές σας εκεί.

M: Με καθηγητές δεν έχουμε.

ΓΕ Δεν έχετε κάνει κάποιο γκρουπάκι με καθηγητές. Οκ. Σε περίπτωση που έχεις ή είχες κάποια στιγμή σύντροφο επηρέαζαν ή επηρεάζουν οι αναρτήσεις σας τη μεταξύ σας σχέση;

M: Ναι.

E: Και έχει οδηγήσει ποτέ αυτή η συμπεριφορά στα social media σε ρήξη, σε τσακωμό ή ακόμα και σε χωρισμό;

M: Ναι, ναι.

E: Μπορείς να μου περιγράψεις τον εαυτό σου με 5 λέξεις; Και με 3, δεν πειράζει, αλλά με 5, γιατί με 5 έχω μια πλήρη εικόνα.

M: Τι να πω; Ενθουσιώδης, χαρούμενη, τι άλλο να πω τώρα; Τι να πω; Γλυκιά; Αυτό; Δεν ξέρω τι άλλο να πω.

E: Έτσι χαρακτηριστικά σου, που έχεις στο χαρακτήρα σου, σαν προσωπικότητα.

M: Αστεία, αυτό.

E: Αυτά τώρα που μου είπες τα χαρακτηριστικά, αντιστοιχεί το προφίλ που παρουσιάζεις στα social media σ' αυτές τις 5 λέξεις; Δηλαδή αν μπω στην ιστοσελίδα σου, ας πούμε αν μπω στο Instagram σου, αυτό που μου είπες θα το δω εκεί;

M: Πιστεύω πως ναι.

E: Υπάρχουν κάποια στοιχεία της ταυτότητάς σου ή της εικόνας σου που εσκεμμένα τα παραποιείς; Η ηλικία για παράδειγμα, η καταγωγή, δηλαδή υπάρχουν τέτοιες αποκλίσεις, κάποια πράγματα που τα παραποιείς ή τα κρύβεις κιόλας; Για κάποιο λόγο δικό σου;

M: Όχι, μπορεί πιο μικρή να άλλαζα την ηλικία μου αλλά για πλάκα, όχι σοβαρά.

E: Αυτό όμως γιατί το έκανες με την ηλικία σου;

M: Ε για να δω την αντίδραση του άλλου, αυτό.

E: Αντίδραση δηλαδή, μπορεί να συνομιλούσες με κάποιον και να έλεγες, να σε ρωτούσε ξέρω γω πόσων χρονών είσαι κι εσύ αντί να πεις «Είμαι Χ», έλεγες ότι είμαι μεγαλύτερη;

M: Ναι, αλλά για πλάκα, εντάξει.

E: Όταν κάποιος ακόλουθός σου ή φίλος σου αναρτήσει κάτι που σε αφορά, πχ. μια φωτογραφία σου, προτιμάς να το ελέγξεις πρώτα και να το εγκρίνεις ή δεν σε πειράζει; Θες να έχεις κάποιον έλεγχο πάνω σ' αυτό;

M: Ναι, σίγουρα θέλω γιατί δεν ξέρω τι θ' ανεβάσει ο άλλος.

E: Και όταν ανεβάζεις φωτογραφίες σου χρησιμοποιείς φίλτρα;

M: Πολύ σπάνια μπορεί να τα χρησιμοποιήσω αλλά για ν' αλλάξω χρώματα κι αυτά. Όχι, κάτι το, στο πάνω μου.

E: Όχι για ν' αλλάξεις κάποια χαρακτηριστικά πάνω σου απλά έτσι για να γίνει η φωτογραφία πιο artistic. Σε περίπτωση που αναρτήσεις κάτι και δεν έχει την ανταπόκριση που θέλεις, θα κατεβάσεις τη δημοσίευση αυτή ή θα την αφήσεις ως έχει;

M: Η αλήθεια είναι πως το έχω σκεφτεί γιατί έχει τύχει να μην πάρω ποτέ πολλά like αλλά δεν την κατέβασα.

E: Δεν την κατέβασες όμως παρόλο που έχει περάσει απ' το μυαλό σου. Κι αυτό δηλαδή επηρεάζει την αυτοπεποίθησή σου; Δηλαδή όταν έχεις πολλά likes σε μια φωτογραφία, για παράδειγμα, σε μια οποιαδήποτε ανάρτηση, νιώθεις καλύτερα;

Κι όταν ας πούμε έχεις μια ανάρτηση, μια φωτογραφία που είναι φτωχή σε likes, λες «Γιατί ρε παιδί μου τώρα δεν έχω πολλά like, κρίμα κι ήταν τόσο ωραία φωτογραφία»; Ε, σε επηρεάζει αυτό;

Μ: Ε όχι, δεν με επηρεάζει στην αυτοπεποίθησή μου, καθόλου δε νομίζω, όχι.

Ε: Από ποιο μέσο συνήθως ενημερώνεσαι για τις εξελίξεις στη μόδα αλλά και σε προϊόντα τεχνολογίας;

Μ: Από το Instagram ή μπορεί κι απ' το TikTok άμα δω κάτι.

Ε: Απ' τα social media γενικότερα. Άρα είσαι του διαδικτύου. Δε θα πάρεις ένα περιοδικό να το ξεφυλλίσεις να δεις κάτι καινούριο, οτιδήποτε. Η πρώτη σου επαφή είναι ας πούμε μέσω των social.

Μ: Πριν το κινητό είχα τα περιοδικά κι αυτά αλλά πλέον δεν τα χρειάζομαι.

Ε: Συμβουλεύεσαι τις τάσεις της μόδας από τα social media πριν προχωρήσεις στις αγορές σου;

Μ: Ναι, μερικές φορές, είναι η αλήθεια πως το κάνω. Δηλαδή μ' αρέσει να βλέπω.

Ε: Ακολουθείς διασημότητες στα social media;

Μ: Ναι, μόνο έναν.

Ε: Μόνο έναν; Ποιον;

Μ: Τον Weekend.

Ε: Τον Weekend; Πώς σου ήρθε ο Weekend; (γέλιο)

Μ: Είναι, τον ακούω από την Ε' δημοτικού;

Ε: Πολύ ωραίος. Μ' αρέσει πάρα πολύ. Μου κάνει εντύπωση που σ' αρέσει ο Weekend.

Μ: Πάρα πολύ μ' αρέσει.

Ε: Είναι ωραίος, και έχει ωραία φωνή, πολύ ιδιαίτερη.

Μ: Ναι, το ξέρω.

Ε: Άρα φαντάζομαι ότι δεν αντιγράφεις τον τρόπο που ντύνεται ο Weekend.

Επηρεάζεσαι όμως από άλλες εικόνες ας πούμε που θα δεις στα social media;

Επηρεάζουν τον τρόπο και το στιλ σου; Τον τρόπο που θα ντυθείς;

Μ: Μπορεί, αν μ' αρέσει κάτι πάρα πολύ σίγουρα θα προσπαθήσω να το αντιγράψω, να πάρω ιδέες.

Ε: Άρα παίρνεις λοιπόν τις ιδέες σου για το χώρο στη μόδα απ' τα social media.

Μ: Ναι.

E: Και αγοράζεις προϊόντα που μπορεί να διαφημίζονται συχνά στα social media ή διασημότητες που ακολουθείς, δεν ξέρω ο Weekend τι κάνει, αλλά γενικότερα, τέλος πάντων, αν έχεις μια τάση να αγοράζεις έτσι προϊόντα που προβάλλουν;

M: Ε, όχι. Γιατί είναι δουλειά τους να το κάνουν αυτό βασικά, και δεν το κάνουν ουσιαστικά για μας, δεν μας δίνουν κάτι καλό, μας δίνουν κάτι...

E: Άρα υπάρχει μια εκμετάλλευση, θεωρείς ότι εκμεταλλεύονται για να προβάλλουν κάτι γιατί μέσα από αυτό ενδεχομένως και να βγάζουν χρήματα.

M: Ναι, ακριβώς. Ε ναι, ναι.

E: Για τις αγορές σου προτιμάς τα φυσικά καταστήματα ή το e- shopping;

M: Τα φυσικά, θέλω να τα βλέπω από κοντά αυτά που αγοράζω.

E: Έχει τύχει ποτέ να ξοδέψεις περισσότερα χρήματα από τον προϋπολογισμό σου, από αυτά που σου επιτρέπουν οι γονείς σου για κάτι που είναι έτσι πολυδιαφημισμένο στα social;

M: Όχι, γιατί πάντα ρωτάω τους γονείς μου για να πάρω κάτι, δεν μ' αφήνουν αλλιώς να αγοράσω τίποτα, οπότε ναι.

E: Άρα λοιπόν είσαι εντός budget.

M: Ναι.

E: Έχεις έρθεις ποτέ αντιμέτωπη με κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης;

M: Ναι, αρκετές φορές έτυχε.

E: Τη συζητήσεις αυτή τη δυσάρεστη κατάσταση με κάποιο δικό σου άνθρωπο;

M: Για τι συμπεριφορά μιλάμε;

E: Εννοώ, όταν λέω κακοποιητική, πχ. Cyberbullying, κάποιος να προσπαθήσει να σε προσεγγίσει, δηλαδή να υπάρχει μια ρητορική μίσους, κάποια άβολη κατάσταση για σένα και να μπει έτσι σε μία διαδικασία να νιώθεις πάρα πολύ άσχημα και να θες με κάποιον άνθρωπο να το συζητήσεις.

M: Το μόνο που μου έχει τύχει είναι ας πούμε να με προσεγγίζουν ψεύτικα προφίλ και να προσπαθούν να με κοροϊδέψουνε, κάτι τέτοιο.

E: Και να σε εκμεταλλευτούνε; Σου ζητάγανε κάτι να κάνεις ή οτιδήποτε; Υπήρχε δηλαδή μία αντίδραση από σένα; Το συζητήσεις με κάποιον άνθρωπο δικό σου κτλ.; Ήτανε κάτι αρκετά σοβαρό που να σε ώθησε ας πούμε να κάνεις και μια καταγγελία;

M: Ε όχι τόσο σοβαρό όχι. Γιατί συνήθως δεν απαντάω ποτέ στα αιτήματα ειδικά από τέτοια προφίλ.

E: Άρα δε χρειάστηκε, δεν ήταν κάτι τόσο σοβαρό έτσι ώστε να χρειαστεί να κάνεις μια καταγγελία ή να το συζητήσεις με κάποιο δικό σου άνθρωπο. Αν αντιμετώπιζες όμως κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα social media, σε ποιον θα απευθυνόσουν πρώτα;

M: Σίγουρα στην κολλητή μου και μετά αν ήταν κάτι πολύ σοβαρό θα το έλεγα και στην οικογένειά μου.

E: Και μετά στους γονείς λοιπόν. Θα έκανες κάποια καταγγελία στη δίωξη ηλεκτρονικού εγκλήματος, αν ήταν κάτι τόσο σοβαρό;

M: Δεν ξέρω, μπορεί και να φοβόμουν είναι η αλήθεια και να ντρεπόμουν, ίσως.

E: Ίσως όμως θα μπορούσες.

M: Ναι.

E: Έχεις υπάρξει εσύ θύτης, αναπτύσσοντας κάποια κακοποιητική συμπεριφορά; Ακόμη κι αν έχει γίνει άθελά σου, να έχεις παρασυρθεί απ' την παρέα σου αλλά να έχεις μπει σ' αυτή τη διαδικασία κι εσύ να αναπτύξεις κάποια κακή συμπεριφορά απέναντι σε κάποιον άλλο;

M: Όχι, δε θυμάμαι ποτέ να κάνω κάτι τέτοιο.

E: Έχεις ενημερωθεί ποτέ για την ασφαλή πλοήγηση στο διαδίκτυο και την ορθή του χρήση από τους γονείς σου;

M: Ναι, μου το λένε συχνά. Ειδικά όταν ήμουν μικρή μου μιλούσαν συνέχεια γι' αυτό.

E: Τώρα μεγάλωσες ε; (γέλιο)

M: Έχω μεγαλώσει λίγο.

E: Από το σχολείο;

M: Από το σχολείο όχι, δεν μας έχουν πει ποτέ τίποτα..

E: Δεν έχετε κάνει ας πούμε κάποιο σεμινάριο ή κάτι τέλος πάντων, κάποιος να μιλήσετε κτλ. ούτε μέσα στην τάξη με κάποιον καθηγητή της πληροφορικής ενδεχομένως, έχετε συζητήσει ποτέ κάτι στο σχολείο;

M: Α, ναι, ναι εντάξει, μπορεί μερικές φορές να μας το λένε αλλά όχι...

E: Αλλά όχι επίσημα.

M: Μπορεί να μη δίνουν πολλή βάση σε αυτό.

E: Ποια είναι η σχέση σου με τα social media;

M: Αρκετά καλή.

E: Είναι αρκετά καλή. Είναι στην καθημερινότητά σου δηλαδή, τα χρησιμοποιείς αρκετά.

M: Συνέχεια. Αφού είμαστε, έχω γεννηθεί στην εποχή που άρχισαν να βγαίνουν στην τεχνολογία οπότε μπαίνω συνέχεια.

E: Και αν ας πούμε κοβόταν το Ίντερνετ, δεν υπήρχε Ίντερνετ, δεν υπήρχαν social media πώς φαντάζεσαι τη ζωή σου ότι θα ήτανε έτσι χωρίς την χρήση των social;

M: Πολύ πιο ωραία.

E: Α, θα ήταν πιο ωραία. Γιατί το λες αυτό;

M: Έχω πάει και πολλές φορές κατασκήνωση χωρίς κινητό και ένιωθα πολύ πιο ωραία δηλαδή.

E: Ένιωθες καλύτερα εσύ λοιπόν χωρίς τα social.

M: Ναι.

E: Επειδή είχες περισσότερο χρόνο, έκανες περισσότερα πράγματα, πώς γέμιζες τον χρόνο σου λοιπόν εκεί και σε έκανε να νιώθεις τόσο καλά που να πεις ότι «Άμα δεν είχα τα social ας πούμε θα ήμουν καλύτερα»;

M: Γνώρισα κι άλλα άτομα και δεν είχαμε την ανάγκη ας πούμε να έχουμε το κινητό μας δίπλα μας.

E: Τέλεια. Ωραία. Αυτό ήταν. Σ' ευχαριστώ πολύ για το χρόνο σου.

M: Ευχαριστώ κι εγώ. Καλή συνέχεια.

ΚΚΕΒ3

E: Έχεις λογαριασμό σε κάποιο social media;

M: Ναι, έχω.

E: Και σε ποιο ή σε ποια; Έχεις περισσότερα από ένα;

M: Έχω αρκετά, στο Instagram, TikTok, αυτά.

E: Αυτά τα 2 ή έχεις κι αλλού;

M: Αυτά, ναι.

E: Ποιο χρησιμοποιείς πιο συχνά;

M: Το Instagram.

E: Χρησιμοποιείς τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για την καθημερινή σου επικοινωνία με τους φίλους σου;

M: Ναι.

E: Με την οικογένειά σου;

M: Ναι.

E: Και με τους συμμαθητές σου;

M: Ναι.

E: Προτιμάς να μαθαίνεις την επικαιρότητα από εφημερίδες, περιοδικά, ραδιόφωνο ή τηλεόραση και γενικά απ' αυτά που λέμε τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας, ή έχεις μια προτίμηση στο διαδίκτυο και στα social media;

M: Στο διαδίκτυο.

E: Γιατί; Γιατί έχεις αυτή την προτίμηση;

M: Νομίζω βρίσκονται πιο εύκολα και έχει περισσότερες πληροφορίες.

E: Και εμπιστεύεσαι τα social media όσον αφορά την αξιοπιστία και την εγκυρότητά τους;

M: Ανάλογα την πηγή, όχι πάντα.

E: Σε σχέση με τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας, ποια θεωρείς ότι είναι πιο αξιόπιστα, τα social media και το διαδίκτυο ή η τηλεόραση, τα περιοδικά, το ραδιόφωνο;

M: Τα περιοδικά νομίζω.

E: Άρα, λοιπόν τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας είναι πιο αξιόπιστα νομίζεις.

M: Ναι.

E: Οι φίλοι, οι ακόλουθοί σου στο Instagram από ποιο χώρο προέρχονται συνήθως; Από το σχολείο; Από την οικογένειά σου; Από το φιλικό σου περιβάλλον;

M: Ε απ' το σχολείο, φροντιστήριο, δραστηριότητες, οικογένεια.

E: Στέλνεις αιτήματα φιλίας σε αγνώστους;

M: Ε, καμιά φορά ναι.

E: Και αποδέχεσαι αιτήματα φιλίας από αγνώστους;

M: Ανάλογα ποιος είναι.

E: Και πόσο σε επηρεάζει η φωτογραφία του προφίλ ενός αγνώστου αν θα δεχθείς ή αν θα του στείλεις ένα αίτημα φιλίας;

M: Αρκετά.

E: Άρα λοιπόν σε επηρεάζει η φωτογραφία του προφίλ.

M: Ναι.

E: Και επηρεάζεται η συμπεριφορά σου απέναντι σε κάποιον φίλο σου διαδικτυακό όταν συμφωνείς ή διαφωνείς με τις αναρτήσεις του;

M: Νομίζω όχι.

E: Χρησιμοποιείς τα social media όταν θέλεις να πλησιάσεις φιλικά ή συναισθηματικά κάποιο άτομο;

M: Ναι, κάποιες φορές.

E: Με ποιο τρόπο το κάνεις αυτό; Πώς τον πλησιάζεις τον άλλο;

M: Στέλνοντας μήνυμα.

E: Με μήνυμα, ok.

Και πότε νιώθεις μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση, όταν επικοινωνείς μέσω social media ή στη δια ζώσης επαφή;

M: Δια ζώσης.

E: Και πότε εκφράζεις πιο εύκολα τα συναισθήματά σου, είτε είναι θετικά είτε αρνητικά, όταν επικοινωνείς μέσω social media ή στη δια ζώσης επικοινωνία;

M: Δια ζώσης.

E: Γιατί;

M: Νομίζω είναι πιο εύκολο γιατί βλέπεις και τις αντιδράσεις του άλλου οπότε, ναι, γι' αυτό.

E: Όταν προκύπτει κάποιο ζήτημα ή κάποιο πρόβλημα, κάτι που θέλεις να συζητήσεις, κάτι σοβαρό και πρέπει να επιλυθεί, προτιμάς να το συζητήσεις στα social media ή να το συζητήσεις δια ζώσης;

M: Δια ζώσης.

E: Οι γονείς σου έχουν λογαριασμό σε κάποια πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης;

M: Ναι.

E: Ακολουθείτε ο ένας τον άλλο, έχετε ίδια social;

M: Ναι.

E: Έχει τύχει ποτέ να σου κάνουν κάποια παρατήρηση για κάποια ανάρτησή σου, ή κάποια συμπεριφορά σου στα social media;

M: Όχι.

E: Χρησιμοποιείς τα social media με τους συμμαθητές σου και με τους καθηγητές σου για να συζητήσετε θέματα που αφορούν το σχολείο;

M: Όχι.

E: Δεν έχετε φτιάξει κάποιο γκρουπάκι με τους συμμαθητές σου;

M: Α, αυτό ναι, υπάρχει.

E: Α υπάρχει, το κάνετε αυτό μεταξύ σας οι συμμαθητές, έτσι;

M: Ναι.

E: Με τους καθηγητές σας έχετε ασ πούμε κάποια συζήτηση στο διαδίκτυο, στα social media ή κάποιο γκρουπάκι αντίστοιχο;

M: Όχι, όχι.

E: Άρα με τους συμμαθητές σου έχετε. Σε περίπτωση που έχεις ή είχες κάποια στιγμή σύντροφο επηρέαζαν ή επηρεάζουν οι αναρτήσεις σας τη μεταξύ σας σχέση;

M: Όχι.

E: Έχει οδηγήσει ποτέ η συμπεριφορά σας στα social media σε κάποιο τσακωμό ή σε ρήξη μια συναισθηματική σου σχέση;

M: Όχι.

E: Μπορείς να μου περιγράψεις τον εαυτό σου με 5 λέξεις; Και με 3, δεν πειράζει, έχει σχέση με την επόμενη ερώτηση γι' αυτό το λέω. Πώς είσαι σαν χαρακτήρας;

M: Δεν ξέρω, θα πω ντροπαλή, λίγο, θα πω και κοινωνική, τώρα εντάξει, δεν είμαι...

E: Σου 'ρχεται κάτι άλλο;

M: Όχι.

E: Θεωρείς ότι αυτές οι λέξεις έτσι που είσαι ντροπαλή αλλά και κοινωνική όπως μου λες, φαίνεται, αν μπω ασ πούμε στο προφίλ σου στο Instagram πχ., θα τα καταλάβω αυτά τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητάς σου που μου περιγράφεις απ' αυτό που θα δω στην ιστοσελίδα σου;

M: Ναι.

E: Υπάρχουν στοιχεία της ταυτότητάς σου ή της εικόνας σου που εσκεμμένα παραποιείς στα social media; Πχ. Κρύβεις την ηλικία σου για κάποιο λόγο ή κρύβεις την καταγωγή σου ή άλλα χαρακτηριστικά σου τα οποία δε θέλεις τέλος πάντων να (...)

M: Όχι.

E: Όταν κάποιος φίλος σου ή ακόλουθός σου αναρτήσει κάτι που σε αφορά, για παράδειγμα μια κοινή σας φωτογραφία, θέλεις πριν να την αναρτήσει να την ελέγξεις, να το εγκρίνεις;

M: Ναι.

E: Όταν ανεβάζεις φωτογραφίες χρησιμοποιείς φίλτρα;

M: Όχι.

E: Γιατί;

M: Σαν ψεύτικα είναι, γι' αυτό.

E: Σε περίπτωση που αναρτήσεις κάτι και δεν έχει την ανταπόκριση που θέλεις, δεν πάρει πολλά likes ας πούμε, θα την κατεβάσεις αυτή τη δημοσίευση;

M: Όχι.

E: Επηρεάζει όμως την αυτοπεποίθησή σου η ανταπόκριση που έχεις στις δημοσιεύσεις σου; Δηλαδή όταν κάτι παίρνει πολλά like σου αρέσει, όταν δεν παίρνει πολλά likes για παράδειγμα λες «Γιατί ρε παιδί μου, μα ήτανε πολύ ωραία αυτή η φωτογραφία»;

M: Ε, ναι, επηρεάζεται λίγο.

E: Επηρεάζεσαι.

M: Ναι.

E: Από ποιο μέσο συνήθως ενημερώνεσαι για τις εξελίξεις στη μόδα, σε προϊόντα τεχνολογίας;

M: Απ' το Instagram.

E: Συμβουλευέσαι τις τάσεις της μόδας από τα social media πριν προχωρήσεις στις αγορές σου;

M: Όχι πάντοτε.

E: Κάποιες φορές όμως θα χρειαστείς, θα συμβουλευθείς.

M: Ελάχιστες.

E: Ακολουθείς κάποιες διασημότητες στα social media;

M: Ναι.

E: Για πες μου ποιους, έτσι για να το κουτσομπολέψουμε λίγο.

M: Kendall Jenner, Gigi Handid.

E: A Kendall, ναι. Και Gigi. Bella;

M: Ναι.

E: Και τη Bella; Ποια προτιμάς απ' τις 2;

M: Τη Bella.

E: Τη Bella; Γιατί; Εμένα δεν μ' αρέσει πολύ αυτή.

M: Δεν ξέρω. Παλιά κι εμένα μου άρεσε περισσότερο η Gigi αλλά τώρα (...)

E: Κοίτα, να σου πω την αλήθεια, απ' όλες αυτές η Kendall μ' αρέσει πιο πολύ.

M: Ναι, κι εμένα.

E: Και η Kylie επίσης μ' αρέσει πολύ γιατί, δεν ξέρω, νομίζω ότι έχει τρομερό επιχειρηματικό μυαλό αυτό το κορίτσι.

M: Ναι, ισχύει.

E: Άρα λοιπόν αυτές. Ακολουθείς αυτού του είδους τις διασημότητες. Αντιγράφεις καθόλου τον τρόπο που ντύνονται; Το στιλ τους; Σου αρέσει κάτι και να επηρεαστείς;

M: Αν καμιά φορά τύχει, ναι.

E: Αγοράζεις προϊόντα που μπορεί να διαφημίζουνε;

M: Όχι.

E: Προτιμάς τα φυσικά καταστήματα για τις αγορές σου ή το e- shopping;

M: Το e- shopping.

E: Έχει τύχει ποτέ να ξοδέψεις περισσότερα χρήματα από τον προϋπολογισμό σου, από αυτά που σου επιτρέπουν οι γονείς σου, να έχεις δηλαδή κάτι πολυδιαφημισμένο στα social και να πεις ξέρω 'γω «Αυτό το κινητό το θέλω» ρε παιδί μου;

M: Όχι.

E: Έχεις έρθεις ποτέ αντιμέτωπη με κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα social media;

M: Όχι.

E: Ούτε cyberbullying, τέτοια πράγματα, έτσι να σου τύχει ποτέ;

M: Όχι.

E: Άρα δε χρειάστηκε να συζητήσεις κάτι με τους γονείς σου, ούτε να τους ενημερώσεις για κάτι, ούτε προφανώς έκανες κάποια καταγγελία.

M: Όχι.

E: Αν όμως αντιμετώπιζες κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα social media, σε ποιον θα απευθυνόσουν πρώτα;

M: Νομίζω στην κολλητή μου και μετά στους γονείς μου.

E: **Αν ήταν κάτι αρκετά σοβαρό θα πήγαινες να το καταγγείλεις στη δίωξη ηλεκτρονικού εγκλήματος;**

M: Θα μπορούσε, ναι.

E: **Έχεις υπάρξει εσύ θύτης, αναπτύσσοντας κάποια κακοποιητική συμπεριφορά; Ακόμη κι άθελά σου, ακόμη κι αν έχεις παρασυρθεί απ' την παρέα σου.**

M: Όχι.

E: **Έχεις ενημερωθεί ποτέ για την ασφαλή πλοήγηση στο διαδίκτυο από τους γονείς σου;**

M: Ναι.

E: **Από το σχολείο σου; Έχετε εδώ πέρα συζητήσει με τους καθηγητές σου ή να έχει γίνει κάποια συζήτηση, να έχει έρθει κάποιος άνθρωπος να σας μιλήσει ποτέ για τα social media και την ορθή χρήση τους;**

M: Νομίζω πως όχι.

E: **Για πες μου τώρα, πώς είναι γενικά η σχέση σου με τα social media; Αν μπορούσες να μου την περιγράψεις δηλαδή, πώς θα μου την περιέγραφε;**

M: Εντάξει, ότι είμαι αρκετά κολλημένη γενικά. Περνάω όλη τη μέρα, κάποια στατιστικά που βλέπω. Αυτό.

E: **Είναι στην καθημερινότητά σου.**

M: Ναι.

E: **Και επικοινωνείς με την παρέα σου διαρκώς; Μιλάτε δηλαδή ή ας πούμε πιο πολύ ενημερώνεσαι;**

M: Όχι, όχι, μιλάμε με την παρέα.

E: **Και αν ας πούμε κοβόταν το ίντερνετ, δεν είχαμε ίντερνετ, και εξαφανίζονταν τα social media, πώς φαντάζεσαι ότι θα ήταν η ζωή σου; Δε σου μιλάω για μία ώρα, σου μιλάω γενικότερα. Μπορείς να φανταστείς τη ζωή σου χωρίς social media και πώς θα ήταν αυτή;**

M: Όχι, γιατί νομίζω θα 'ταν πολύ περίεργο, δεν ξέρω.

E: **Περίεργο ε;**

M: Ναι.

E: **Περίεργο, θα είχε και κάποια θετικά και κάποια αρνητικά ή δεν μπορείς να τη φανταστείς τη ζωή σου χωρίς τα social media;**

M: Ε θα είχε κάποια θετικά, έτσι λίγο περισσότερος χρόνος με τους δικούς μου ανθρώπους, τώρα αρνητικά, δεν θα μπορούσα να επικοινωνήσω με τους φίλους μου και εντάξει λίγο κουτσομπολιό από δω, από κει, εντάξει.

E: Πολύ ωραία. Σ' ευχαριστώ πολύ για το χρόνο σου.

M: Κι εγώ. Γεια σας.

ΚΚΚΒ3

E: Έχεις λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης;

M: Ναι.

E: Σε ποιο; Ή σε ποια;

M: Instagram, Facebook, βασικά σχεδόν σε όλα, Snapchat, TikTok, τι άλλο; Εντάξει τώρα Viber, Messenger κ αυτά είναι...

E: Ποιο χρησιμοποιείς πιο συχνά απ' αυτά;

M: Το Instagram.

E: Χρησιμοποιείς τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για την καθημερινή σου επικοινωνία με τους φίλους σου;

M: Ναι.

E: Με την οικογένειά σου;

M: Ναι.

E: Με τους συμμαθητές σου;

M: Ναι.

E: Προτιμάς τις κλήσεις τις τηλεφωνικές, το chat ή τις βιντεοκλήσεις για την επικοινωνία σου;

M: Κυρίως chat.

E: Και πόσο συχνά μπαίνεις στο προφίλ των φίλων σου για να ενημερώνεσαι για την καθημερινότητά τους και να βλέπεις τις αναρτήσεις τους;

M: Όχι πολύ συχνά.

E: Όταν λες όχι πολύ συχνά ας πούμε, κάθε μέρα, κάποιες φορές μες στη βδομάδα;

M: Ε αυτό, κάποιες φορές μες στη βδομάδα κυρίως.

E: Προτιμάς να μαθαίνεις την επικαιρότητα από εφημερίδες, περιοδικά, ραδιόφωνο, κτλ., δηλαδή τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας ή από το διαδίκτυο και τα social media;

M: Ε, διαδίκτυο.

E: Γιατί;

M: Γιατί είναι πιο εύκολο, είναι πιο προσβάσιμα και έτσι έχουμε συνηθίσει η νέα γενιά.

E: Σωστά. Εμπιστεύεσαι τα social media όσον αφορά την αξιοπιστία και την εγκυρότητά τους;

M: Αναλόγως από ποιο προφίλ θα το δω, αναλόγως το πόσα σχόλια έχει, τα like κι όλα αυτά.

E: Οι φίλοι και οι ακόλουθοί σου από ποιο χώρο προέρχονται συνήθως;

M: Κυρίως από το σχολείο, δραστηριότητες, όλα αυτά.

E: Απ' την οικογένειά σου;

M: Το σόι. Εντάξει ναι, έχει κι από κει λίγους.

E: Και από το φιλικό σου περιβάλλον;

M: Ναι.

E: Στέλνεις αιτήματα φιλίας σε αγνώστους;

M: Όχι.

E: Αποδέχεσαι αιτήματα φιλίας από αγνώστους;

M: Ε, σπάνια. Μόνο όταν έχουμε κοινούς ακόλουθους ή ξέρω ποιος είναι, φίλος φίλου κλπ.

E: Κατά πόσο σε επηρεάζει η φωτογραφία προφίλ ενός αγνώστου στο αν θα δεχθείς ή αν θα στείλεις ένα αίτημα φιλίας;

M: Ε είναι ένα πρώτο μέσο έτσι για να καταλάβεις περί τίνος πρόκειται αλλά εντάξει, συνήθως θες να δεις και τα υπόλοιπα, βιογραφικό κι όλα αυτά που έχει.

E: Επηρεάζεται η συμπεριφορά σου απέναντι σε κάποιον διαδικτυακό σου φίλο όταν συμφωνείς ή διαφωνείς με κάποια ανάρτησή του;

M: Ναι.

E: Χρησιμοποιείς τα social media όταν θέλεις να πλησιάσεις φιλικά ή συναισθηματικά κάποιο άτομο;

M: Ναι, συνήθως ναι.

E: Με ποιο τρόπο;

M: Ε ξέρω γω θα του κάνεις follow, like και τέτοια (...)

E: Πότε νιώθεις μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση, όταν επικοινωνείς μέσω social media ή στη δια ζώσης επικοινωνία;

M: Δια ζώσης.

E: Πότε εκφράζεις πιο εύκολα τα συναισθήματά σου, είτε θετικά είτε αρνητικά, όταν επικοινωνείς μέσω social media ή στη δια ζώσης επικοινωνία;

M: Δια ζώσης αν και απ' τα social media έχεις λίγο περισσότερη αυτοπεποίθηση αλλά δια ζώσης.

E: Στα social έχεις μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση;

M: Ε μερικές φορές ναι, γιατί κρύβεσαι πίσω από ένα προφίλ.

E: Κι όταν προκύπτει κάποιο ζήτημα ή πρόβλημα που πρέπει να επιλυθεί, προτιμάς να το συζητήσεις μέσω των social media ή δια ζώσης;

M: Κάνεις τον πρόλογο στα social media και τη συνέχεια από κοντά.

E: Οι γονείς σου έχουν λογαριασμό σε κάποια πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης;

M: Ναι.

E: Ακολουθείτε ο ένας τον άλλο;

M: Ναι.

E: Έχει τύχει ποτέ να σου κάνουν κάποια παρατήρηση για κάποια ανάρτησή σου ή για κάποια συμπεριφορά σου;

M: Ναι.

E: Χρησιμοποιείς τα social media με τους συμμαθητές σου ή και με τους καθηγητές σου για να συζητήσετε θέματα που αφορούν το σχολείο;

M: Ναι.

E: Έχετε κάνει και γκρουπάκια; Μεταξύ σας οι συμμαθητές και οι καθηγητές, δηλαδή έχετε κάνει 2 ξεχωριστά γκρουπ;

M: Έχουμε ομαδικές ξέρω γω οι συμμαθητές απ' το σχολείο και στο φροντιστήριο με τους καθηγητές.

E: Σε περίπτωση που έχεις ή είχες κάποια στιγμή σύντροφο επηρέαζαν ή επηρεάζουν οι αναρτήσεις σας τη μεταξύ σας σχέση;

M: Όχι.

E: Έχει οδηγήσει ποτέ η συμπεριφορά σας στα social media σε τσακωμό ή ακόμα και σε χωρισμό;

M: Όχι.

E: Μπορείς να μου περιγράψεις τον εαυτό σου με 5 λέξεις;

M: Δύσκολη ερώτηση. Τι να πω; Θέλει σκέψη αυτή η απάντηση.

E: Θέλει σκέψη ε; Έτσι κάποια χαρακτηριστικά που, εγώ εντάξει θα μπορούσα να πω, έχεις κάποια συγκεκριμένα χαρακτηριστικά που είναι έντονα;

M: Ίσως ότι είμαι πεισματάρη και θέλω αυτά που, να γίνονται...

E: Σου 'ρχεται κάτι άλλο;

M: Έχω αυτοπεποίθηση, τι άλλο;

E: Κι αυτά τα 2 μου κάνουν. Αυτές οι λέξεις που μου είπες και μου περιέγραψες τον εαυτό σου αντιστοιχούν στο προφίλ που παρουσιάζεις στα social media;

M: Κάποιες φορές ναι. Τώρα δεν μπορείς να τα, γενικά τα συναισθήματα και όλ' αυτά δεν μπορείς να τα εκφράσεις και πολύ εύκολα απ' τα social media, το χαρακτήρα σου, όλ' αυτά.

E: Υπάρχουν στοιχεία της ταυτότητας ή της εικόνας σου που εσκεμμένα τα παραποιείς στα social media;

M: Όχι ιδιαίτερα.

E: Όπως η ηλικία ας πούμε, η καταγωγή σου, τέτοια πράγματα;

M: Όχι.

E: Όταν κάποιος φίλος, ακόλουθος αναρτήσει κάτι που σε αφορά, για παράδειγμα μια φωτογραφία σου, προτιμάς να το ελέγξεις πρώτα ή δεν σε ενδιαφέρει να εγκρίνεις την ανάρτησή του;

M: Ε ναι για να δω έτσι άμα είμαι καλά, αν μ' αρέσει αυτό που, μην ανεβάσει και τίποτα ό,τι να 'ναι.

E: Όταν ανεβάζεις φωτογραφίες σου χρησιμοποιείς φίλτρα ή όχι;

M: Όχι.

E: Γιατί;

M: Ε, δεν, αυτό που είναι να φαίνεται, να φαίνεται, ξέρω 'γω, όχι δεν είναι το νόημα τα φίλτρα.

E: Σε περίπτωση που αναρτήσεις κάτι και δεν έχει την ανταπόκριση που θέλεις, θα την κατεβάσεις αυτή τη δημοσίευση ή θα την αφήσεις;

M: Ε όχι, σπάνια θα την κατεβάσω.

E: Έχει τύχει όμως να κατεβάσεις κάτι. Επηρεάζει την αυτοπεποίθησή σου η ανταπόκριση στις δημοσιεύσεις σου; Δηλαδή σου φτιάχνουν τη διάθεση τα πολλά like; Ή σου χαλάει αντίστοιχα τη διάθεση (...);

M: Ε σίγουρα, ναι, ναι.

E: Από ποιο μέσο συνήθως ενημερώνεσαι για τις εξελίξεις στη μόδα αλλά και στην τεχνολογία;

M: Ε Instagram.

E: Γενικά από το διαδίκτυο δηλαδή και από τα social media. Συμβουλεύεσαι τις τάσεις της μόδας από τα social media πριν προχωρήσεις στις αγορές σου;

M: Ναι.

E: Ακολουθείς διασημότητες στα social media;

M: Όχι, πολύ λίγες.

E: Αντιγράφεις τον τρόπο που ντύνονται;

M: Όχι.

E: Αγοράζεις προϊόντα που είτε διαφημίζουν είτε χρησιμοποιούν αυτοί που ακολουθείς; Σε επηρεάζουν δηλαδή έτσι σε (...);

M: Ε, μερικές φορές.

E: Για τις αγορές σου προτιμάς τα φυσικά καταστήματα ή το e- shopping;

M: Ε- shopping.

E: Έχει τύχει ποτέ να ξοδέψεις περισσότερα χρήματα από τον προϋπολογισμό σου ή από αυτά που σου επιτρέπουν οι γονείς σου για κάποιο πολυδιαφημισμένο προϊόν;

M: Ναι.

E: Έχεις έρθεις ποτέ αντιμέτωπη με κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα social media;

M: Όχι.

E: Άρα δεν υπήρχε λόγος να συζητήσεις κάτι ούτε χρειάστηκε να ενημερώσεις τους γονείς σου για κάτι, ούτε έκανες κάποια καταγγελία. Σε περίπτωση όμως που αντιμετώπιζες όμως κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα social, σε ποιον θα απευθυνόσουν πρώτα;

M: Αναλόγως και τον βαθμό που ήταν ας πούμε. Δηλαδή άμα σε εκβίαζε κι όλ' αυτά σίγουρα στους γονείς, τώρα άμα ήταν κάτι πιο απλό άμα σου έστελνε απλά ένα μήνυμα ή κάτι τέτοιο ίσως να το αντιμετώπιζες πρώτα εσύ και μετά να απευθυνόσουν στους γονείς.

E: Σε περίπτωση που όντως ήταν κάποιο περιστατικό το οποίο ήταν βαρύ ρε παιδί μου θα προχωρούσες σε κάποια καταγγελία στη δίωξη ηλεκτρονικού εγκλήματος;

M: Ναι, σίγουρα.

E: Έχεις υπάρξει θύτης ποτέ αναπτύσσοντας κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα social media; Ακόμη κι άθελά σου (...)

M: Όχι.

E: Έχεις ενημερωθεί ποτέ για την ασφαλή πλοήγηση στο διαδίκτυο και την ορθή χρήση των social media από τους γονείς σου;

M: Ναι.

E: Από το σχολείο;

M: Ναι.

E: Για πες μου τώρα ποια είναι η σχέση σου γενικότερα με τα social media;

M: Είναι στην καθημερινότητά μας πλέον, είναι για τις βασικές δουλειές που θα χρειαστεί να κάνεις, για τα μαθήματα, για όλα αυτά είναι απαραίτητα.

E: Τα χρησιμοποιείς δηλαδή ακόμα και κατά τη διάρκεια του διαβάσματος; Σε βοηθάνε σε κάτι;

M: Τα social media όχι αλλά το διαδίκτυο ναι. Αλλά πολλές φορές ας πούμε στέλνεις ένα μήνυμα στην ομαδική του σχολείου να σου πει αυτό, να σου στείλει μια φωτογραφία το τετράδιο, τα μαθήματα, όλα αυτά.

E: Και πώς φαντάζεσαι τη ζωή σου χωρίς τα social media αν κάτι γινόταν ας πούμε και έπεφτε το Ίντερνετ;

M: Ε είναι λίγο περίεργη, δηλαδή μακροχρόνια ίσως να 'ναι λίγο περίεργη αλλά γενικά για μια εβδομάδα ας πούμε, άνετα θα μπορούσε να (...)

E: Αν ήταν για παραπάνω από μια βδομάδα όμως;

M: Ε μετά θα ένιωθες λίγο το κενό.

E: Θα τη γέμιζες με κάτι την ημέρα σου, θα έκανες κάτι διαφορετικό δηλαδή από αυτό που (...)

M: Ναι.

E: Όπως;

M: Ε θα ασχολούμουν περισσότερο με τις δραστηριότητές μου, κυρίως αυτό, γιατί σου τρώνε πολύ χρόνο.

E: Τέλεια. Σ' ευχαριστώ πολύ.

M: Κι εγώ. Γεια σας.

ΚΜΗΑ3

E: Έχεις λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης;

M: Έχω, ναι, φυσικά.

E: Σε ποιο; Ή σε ποια;

M: Έχω και στο Instagram, στο Snapchat, στο Facebook και στο Messenger. Το Facebook και το Messenger δεν ήταν δικιά μου επιθυμία, ήταν επιθυμία ενός προγράμματος στο Erasmus οπότε δεν το χρησιμοποιώ καθημερινά, παρ' όλ' αυτά υπάρχει και μετά δεν ξέρω αν θεωρείται το Viber και TikTok.

E: Ποιο χρησιμοποιείς πιο συχνά απ' όλ' αυτά;

M: Το TikTok.

E: Ανεβάζεις και βίντεο;

M: Όχι, κυρίως βλέπω αλλά το ανοίγω πολύ συχνά.

E: Χρησιμοποιείς τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για την καθημερινή σου επικοινωνία με τους φίλους σου;

M: Ναι, τα χρησιμοποιώ καθημερινά.

E: Με την οικογένειά σου;

M: Και με την οικογένειά μου.

E: Και με τους συμμαθητές σου;

M: Και με τους συμμαθητές μου.

E: Προτιμάς τις τηλεφωνικές κλήσεις, το chat ή τις βιντεοκλήσεις για την επικοινωνία σου;

M: Προτιμάω, βασικά δεν χρησιμοποιώ πολύ τη βιντεοκλήση και την κλήση μέσω των social media, προτιμώ έτσι την κανονική κλήση απ' το τηλέφωνο.

E: Άρα στα social media όμως προτιμάς το chat ας πούμε;

M: Προτιμώ ναι, κυρίως τα μηνύματα, το chat.

E: Πόσο συχνά μπαίνεις στο προφίλ των φίλων σου για να ενημερώνεσαι για την καθημερινότητά τους και να παρακολουθείς τις αναρτήσεις τους;

M: Όχι τόσο συχνά να μπω στο προφίλ τους να δω, άμα πεταχτεί κάτι σίγουρα θα κάνω like, αλλά ναι, δεν το ψάχνω.

E: Ό,τι πεταχτεί στο newsfeed. Προτιμάς να μαθαίνεις την επικαιρότητα από τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας δηλαδή από την τηλεόραση, τα περιοδικά, ραδιόφωνο, εφημερίδες ή από το διαδίκτυο και τα social media;

M: Ε, μου αρέσει πιο πολύ από την τηλεόραση να κάθομαι να ακούω ειδήσεις ή τις πρωινές εκπομπές ας πούμε για πιο έτσι κουτσομπολιά και celebrity αλλά σίγουρα μπαίνω και στο google πολλές φορές και βγάζει και από μόνο του το discover που σου δείχνει τα πιο πρόσφατα γεγονότα που συνέβησαν, οπότε (...)

E: Η τηλεόραση πώς κι έτσι;

M: Ναι, το πρωί που ξυπνάω, η οικογένειά μου συνήθως ανοίγουμε τηλεόραση να δούμε ειδήσεις είτε να δούμε πρωινή εκπομπή και μετά το βράδυ μπορεί να πετύχω πάλι τις ειδήσεις. Δεν θα δω για πάρα πολύ ώρα γιατί με ψυχοπλακώνει αλλά για λίγο ναι.

E: Εμπιστεύεσαι τα social media όσον αφορά στην αξιοπιστία και την εγκυρότητά τους;

M: Πρέπει να προσέχουμε πάρα πολύ από πού, ποιος είναι ο πομπός αυτής της πληροφορίας, άμα είναι έγκυρη πηγή ή όχι.

E: Και ας πούμε ποιες πηγές θα μπορούσες να πεις ότι είναι έγκυρες στα social media;

M: Αυτές της κυβέρνησης, κάποιας εφημερίδας πολύ γνωστής που έχει κάνει και ιστοσελίδες και είναι εδώ και χρόνια υπάρχει, αυτό, ναι.

E: Οι φίλοι, οι ακόλουθοί σου δηλαδή από ποιο χώρο προέρχονται συνήθως; Από το σχολείο, την οικογένεια, το φιλικό σου περιβάλλον;

M: Απ' το χώρο του σχολείου και του φιλικού μου περιβάλλοντος.

E: Και μετά η οικογένεια.

M: Ναι, μετά η οικογένεια.

E: Στέλνεις αιτήματα φιλίας σε αγνώστους;

M: Όχι, ποτέ.

E: Αποδέχεσαι όμως αιτήματα φιλίας από αγνώστους;

M: Ε, σπάνια. Θα πρέπει δηλαδή, πάντα διασταυρώνω αν κάποιος τον γνωρίζει, τί είναι, ποιος είναι και σίγουρα αν δω ξένο όνομα και δεν τον ξέρω καθόλου και είναι ένας από άλλη χώρα δεν κάνω ποτέ ή μεγαλύτερης ηλικίας.

E: Κατά πόσο σε επηρεάζει η φωτογραφία προφίλ ενός αγνώστου όταν θα αποδεχθείς ένα αίτημα φιλίας;

M: Πάρα πολύ μετράει, είναι πολύ σημαντικό, παίζει μεγάλο ρόλο για μένα, πάντα βλέπω ποιος είναι γιατί καταλαβαίνω την ηλικία του, ίσως με τι ασχολείται, να τον ξέρω μπας και τον έχω δει, τον σκανάρω κάπως, κατά μία έννοια.

E: Επηρεάζεται η συμπεριφορά σου απέναντι σε κάποιον διαδικτυακό σου φίλο όταν συμφωνείς ή διαφωνείς με κάποια ανάρτησή του;

M: Ε, όχι.

E: Χρησιμοποιείς τα social media όταν θέλεις να πλησιάσεις φιλικά ή συναισθηματικά κάποιο άτομο;

M: Όχι, σπάνια. Μ' αρέσει πιο πολύ να είμαστε face to face, δεν μπορώ.

E: Και πότε νιώθεις μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση, όταν επικοινωνείς μέσω social media ή στη δια ζώσης επαφή;

M: Πιστεύω στη δια ζώσης επαφή, στη δια ζώσης επαφή ναι.

E: Πότε εκφράζεις πιο εύκολα τα συναισθήματά σου, είτε θετικά είτε αρνητικά, όταν επικοινωνείς μέσω των social ή στη δια ζώσης;

M: Στη δια ζώσης γιατί μπορούν να δουν και το πρόσωπό μου και ακριβώς την έκφρασή μου, πολλές φορές παραποιώ την έκφρασή μου στα social media όταν μιλάμε με chat ή αλλιώς όταν κάνω σχόλιο, θα πω λιγότερα πράγματα ίσως και πιο έτσι κοφτά και συμμαζεμένα.

E: Κι όταν προκύπτει κάποιο ζήτημα ή κάποιο πρόβλημα που πρέπει να επιλυθεί, επιλέγεις τα social media ή πάλι τη δια ζώσης;

M: Πάλι τη δια ζώσης, δε γίνεται στα social media να λυθεί ένα πρόβλημα.

E: Οι γονείς σου έχουν λογαριασμό σε κάποια πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης;

M: Ναι, έχουν στο Facebook και στο Instagram.

E: Είστε φίλοι;

M: Ναι, είμαστε.

E: Έχει τύχει ποτέ να σου κάνουν κάποια παρατήρηση για κάποια ανάρτησή σου ή για κάποια συμπεριφορά σου ας πούμε που είδαν στα social και δεν συμφωνούν;

M: Όχι, ποτέ. Απλά το μόνο που μου λένε είναι να μειώνω τον χρόνο μου στα social media.

E: Ξοδεύεις δηλαδή αρκετό χρόνο στα social;

M: Ε, ναι, υπήρχε ένα διάστημα που έβλεπαν να περπατάω με το κινητό μες στο σπίτι και μου 'λεγαν να το κόψω και το 'χω κόψει, το 'χω ελαττώσει, πάντα ας πούμε κάθομαι, δεν είμαι συνέχεια, ναι, δεν, είχα ένα θέμα για κάποιο διάστημα.

E: Χρησιμοποιείς τα social media με τους συμμαθητές σου ή και με τους καθηγητές σου για να συζητήσετε θέματα του σχολείου;

M: Ναι, φυσικά, έχουμε ομαδική στο Instagram με τους συμμαθητές για να ενημερωνόμαστε για τα μαθήματα και με τους καθηγητές όταν είχα συμμετάσχει στο Erasmus πέρυσι και φέτος έχουμε πάλι ομαδικές.

E: Σε περίπτωση που έχεις ή είχες κάποια στιγμή σύντροφο επηρέαζαν ή επηρεάζουν οι αναρτήσεις σας τη μεταξύ σας σχέση;

M: Επειδή δεν είχα, δεν μπορώ να σου απαντήσω.

E: Άρα δεν θα απαντήσουμε αν έχει οδηγήσει κάποια συμπεριφορά σας σε ρήξη κλπ.;

M: Όχι, όχι.

E: Μπορείς να μου περιγράψεις τον εαυτό σου με 5 λέξεις;

M: 5 λέξεις;

E: Και με 3 άμα θες, είναι πρωί, είναι νωρίς.

M: Είμαι ευγενική, θα 'λεγα, πρόσχαρη, συμπονετικά και βοηθάω πολύ τον κόσμο, δεν ξέρω πώς μπορείς να το γράψεις τώρα αυτό και πιστεύω ότι είμαι και πολύ έμπιστη.

E: Αυτά τώρα τα ωραία που μου περιέγραψες για τον εαυτό σου, που είναι πολύ ωραία χαρακτηριστικά, θεωρείς ότι φαίνονται στα social media που έχεις; Δηλαδή αυτά που μου περιέγραψες, αν μπω εγώ ας πούμε στο Instagram σου ή στο TikTok σου θα τη δω εγώ αυτή την ΚΜΗΑ3;

M: Ναι, πάντα είμαι ευγενική όταν σχολιάζω σε κάποιο post των φίλων μου και όταν ποστάρω κάτι εγώ προσπαθώ να είναι κάτι ωραίο, θετικό και δεν ποστάρω τόσο

συχνά οπότε ίσως να είμαι λίγο, είμαι λίγο χαμηλοβλεπούσα, δεν θέλω να το αναδεικνύω τόσο πολύ.

E: Όχι, μια χαρά, καταλαβαίνω πώς το εννοείς. Υπάρχουν στοιχεία της ταυτότητάς σου ή της εικόνας σου που τα παραποιείς εσκεμμένα στα social media; Δηλαδή την ηλικία σου, την καταγωγή σου, τέτοια χαρακτηριστικά;

M: Το μόνο που έχω παραποιήσει είναι όταν εγγράφεσαι στο Instagram και στο Facebook που θέλει μεγαλύτερη ηλικία.

E: Θέλει μεγαλύτερη ηλικία, ναι. Για την εγγραφή και μόνο. Νομίζω τώρα έχουν χαμηλώσει τα ηλικιακά όρια, έχουν πάει στα 14, ενώ κάποτε ήταν στα 18. Όταν έκανα δηλαδή εγώ social, το 1821 (γέλιο), υπήρχε περιορισμός στην ηλικία. Όταν κάποιος ακόλουθός σου, φίλος σου διαδικτυακός, αναρτήσει κάτι που σε αφορά, για παράδειγμα μια φωτογραφία ή κάποια άλλη δημοσίευση, προτιμάς να το ελέγξεις πρώτα ή δεν σε πειράζει να εγκρίνεις την ανάρτησή του, δεν έχεις πρόβλημα;

M: Ε μ' αρέσει πάντα να εγκρίνω και μ' αρέσει όταν ο άλλος μου προτείνει άμα θέλω εγώ να το ανεβάσει γιατί βρίσκομαι κι εγώ μέσα σ' αυτή τη φωτογραφία και πρέπει να του 'χω δώσει το δικαίωμα, όταν βέβαια δεν έχω δώσει την άδειά μου και το δω, αναλόγως... Αν είμαι όμορφη, αν μου άρεσε ο τρόπος, ο λόγος για τον οποίο το ανέβασε. Πολλές φορές χαίρομαι, άλλες φορές εντάξει, κρατάω ουδέτερη στάση.

E: Όταν ανεβάζεις φωτογραφίες σου χρησιμοποιείς φίλτρα;

M: Ναι, κάποιες φορές, τελευταία όμως το 'χω μειώσει.

E: Γιατί;

M: Γιατί πιστεύω ότι βγαίνουν πολύ ωραίες οι φωτογραφίες χωρίς φίλτρα και τα φίλτρα πολλές φορές παραποιούν σε μεγάλο βαθμό και τα χρώματα του περιβάλλοντος και το πρόσωπό μου.

E: Σε περίπτωση που αναρτήσεις κάτι και δεν έχει την ανταπόκριση που θέλεις, θα την κατεβάσεις αυτή τη δημοσίευση ή θα την αφήσεις;

M: Ποτέ, την αφήνω.

E: Επηρεάζει όμως την αυτοπεποίθησή σου η ανταπόκριση στις δημοσιεύσεις σου; Δηλαδή αν μια φωτογραφία σου έχει πάρει πολλά likes θα πεις «Α, ωραία, επιτυχία αυτή η φωτογραφία» ή το αντίστροφο «Γιατί ρε παιδί μου, αφού ήμουν τόσο όμορφη σε αυτή τη φωτογραφία γιατί δεν έχει τόσα likes;»

M: Όχι, δεν ασχολούμαι τόσο, κρατάω μόνο τη στιγμή και ανεβάζω τη φωτογραφία πιο πολύ γιατί είχα περάσει ωραία εκείνη την ώρα και ήθελα απλά να το μοιραστώ με τον κόσμο. Κι όποιος θέλει κάνει like, όποιος θέλει δεν κάνει.

E: Από ποιο μέσο συνήθως ενημερώνεσαι για τις εξελίξεις στη μόδα ή σε προϊόντα τεχνολογίας;

M: Από το TikTok.

E: Συμβουλεύεσαι τις τάσεις της μόδας από τα social πριν προχωρήσεις στις αγορές σου όταν θες να κάνεις κι εσύ τα ψώνια σου;

M: Επειδή ενδιαφέρομαι πάρα πολύ έτσι για τη μόδα πάντα κοιτάω, πάντα ψάχνω και στις ιστοσελίδες και στη Vogue, δηλαδή και σε ιστοσελίδες πιο έτσι, μεγάλης φήμης. Οπότε πάντα έτσι συμβουλευόμαι τα trends της εποχής.

E: Και ακολουθείς διασημότητες στα social media;

M: Λίγες και καλές, αυτές που πιστεύω ότι με αντιπροσωπεύουν. Η αγαπημένη μου είναι influencer, η Emma Chamberlain.

E: Α, την ξέρω. Είναι αυτή με τα όμορφα τα μάτια και τα ωραία τα χείλη, που κάνει τις κινήσεις με τα μάτια μας και το στόμα της;

M: Που είναι έτσι γενικά, έχει αυτά τα sleepy eyes και έτσι κάποιους ηθοποιούς που τους εκτιμώ πάρα πολύ, τον Timothée Chalamet (...)

E: Λοιπόν αυτός ο Timothée Chalamet έχει μεγάλο κοινό τελικά. Τον ακούω συχνά από παιδιά της ηλικίας σου.

M: Ναι; Είναι πολύ καλός και ηθοποιός, είναι εξαιρετικός ηθοποιός και πιστεύω ότι ζούμε σ' αυτή την εποχή που λέμε ο μικρός Timothée Chalamet, πώς ήταν ο Leonardo di Caprio, οπότε (...)

E: Πω πω, ο Leonardo είναι πιο μεγάλος και από εμένα (γελάμε και οι δύο)

M: Οπότε ακολουθώ αυτούς που μου αρέσουν και με κάνουν να νιώθω καλά. Και τους Έλληνες επίσης, κάποιους Έλληνες youtubers και τελευταία έχω ξεακολουθήσει κιάλας επειδή έχουν πάψει να μ' αρέσουν, να με αντιπροσωπεύουν και να νιώθω καλά μαζί τους.

E: Αντιγράφεις τον τρόπο που ντύνονται αυτοί οι celebrities που σου αρέσουν, επηρεάζεσαι;

M: Πάντα παίρνω έτσι ερεθίσματα αλλά δε σημαίνει ότι θα το κάνω εντελώς αντιγραφή, θα κρατήσω κάποια που μου αρέσουν για την προσωπικότητά μου και για την ηλικία μου και τα άλλα θα τ' αφήσω.

E: Αγοράζεις προϊόντα που είτε διαφημίζουν είτε χρησιμοποιούν οι διασημότητες που ακολουθείς;

M: Προσπαθώ, ναι, ναι. Μ' αρέσει να ακολουθώ, γιατί πιστεύω ότι είναι καλό να το αγοράσω και δεν ξέρω, μ' αρέσει, επηρεάζομαι πολύ εύκολα.

E: Για τις αγορές σου προτιμάς τα φυσικά καταστήματα ή το e- shopping;

M: Στα φυσικά καταστήματα λίγο υπάρχει μια κούραση, δεν ξέρω κουράζομαι ψυχικά όταν βγαίνω για ψώνια, δεν μπορώ, ιδρώνω, ειδικά όταν πάμε για ρούχα, ιδρώνω, δεν αντέχω, δεν μπορώ. Ενώ όταν είναι online κάθεται με την ησυχία σου, το ψάχνεις και μια μέρα και δυο μέρες και μετά αποφασίζεις.

E: Έχει τύχει ποτέ να ξοδέψεις περισσότερα χρήματα από τον προϋπολογισμό σου ή από αυτά που σου επιτρέπουν οι γονείς σου για κάποιο πολυδιαφημισμένο προϊόν στα social;

M: Νομίζω πως ναι, μια φορά μόνο και το 'χα κρατήσει κρυφό. Ναι, δεν το σχολίασα.

E: Έχεις έρθεις αντιμέτωπη ποτέ με κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης;

M: Όχι, προσωπικά. Έχω ακούσει πολλά.

E: Έχεις ακούσει όμως. Άρα δε χρειάστηκε να συζητήσεις κάποια κατάσταση ούτε να κάνεις κάποια καταγγελία. Σε περίπτωση που αντιμετώπιζες κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα social, σε ποιον θα απευθυνόσουν πρώτα;

M: Σίγουρα πρώτα στους γονείς μου και μετά σιγά σιγά θα το πηγαίναμε αν συνέχιζε και σε έτσι πιο αρμόδιους.

E: Άρα λοιπόν θα έκανες κάποια καταγγελία στη δίωξη ηλεκτρονικού εγκλήματος;

M: Μια δήλωση, κάτι. Και σίγουρα θα το έλεγα και στους συμμαθητές μου, στους φίλους μου για να είναι κι αυτοί ενήμεροι.

E: Έχεις υπάρξει εσύ θύτης αναπτύσσοντας κάποια κακοποιητική συμπεριφορά; Ακόμη κι άθελά σου, έτσι στο πλαίσιο παρέας.

M: Όχι, όχι.

E: Έχεις ενημερωθεί για την ασφαλή πλοήγηση στο διαδίκτυο από την οικογένειά σου;

M: Και απ' την οικογένειά μου, είναι πολύ σημαντικό θέμα, και απ' το σχολείο.

E: Και απ' το σχολείο;

M: Ναι.

E: Και κλείνοντας θέλω να μου πεις ας πούμε, ποια είναι η σχέση σου έτσι με τα social media;

M: Ωραία, εγώ δεν είμαι απ' αυτούς που θ' ανεβάσουνε συνέχεια και θα περιμένουν έτσι μια ανταπόκριση από το κοινό, πρόσφατα έκανα Instagram, οι γονείς μου δεν μου επέτρεπαν να κάνω Instagram μέχρι την ηλικία που έχω φτάσει τώρα διότι ξέρανε και τους κινδύνους και την πώρωση που παθαίνουν τα παιδιά, παρ' όλ' αυτά με είχαν αφήσει να κάνω TikTok, αξιοπερίεργο, δεν ξέρω πώς τα κατάφεραν.

E: Ε σας αφορά περισσότερο μάλλον.

M: Οπότε για την επικοινωνία με τους φίλους, με τους συμμαθητές μου χρησιμοποιούσα το Snapchat και το Viber μετά πιο παλιά και τώρα που έχω κάνει Instagram έχω καταλάβει ότι είναι τόσο, το έχουν κάνει τόσο overrated, που δεν είναι κάτι, εγώ το χρησιμοποιώ κυρίως για να μιλήσω με τους γνωστούς μου και άντε να δω λίγο κανένα post, κανένα story αλλιώς δεν θα κάτσω με τις ώρες στο Instagram, θα κάτσω με τις ώρες στο TikTok, αλλά πρέπει να το προσέξουμε αυτό, να μη συμβαίνει πάντα.

E: Και αν κόβανε το Ίντερνετ και ξαφνικά τα social media σταματούσαν να υπάρχουν, πώς φαντάζεσαι τη ζωή σου;

M: Δε θα 'χα κανένα πρόβλημα. Λατρεύω τη δεκαετία του '70 και του '80, γυρίστε με πίσω, παρακαλώ.

E: Εγώ το '84 γεννήθηκα και δεν τη θυμάμαι τη δεκαετία του '80. (γέλιο)

M: Λατρεύω, λατρεύω, και τις πιο παλιές εποχές τις λατρεύω, πάρα πολύ.

E: Εντάξει, κάθε εποχή έχει και τη χάρη της και τα ωραία της.

M: Ναι.

E: Αυτό ήταν λοιπόν. Σ' ευχαριστώ πολύ για το χρόνο σου. Ήταν πολύ ενδιαφέροντα όλα αυτά που συζητήσαμε. Να είσαι καλά.

M: Κι εσείς το ίδιο. Ευχαριστώ κι εγώ.

ΚΝΛΓ3

E: Έχεις λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης;

M: Ναι, στα περισσότερα.

E: Για πες μου έτσι ποιο χρησιμοποιείς πιο συχνά και πες μου αν θες και σε ποια social media έχεις λογαριασμούς.

M: Πιο συχνά το Instagram και το Snapchat.

E: Στο Snapchat έτσι χρησιμοποιείς και τα φίλτρα κι αυτά;

M: Ναι.

E: TikTok;

M: Ναι, το βράδυ κυρίως.

E: Για να περνάει η ώρα;

M: Για να περνάει η ώρα και να κοιμηθώ.

E: Χρησιμοποιείς τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για την καθημερινή σου επικοινωνία με τους φίλους σου;

M: Ναι.

E: Με την οικογένειά σου;

M: Όχι, δεν.

E: Με τους συμμαθητές σου;

M: Όχι, με συγκεκριμένους μιλάω.

E: Με συγκεκριμένους. Προτιμάς τις κλήσεις, το chat ή τις βιντεοκλήσεις για την επικοινωνία σου στα social media;

M: Το chat.

E: Και πόσο συχνά μπαίνεις στο προφίλ των φίλων σου για να ενημερώνεσαι για την καθημερινότητά τους και να παρακολουθείς τις αναρτήσεις τους;

M: Κάθε μέρα σχεδόν.

E: Προτιμάς να μαθαίνεις την επικαιρότητα από εφημερίδες, περιοδικά, ραδιόφωνο ή τηλεόραση και γενικά απ' αυτά που λέμε τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας ή το διαδίκτυο και τα social media;

M: Το διαδίκτυο γιατί μερικές φορές δε θέλω να μαθαίνω άσχημα νέα, μόνο αυτά που μ' ενδιαφέρουν.

E: Μόνο αυτά που σ' ενδιαφέρουν. Άρα δηλαδή στο διαδίκτυο κάνεις κάποια επιλογή; Αυτά που παρακολουθείς ας πούμε συγκεκριμένα;

M: Ναι.

E: Και εμπιστεύεσαι τα social media όσον αφορά την αξιοπιστία και την εγκυρότητά τους;

M: Άμα είναι κάτι που μ' ενδιαφέρει πολύ θα το ψάξω κι από άλλα, κι από άλλες σελίδες για να μάθω αν όντως είναι έγκυρο.

E: Άρα λοιπόν κι εσύ μόνη σου θα μπεις σε μια διαδικασία να ψάξεις. Σε σχέση με τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας, ποια σου φαίνονται πιο αξιόπιστα; Η τηλεόραση, τα περιοδικά, οι εφημερίδες ή το διαδίκτυο; Αν τα συγκρίναμε αυτά τα δύο μεταξύ τους.

M: Αξιόπιστο; Το διαδίκτυο.

E: Το διαδίκτυο πιο αξιόπιστο από τα παραδοσιακά.

M: Αν και μπαίνω και στην τηλεόραση, σχεδόν το ίδιο είναι.

E: Οι φίλοι σου, οι ακόλουθοί σου, από ποιο χώρο προέρχονται συνήθως; Από το σχολείο, το οικογενειακό σου περιβάλλον, το φιλικό σου περιβάλλον;

M: Εγώ έχω αρκετούς που είναι και άγνωστοι ή που έχουμε ένα γεια.

E: Άρα είναι γενικότερα όμως και από το σχολείο και από το οικογενειακό περιβάλλον και το φιλικό.

M: Ναι.

E: Στέλνεις αιτήματα φιλίας σε αγνώστους;

M: Όχι.

E: Αποδέχεσαι αιτήματα φιλίας από αγνώστους;

M: Όχι.

E: Άρα λοιπόν αν κάποιος άγνωστος σου στείλει ένα αίτημα φιλίας δε θα επηρεαστείς από τη φωτογραφία του προφίλ του ή οτιδήποτε, θα το απορρίψεις.

M: Άμα είναι κάποιος που τον ξέρω εμφανισιακά και τον βλέπω έξω συχνά, θα το αποδεχτώ.

E: Άρα υπό προϋποθέσεις θα μπορούσες να δεχτείς ένα αίτημα φιλίας αρκεί να είναι κάποιος τέλος πάντων που έχεις κάποια εικόνα γι' αυτόν.

M: Ναι.

E: Επηρεάζεται η συμπεριφορά σου απέναντι σε κάποιον διαδικτυακό σου φίλο όταν συμφωνείς ή διαφωνείς με κάποια δημοσίευσή του; Αν δηλαδή αναρτήσει

κάποιος κάτι κι εσύ διαφωνείς εντελώς με αυτό που ανήρτησε. Θα σε επηρεάσει και στην προσωπική σας επικοινωνία, στην πραγματικότητα;

M: Τις περισσότερες φορές ναι, άμα είναι να διαφωνήσω, δηλαδή αν έχει, πιστεύω ότι είναι λάθος για μένα, δεν θα προσπαθήσω να τον κάνω και φίλο μου.

E: Ωραία, άρα επηρεάζεται λοιπόν η συμπεριφορά σου. Χρησιμοποιείς τα social media όταν θες να πλησιάσεις κάποιον φιλικά ή συναισθηματικά;

M: Ναι.

E: Με ποιον τρόπο;

M: Είτε θα ανεβάσω κάποια σπόντα, ενώ έχουμε αρχίσει να μιλάμε ή θα ανεβάσω κι εγώ κάτι ώστε να έχω ανταπόκριση, κάνα like.

E: Και πότε νιώθεις μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση, όταν επικοινωνείς μέσω social media ή στη δια ζώσης επαφή;

M: Δια ζώσης.

E: Ενώ ξέρεις οι περισσότεροι πιστεύουμε ότι τα παιδιά νιώθουν πιο άνετα στο διαδίκτυο τελικά βλέπουμε ότι δια ζώσης νιώθετε καλύτερα. Πότε εκφράζεις πιο εύκολα τα συναισθήματά σου, όταν επικοινωνείς μέσω των social media ή στη δια ζώσης;

M: Δια ζώσης.

E: Κι όταν προκύπτει κάποιο πρόβλημα που πρέπει να λύσεις, προτιμάς να το συζητήσεις μέσω των social media ή στη δια ζώσης επαφή;

M: Από social media για να κάτσω να το σκεφτώ.

E: Για να έχεις το χρόνο σου δηλαδή;

M: Να το σκεφτώ ωραία στο μυαλό μου ώστε να το διατυπώσω στους άλλους, να το καταλάβουν, μην τα 'χω μπερδεμένα.

E: Οι γονείς σου έχουν λογαριασμό σε κάποια πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης;

M: Ναι. Η μαμά μου μόνο, ο μπαμπάς μου δεν έχει τίποτα.

E: Ακολουθείτε ο ένας τον άλλο με τη μαμά;

M: Όχι.

E: Όχι ε; Γιατί;

M: Γιατί συνήθως θα με πάρει τηλέφωνο και δε χρειάζεται και στο Messenger.

Ε: Ωραία, δηλαδή δεν θέλεις ας πούμε να βλέπει τις αναρτήσεις σου, τα stories σου αυτά, προτιμάς για κάποιο λόγο να το αποφεύγεις, δεν θέλεις να έχετε κάποια επικοινωνία στα social.

Μ: Ναι. Τα σχόλια βασικά με ενοχλούν.

Ε: Σε ενοχλούν. Σου κάνει σχόλια; Έχει τύχει να δει κάτι και να σου κάνει κάποιο σχόλιο, κάποια παρατήρηση;

Μ: Στο Instagram τουλάχιστον δεν μ' ακολουθεί, αλλά της δείχνω φωτογραφίες που θα ανέβαζα. Από κει μόνο παίρνω τη γνώμη της άμα θέλω.

Ε: Άμα θέλεις.

Μ: Αλλά και όχι να είναι, και μ' αρέσει εμένα, θα το ανεβάσω.

Ε: Άρα λοιπόν μου απαντάς και στην επόμενη ερώτηση που έχω εδώ πέρα, το αν έχει τύχει να σου κάνουν κάποια παρατήρηση για κάποια ανάρτησή σου κτλ. Ωραία, παρόλο που δεν είστε, δεν ακολουθείτε ο ένας τον άλλο. Χρησιμοποιείς τα social media με τους συμμαθητές σου ή και με τους καθηγητές σου για να συζητήσετε θέματα που αφορούν στο σχολείο; Έχετε κάποιο γκρουπάκι έτσι που μεταξύ σας επικοινωνείτε;

Μ: Στο φροντιστήριο το κάνουμε αυτό.

Ε: Στο σχολείο εδώ πέρα δεν έχετε κάτι; Ούτε με τους συμμαθητές, ούτε με τους καθηγητές.

Μ: Όχι.

Ε: Σε περίπτωση που είχες κάποια στιγμή σύντροφο επηρέαζαν ή επηρεάζουν οι αναρτήσεις σας τη μεταξύ σας σχέση; Οι δημοσιεύσεις σας;

Μ: Όχι. Εννοείτε σκηνή ζηλοτυπίας;

Ε: Ναι, σκηνή ζηλοτυπίας ή ξέρω 'γω να υπάρξει κάποιος τσακωμός ή για παράδειγμα όπως λέω και στην επόμενη ερώτηση αν έχει οδηγήσει ποτέ αυτή η συμπεριφορά σας ή κάποια συμπεριφορά σας στα social media ή σε τσακωμό ή ακόμα και σε χωρισμό.

Μ: Όχι, τίποτα.

Ε: Περιγράψε μου τον εαυτό σου τώρα με 5 λέξεις, μπορείς; 5, 4 όσες θες και 15.

Μ: Λοιπόν, είμαι ευδιάθετη, κοιμάμαι πάρα πολύ, πάρα πολύ, είμαι αναβλητική όμως και προσπαθώ να κάνω και τους γύρω μου να είναι με βάση το χαρακτήρα μου χαρούμενους, να τους βοηθάω και να τους στηρίζω.

E: Άρα είσαι η ψυχή της παρέας.

M: Είμαι. Κι η μαμά της παρέας είμαι.

E: Είσαι κι η μαμά της παρέας; Τι ωραίο αυτό! Πολύ ωραίος χαρακτηρισμός. Είσαι προστατευτική κιόλας δηλαδή. Κι αυτό το προφίλ τώρα που μου περιγράφεις, έτσι που σε έμαθα λίγο απ' την περιγραφή σου, ταιριάζει στο προφίλ που παρουσιάζεις και στα social media; Δηλαδή αυτά θα τα έβλεπα εγώ;

M: Όχι.

E: Όχι ε; Γιατί συμβαίνει αυτό νομίζεις;

M: Δε θέλω να μάθει ο άλλος τον χαρακτήρα μου απ' το προφίλ μου άμα δει μία εικόνα και μετά να θεωρεί αυτό.

E: Υπάρχουν στοιχεία της ταυτότητάς σου ή της εικόνας σου που παραποιείς εσκεμμένα στα social media; Για παράδειγμα την καταγωγή σου, την ηλικία σου τέτοιου είδους πράγματα; Έτσι να τα αλλάξεις με δόλο όμως. Εκ πεποιθήσεως να παραποιήσεις κάποια πράγματα.

M: Δηλαδή να μιλάω με έναν και να του πω...

E: Ναι, να κρύψεις την ηλικία σου την πραγματική.

M: Ναι, είτε δε θέλω να το μάθει ή δεν ένιωθα εκείνη τη στιγμή να συζητήσω.

E: Όταν κάποιος ακόλουθός σου ή φίλος σου, αναρτήσει κάτι το οποίο σε αφορά, για παράδειγμα μια φωτογραφία σου, θα ήθελες πρώτα να το εγκρίνεις εσύ;

M: Ναι. Για να δω αν είμαι ωραία.

E: Να δεις αν είσαι ωραία.

Όταν ανεβάζεις φωτογραφίες σου χρησιμοποιείς φίλτρα;

M: Όχι, μόνο το ασπρόμαυρο ή...

E: Δεν παραποιείς την εικόνα σου με τύπου Photoshop κτλ. αλλά έτσι τέτοιου είδους φίλτρα για φωτισμό, ασπρόμαυρο κι αυτά χρησιμοποιείς.

M: Ναι.

E: Σε περίπτωση που αναρτήσεις κάτι και δεν έχει την ανταπόκριση που θέλεις, έχεις βγάλει μια ωραία φωτογραφία, περιμένεις να μαζέψει πάρα πολλά likes και πάρα πολλά σχόλια αλλά δεν συμβαίνει αυτό. Θα την κατεβάσεις;

M: Αν μ' αρέσει εμένα, όχι.

E: Αν όμως κι εσύ προβληματιστείς και πεις ότι τελικά δεν είναι...

M: Ναι, αν το σκεφτώ τότε ναι.

E: Επηρεάζει την αυτοπεποίθησή σου η ανταπόκριση που μπορεί να έχει μία ανάρτησή σου, μια φωτογραφία σου, μια δημοσίευσή σου στο κοινό σου, στους φίλους σου;

M: Ναι.

E: Επηρεάζει ε;

M: Ναι.

E: Σου φτιάχνουν δηλαδή τη διάθεση τα πολλά likes.

M: Ναι, γιατί αν δεν έχει την ανταπόκριση θα σκεφτώ «Τι είχε; Τι δεν τους άρεσε;»

E: Τί δεν τους άρεσε. Δηλαδή τί δεν τους άρεσε ας πούμε και κάτι πάνω σου.

M: Ναι, ναι, ναι.

E: Μάλιστα, πολύ ενδιαφέρον. Βασικά οι περισσότεροι έτσι σκεφτόμαστε. Από ποιο μέσο συνήθως ενημερώνεσαι για τις εξελίξεις στη μόδα αλλά και στην τεχνολογία; Έτσι, τηλεόραση, περιοδικά, διαδίκτυο;

M: Instagram.

E: Διαδίκτυο, Instagram ε; Και συμβουλεύεσαι τις τάσεις της μόδας στα social media πριν προχωρήσεις στις αγορές σου;

M: Ναι, άμα δω μια διαφήμιση.

E: Κάτι που σου αρέσει.

M: Κάτι που μου αρέσει, θα το ψάξω.

E: Ακολουθείς διασημότητες στα social media;

M: Influencer και τέτοια;

Γ: Influencers, celebrities που μπορεί να σ' αρέσουν. Έχω ακούσει για την Kendall Jenner, έχω ακούσει για την Kylie, έχω ακούσει πολλά για τη Gigi. (γέλιο)

M: Όχι, όχι.

E: Όχι, δεν έχεις ας πούμε κάποιους ανθρώπους που τους θαυμάζεις και σου αρέσουν και τους ακολουθείς στα social media.

M: Όχι, με βάση τη μόδα δεν.

E: Αθλητισμό; Κάτι άλλο; Κάποια άλλα πρότυπα που μπορεί να έχεις και ν' ακολουθείς και να σ' αρέσει;

M: Ναι, χιουμοριστικούς κυρίως. Κωμικούς.

E: Κωμικούς; Είναι πολύ ωραίοι. Και τον Φάνη τον Λαμπρόπουλο; Εγώ γελάω πάρα πολύ με τον Φάνη.

M: Όχι, τον Κοψιάλη. Και το «Πλάκα έχει».

E: Αγοράζεις προϊόντα που είτε διαφημίζουν είτε χρησιμοποιούν διάφοροι ας πούμε στα social media; Δηλαδή μία διαφήμιση που θα κάνει πχ. ο Κοψιάλης, οποιοσδήποτε, έτσι θα μπει στον πειρασμό να πεις «Α αυτό μ' αρέσει, θα ήθελα να το αγοράσω;»

M: Όχι. Αν το πάρει ο διπλανός μου ας πούμε και μου πει ωραία σχόλια, εκεί θα το ψάξω.

E: Άρα δεν επηρεάζεσαι τόσο πολύ απ' αυτά που διαφημίζουν στα social. Για τις αγορές σου προτιμάς τα φυσικά καταστήματα ή το e- shopping;

M: Τα φυσικά καταστήματα.

: Έχει τύχει ποτέ να ξοδέψεις περισσότερα χρήματα από τον προϋπολογισμό σου ή από το χαρτζιλίκι που σου δίνουν οι γονείς σου για κάτι που είδες ας πούμε στα social και σου άρεσε; Πχ. ένα κινητό ή ρούχα κτλ.

M: Ναι.

: Αυτό συμβαίνει συχνά ή μία φορά;

M: Όχι, μία φορά.

: Έχεις έρθεις ποτέ αντιμέτωπη με κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα social media; Εκφοβισμό, κάποιος να σε παρενοχλήσει, οτιδήποτε;

M: Όχι, το σταματάω.

: Έχει τύχει να σε πλησιάσουν κι εσύ το σταμάτησες; Έχει προσπαθήσει κάποιος όμως...

M: Ναι, να μου κάνουν αίτημα, να μου στείλουν μήνυμα και να τον μπλοκάρω αφού δω το μήνυμα.

E: Μπόρεσες να το αντιμετωπίσεις δηλαδή.

Αυτό το συζήτησες με κάποιον, δικό σου, φίλο σου, γονείς...

M: Ναι, το ανέφερα.

E: Στους γονείς σου;

M: Στους φίλους μου.

E: Άρα δεν συζήτησες κάτι περαιτέρω με τους γονείς σου γι' αυτό. Εντάξει, δεν ήτανε και τόσο βαρύ για να προχωρήσεις σε κάποια καταγγελία. Αν αντιμετώπιζες όμως κάποια σοβαρή κακοποιητική συμπεριφορά θα έκανες κάποια καταγγελία στις αρχές, στη δίωξη ηλεκτρονικού εγκλήματος για παράδειγμα;

M: Αν ήταν, ναι, αν μου έλεγε πού μένεις, ξέρω τα πάντα σου, εκεί ναι.

E: Αν υπήρχε απειλή δηλαδή, αν σε απειλούσε κτλ. θα προχωρούσες σε μία καταγγελία. Αν όμως δεν σε απειλούσε και απλά ήταν μια κακή συμπεριφορά, μια ενοχλητική συμπεριφορά θα προσπαθούσες να το αντιμετωπίσεις μόνη σου;

M: Ναι, θα του έστελνα ότι δεν ενδιαφέρομαι και θα το σταματούσα εκεί. Αν συνέχιζε μπλοκ...

E: Έχεις υπάρξει εσύ θύτης ποτέ, να έχεις αναπτύξει (...); Ούτε για πλάκα που έχω ακούσει αυτό το «Α, ναι κάναμε ένα challenge κτλ. και για πλάκα στείλαμε (...)»

M: Όχι.

E: Έχεις ενημερωθεί ποτέ για την ασφαλή πλοήγηση στο διαδίκτυο από το σχολείο; Φέρανε κάποιον να σας μιλήσει λιγάκι για τα social media ή κάποιον που να (...)

M: Ναι, έχει πολλά χρόνια πριν.

E: Έχει συμβεί, δηλαδή έχεις κάποια ενημέρωση απ' το σχολείο; Απ' τους γονείς σου; Έχετε συζητήσει με τους γονείς σου πώς θα χρησιμοποιείς σωστά τα social media και το διαδίκτυο;

M: Όχι.

E: Και τώρα, αφού ολοκληρώνουμε αυτή την κουβέντα, ποια θεωρείς πως είναι η σχέση σου με τα social media; Πώς τη χαρακτηρίζεις; Πώς τα πας με τα social; Αν το κρίνεις εσύ, ποια είναι η κρίση σου;

M: Πλέον νομίζω έχει γίνει ρουτίνα.

E: Είναι στην καθημερινότητά σου.

M: Ναι, είναι.

E: Κι αν ας πούμε κάτι συνέβαινε και μέναμε χωρίς social media, χωρίς διαδίκτυο; Όχι να μείνουμε για μια ώρα, να περάσεις μια μεγάλη χρονική περίοδο χωρίς τα social media, πώς τη φαντάζεσαι τη ζωή σου; Πώς θα ήτανε; Πώς θα περνούσες τη μέρα σου;

M: Ειδικά τώρα στην Γ' λυκείου θα διάβαζα βασικά, ε μετά πιστεύω θα το συνήθιζα.

E: Θα το συνήθιζες. Άρα δηλαδή θεωρείς ότι ας πούμε τα social και τώρα που είσαι στην Γ' λυκείου σου τρώνε χρόνο απ' το διάβασμα;

M: Όχι, εγώ βάζω όρια.

E: Βάζεις όρια. Μπορείς να βάλεις όρια. Πολύ ωραία. Αυτό ήταν. Σ' ευχαριστώ πολύ για το χρόνο σου. Ήταν πολύ ενδιαφέρουσα η συζήτησή μας.

M: Ήταν ναι. Να είστε καλά. Καλή συνέχεια!

ΚΣΜΒ2

E: Έχεις λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης;

M: Ναι, έχω.

E: Σε ποιο; Ή σε ποια;

M: Έχω στο Instagram, έχω στο Viber, έχω και Messenger και Facebook αλλά δεν τα χρησιμοποιώ, τα είχα κάνει όταν ήταν η τηλεκαίδευση για να κάνω μάθημα με την καθηγήτριά μου (...)

E: TikTok;

M: Ναι, αλλά δεν ανεβάζω, απλά χαζεύω.

E: Απλά υπάρχει. Ποιο χρησιμοποιείς πιο συχνά;

M: Κακά τα ψέματα το Instagram.

E: Βλέπω ότι το Instagram τελικά το προτιμάει η ηλικία σας.

M: Ναι, το TikTok για εμένα εντάξει, ας πούμε έχει κάποια βιντεάκια που τα θεωρώ χρήσιμα. Εγώ έχω βρει ας πούμε συνταγές μέχρι, δεν ξέρω, πώς μπορώ να επιδιορθώσω ένα ρούχο αλλά είναι και για διασκέδαση, για προώθηση φαντάζομαι βοηθάει τον κόσμο.

E: Χρησιμοποιείς τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για την καθημερινή σου επικοινωνία με τους φίλους σου;

M: Ναι, αν και προτιμώ την άμεση επικοινωνία.

E: Με την οικογένειά σου;

M: Σίγουρα, δηλαδή, αν, δεν ξέρω, αν η μαμά σχολάει, γιατί η μαμά δουλεύει πάρα πολλές ώρες και ο μπαμπάς, άμα σχολάει αργότερα θα στείλει ένα μήνυμα.

E: Ένα μήνυμα, ωραία. Με τους συμμαθητές σου;

M: Ναι, προφανώς.

E: Προτιμάς τις τηλεφωνικές κλήσεις, το chat ή τις βιντεοκλήσεις όταν χρησιμοποιείς τα social media για την επικοινωνία σου;

M: Βιντεοκλήσεις ή τηλέφωνο, τα μηνύματα είναι πολύ απρόσωπα και τα βαριέμαι κίολας γιατί εντάξει, από ένα σημείο και μετά δεν μπορείς να καταλάβεις τι εννοεί ο

άλλος άμεσα κι εγώ μπορεί να θέλω να πειράξω μια φίλη μου ή ένα φίλο μου και μετά να βρεθούμε μπροστά σε μια παρεξήγηση που δεν ήτανε...

E: Πόσο συχνά μπαίνεις στο προφίλ των φίλων σου για να ενημερώνεσαι για την καθημερινότητά τους και να παρακολουθείς τις αναρτήσεις τους;

M: Όχι ιδιαίτερα συχνά.

E: Σπάνια.

M: Ναι. Εντάξει κιόλας, για παράδειγμα αν θέλουν, οι κοντινοί μου τουλάχιστον να ανεβάσουν κάτι σίγουρα θα μου το πούνε νωρίτερα, σίγουρα, το συνηθίζουν οπότε...

E: Φαίνεται κιόλας στο newsfeed τους οπότε δεν χρειάζεται να μπεις κι εσύ στο προφίλ τους για να το δεις.

M: Βαριέμαι λίγο κι αυτό, δεν μπορώ.

E: Προτιμάς να μαθαίνεις την επικαιρότητα από εφημερίδες, περιοδικά, ραδιόφωνο, αυτά δηλαδή που λέμε τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης ή από το διαδίκτυο και τα social media;

M: Ε, σίγουρα αναγνωρίζω ότι το διαδίκτυο στις μέρες μας έχει επιβληθεί με ένα τρόπο και εντάξει, ίσως και καλά έκανε, είναι πιο εύκολη η ενημέρωση και όλ' αυτά. Εγώ είμαι λίγο χαζορομαντική οπότε θα διάβαζα άνετα μια εφημερίδα, ένα περιοδικό, θα ανοίξω το ραδιόφωνο, δηλαδή είμαι ικανή...

E: Άρα δηλαδή ενημερώνεσαι από τα παραδοσιακά μέσα.

M: Ναι, απλά, κακά τα ψέματα μου είναι πολύ πιο εύκολο να μπω... Ή θα δω ένα δελτίο ειδήσεων αλλά είναι υπερβολικά, σε άλλο βαθμό πιο εύκολο.

E: Εμπιστεύεσαι τα social media όσον αφορά την αξιοπιστία και την εγκυρότητά τους; Θεωρείς έγκυρη και αξιόπιστη την ενημέρωση όταν ενημερώνεσαι ας πούμε από το Instagram για κάτι ή απ' το Facebook ή απ' οποιοδήποτε social;

M: Όχι πάντα, γιατί στις μέρες μας είναι πάρα πολύ εύκολο οποιοσδήποτε να κάνει μια ανάρτηση, ένα post και δεν ξέρω, να έχει μια ψευδή είδηση, αυτό μπορεί να το κάνει οποιοσδήποτε, κι εγώ δηλαδή μπορώ τώρα ξαφνικά στο Facebook να αναρτήσω κάτι, ωστόσο αυτό δε σημαίνει κι ότι οτιδήποτε διαβάζουμε είναι λάθος. Μπορεί να είναι μια προώθηση από κάποιο άλλο site, απλά αυτό που έχω καταλάβει με τα χρόνια είναι ότι πχ. στην τηλεόραση συνήθως οι ειδήσεις είναι πιο έγκυρες γιατί από πίσω έχουν ελέγξει...

E: Έχουνε κάνει το ρεπορτάζ τους δηλαδή οπότε τα παραδοσιακά μέσα έχουν πιο καλές πηγές πληροφόρησης.

M: Ναι, και δεν νομίζω κιόλας και οι εφημερίδες και τα δελτία ειδήσεων να ρίσκαραν τόσο πολύ, να διακινδύνευαν από μία ανάρτηση που ανέβασε ο τάδε...

E: Οι φίλοι, οι ακόλουθοί σου από ποιο χώρο προέρχονται συνήθως; Από το σχολείο; Απ' την οικογένειά σου; Απ' το φιλικό σου περιβάλλον; Με ποιους είσαι έτσι διαδικτυακή φίλη;

M: Κυρίως με φίλους, μετά είναι σίγουρα αρκετά πρόσωπα της οικογένειάς μου, ακολουθούν κοινοί γνωστοί, παιδιά απ' το σχολείο.

E: Άρα λοιπόν απ' όλους τους χώρους.

M: Από δραστηριότητες που μπορεί να είμαι.

E: Στέλνεις αιτήματα φιλίας σε αγνώστους;

M: Σε εντελώς αγνώστους, όχι.

E: Υπάρχουν και λιγότερο άγνωστοι; Άνθρωποι που είναι άγνωστοι σε εσένα αλλά είναι λιγότερο από κάποιους άλλους;

M: Ναι, δεν ήτανε σωστή η διατύπωσή μου.

E: Έχω καταλάβει τι εννοείς απλά για τυπικούς λόγους σε ρωτάω.

M: Ναι, εννοείται καταλαβαίνω. Πώς να το εξηγήσω τώρα; Μπορεί να είναι μία, η γνωστή μιας φίλης μου, μια κοπέλα που την έχω συναντήσει μία φορά, σίγουρα θα ελέγξω αν έχω κοινούς φίλους και μάλιστα θέλω να έχω από ένα συγκεκριμένο αριθμό και πάνω για να νιώθω πιο ασφαλής εγώ. Είμαι λίγο επιφυλακτική μ' αυτά.

E: Θα μπορούσες όμως δηλαδή σε κάποιους τέτοιους ανθρώπους, που έχετε πολλούς κοινούς φίλους κτλ. ή μπορεί να είστε απλοί γνωστοί στο δρόμο, θα μπορούσες να στείλεις ένα αίτημα φιλίας.

M: Ναι, ναι, το 'χω κάνει.

E: Και αποδέχεσαι μ' αυτή τη λογική, με την ίδια (...);

M: Ναι, αν ξέρω τον άλλο φυσιογνωμικά τουλάχιστον. Ή τουλάχιστον αν για παράδειγμα έχει τύχει με φίλη μου να βλέπω ότι έχουμε μια κοπέλα κοινή και να τη λέω «Την ξέρεις;» και να μου λέει «Ναι, η κοπέλα από ένα(...)»

E: Και κατά πόσο σε επηρεάζει η φωτογραφία προφίλ ενός αγνώστου όταν θα στείλεις ένα αίτημα φιλίας ή όταν θα αποδεχθείς ένα αίτημα φιλίας; Όταν βλέπεις τη φωτογραφία ας πούμε στο Insta ή στο Facebook ή σ' αυτά.

M: Σίγουρα επειδή είναι το μοναδικό, είναι το όνομα και μια φωτογραφία, τα στοιχεία που έχω, θα τη λάβω υπόψη μου, κακά τα ψέματα. Αλλά δε σημαίνει ότι αυτό καθορίζει την ολοκληρωτική γνώμη που θα έχω για αυτόν τον άνθρωπο εφόσον δεν τον έχω γνωρίσει.

E: Επηρεάζεται η συμπεριφορά σου απέναντι σε κάποιον διαδικτυακό σου φίλο όταν διαφωνείς ή συμφωνείς με κάποιες αναρτήσεις του;

M: Μπορείτε να ξανακάνετε την ερώτηση;

E: Ναι, θα στην εξηγήσω κιόλας τι εννοώ. Δηλαδή αν για παράδειγμα εμείς είμαστε φίλες στα social media, στο Instagram κι εγώ ανεβάσω κάτι, μία ανάρτηση, μία δημοσίευση με την οποία δε συμφωνείς καθόλου εσύ και δεν ταιριάζει στην προσωπικότητά σου, αυτό θα επηρεάσει την μεταξύ μας σχέση στην πραγματικότητα;

M: Ίσως έως ένα βαθμό να την επηρεάσει αλλά σε ειδικές περιπτώσεις. Τώρα εντάξει, έχω παράδειγμα να δώσω. Πιο παλιά έκανα παρέα με μια κοπέλα που, κακώς εμένα αν με ρωτάτε, δεν έπρεπε, τέλος πάντων, τίποτα δεν είναι, από παντού κάτι αποκομίζουμε, η οποία εγώ δεν θεωρώ ότι υπάρχει προκλητικό και μη προκλητικό απλά ανέβαζε φωτογραφίες από ντάξει, ήτανε, δεν ήτανε, εγώ δεν ανέβαζα τέτοιες και με είχε ρωτήσει την άποψή μου για κάποιες και της είχα πει ότι εγώ προσωπικά δεν θα τις ανέβαζα και μου είχε πει «Δε θέλω να φαίνομαι προκλητική» κι αυτά και το περιεχόμενο ήτανε γυμνό. Εγώ δεν θα το ανέβαζα. Βέβαια έχει κάθε δικαίωμα, ας κάνει ό,τι θέλει, δε με αφορά...

E: Δε σου ταιριάζει όμως εσένα (...)

M: Ναι, εγώ δεν έκανα παρέα μαζί της για τις φωτογραφίες που ανέβαζε απλά δε συμφωνούσα απόλυτα, δεν, στο τέλος δεν σταματήσαμε τη συναναστροφή μας επειδή ανέβαζε φωτογραφίες (...)

E: Εξαιτίας αυτού, παρ' όλ' αυτά δεν ενέκρινες και σε επηρέαζε.

M: Με επηρέαζε. Δεν μου άρεσε.

E: Δεν σου άρεσε.

M: Και δεν μου άρεσε που μου έλεγε ψέματα.

E: Χρησιμοποιείς τα social media όταν θέλεις να πλησιάσεις κάποιον άνθρωπο φιλικά ή ακόμα και συναισθηματικά; Τα χρησιμοποιείς; Είναι ένα εργαλείο για να

πλησιάζεις κάποιον άνθρωπο είτε σε φιλικό επίπεδο είτε και σε συναισθηματικό επίπεδο.

M: Αναμφίβολα είναι αλλά δεν είναι της προτιμήσεώς μου, δηλαδή προτιμάω την άμεση επικοινωνία, θέλω να βλέπω τον άλλο, να μπορώ να έχω μία αλληλεπίδραση. Ωστόσο, φαντάζομαι ότι στα χρόνια της πανδημίας ήτανε πολύ καλό μέσο (...)

E: Δύσκολη η δια ζώσης επικοινωνία, αλλά όντως στα χρόνια της πανδημίας ήταν ένας τρόπος.

M: Κι εντάξει, κακά τα ψέματα, θεωρώ ότι κι απ' το προφίλ κάποιου μαθαίνεις πράγματα. Βλέπεις φωτογραφίες αν έχουν. Εγώ ας πούμε δεν έχω. Έχω μόνο stories, δεν έχω αναρτήσεις.

E: Πότε νιώθεις μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση, όταν επικοινωνείς μέσω social media ή στη δια ζώσης επαφή;

M: Στη δια ζώσης.

E: Πότε εκφράζεις πιο εύκολα τα συναισθήματά σου, είτε είναι θετικά είτε είναι αρνητικά, όταν χρησιμοποιείς τα social media ή στη δια ζώσης επικοινωνία;

M: Σίγουρα στη δια ζώσης. Εκεί μπορείς να εκφραστείς πιο ελεύθερα, δεν ξέρω, στα μηνύματα μπορεί εγώ να γράφω ένα μήνυμα σε κάποιον και να 'ναι εντελώς ψευδές, μπορεί εγώ εκείνη τη στιγμή να εκφράζομαι, ξέρω γω, να κλαίω αλλά δεν το εννοώ αυτό που στέλνω οπότε θέλω να είμαι όντως αληθινή και ειλικρινής, οφείλω να (...)

E: Όταν προκύπτει λοιπόν κάποιο πρόβλημα ή κάτι τέλος πάντων που θες να λύσεις, κάποια παρεξήγηση, προτιμάς να το λύσεις δια ζώσης ή μέσω των social;

M: Επιλέγω να το λύνω δια ζώσης. Ωστόσο, αναγνωρίζω ότι όταν κάποιος μένει μακριά, όταν υπάρχει μια απόσταση ή δεν είναι εύκολο στο άμεσο, στο κοντινό μέλλον να υπάρξει μία συνάντηση, θα επιλέξω (...)

E: Αναγκαστικά.

M: Δεν θα το έκανα με μηνύματα, θα το έκανα με τηλέφωνο ή με βιντεοκλήση.

E: Και πάλι η βιντεοκλήση γίνεται μέσω social media. Πάλι ουσιαστικά τα social χρησιμοποιείς, άσχετα αν έχεις προσωπική επαφή, αλλά η πλατφόρμα η ίδια είναι.

M: Ναι, ναι σίγουρα. Συμφωνώ απόλυτα. Απλά θέλω να εξηγήσω ότι δε θέλω τα μηνύματα.

E: Ναι, ναι, ναι, δεν προτιμάς το chat. Οι γονείς σου έχουν λογαριασμό σε κάποια πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης;

M: Ναι.

E: Έχετε τα ίδια social media; Ακολουθείτε ο ένας τον άλλο;

M: Ναι, ναι.

E: Σε περίπτωση έτσι που έχουν λογαριασμό, όπως τώρα καλή ώρα οι δικοί σου και ακολουθείτε ο ένας τον άλλο, έχει τύχει να σου κάνουν κάποια παρατήρηση για κάποια ανάρτησή σου ή κάποια συμπεριφορά σου που να μη συμφωνούν και να σου πουν «Ρε συ ΚΣΜΒ2, γιατί το ανέβασες αυτό; Δε συμφωνώ, δεν είναι της ηλικίας σου.»;

M: Όχι. Ο μπαμπάς μου έχει μόνο Facebook και στο Facebook εγώ δεν ασχολούμαι, δεν έχω ούτε φωτογραφία προφίλ απλά το όνομα έχω. Η μαμά μου έχει Instagram και μία φορά, αυτό, είχε δει μια φωτογραφία που δεν είναι ότι δεν της είχε αρέσει απλά σαν αισθητική (...)

E: Σαν αισθητική, τη σχολίασε κάπως.

M: Ναι, αλλά δεν είναι ότι μου είπε ότι ήταν προσβλητικό ή δεν ήταν της ηλικίας σου, δεν της άρεσε σαν εικόνα.

E: Δεν της άρεσε σαν εικόνα οπότε στο ανέφερε.

M: Ναι, με τη μαμά γενικά είμαστε πολύ ειλικρινείς.

E: Χρησιμοποιείς τα social media με τους συμμαθητές σου ή και με τους καθηγητές σου για να συζητήσετε θέματα που αφορούν στο σχολείο; Έχετε κάποιο γκρουπάκι σας πούμε οι συμμαθητές μεταξύ σας ή και με καθηγητές που να μπορείτε να πείτε ξέρω γω ότι «Α, δεν ήρθα σήμερα στο σχολείο, μπορεί κάποιος να μου στείλει τα μαθήματα;» για παράδειγμα;

M: Υπάρχει τέτοιο σε ομάδες, κυρίως με συμμαθητές. Εγώ με καθηγητές έχω μόνο στο φροντιστήριο. Προτιμώ βέβαια ό,τι μπορώ να το κάνω δια ζώσης, θα το κάνω δια ζώσης, αλλά σε τέτοιες περιπτώσεις προφανώς και θα επιλέξω να μου στείλει κάποιος τα μαθήματα γιατί εντάξει, για να μη πήγα σημαίνει ότι έχω κάποιο λόγο.

E: Σε περίπτωση που έχεις ή είχες κάποια στιγμή σύντροφο επηρέαζαν ή επηρεάζουν οι αναρτήσεις τη μεταξύ σας σχέση;

M: Δεν επηρέαζαν. Βασικά αναλόγως. Μάλλον εγώ το εξέλαβα λάθος. Εννοείτε οι αναρτήσεις...

E: Οι αναρτήσεις, δηλαδή όταν ανεβάζει κάποιος κάτι, ο σύντροφός σου ας πούμε, ή κι εσύ η ίδια και ανέβασες κάτι στο προφίλ σου με το οποίο δεν είναι σύμφωνος ή τέλος πάντων το εκλαμβάνει λίγο στραβά και δημιουργεί έτσι μία κόντρα, μία...

M: Δεν μου έχει τύχει. Απλά αυτό που μου έχει συμβεί, να δω ανάρτησή του που δεν ήταν κάτι που ζήλεψα ή απλά δεν μου άρεσε, το θεώρησα χαζό. Αυτό που ανέβασε ήταν βίντεο τώρα περιεχομένου ανούσιου εντελώς.

E: Κάποια συμπεριφορά σας στα social media, όχι μόνο ανάρτηση ή κάποια δημοσίευση αλλά κάποια συμπεριφορά σας στα social media, σας έχει οδηγήσει ποτέ σε κάποιο τσακωμό ή ακόμα και χωρισμό;

M: Σε τσακωμό μάλλον ότι έβλεπα ότι ήταν ενεργός και δεν μου απαντούσε ενώ συζητούσαμε για ένα σχετικά σοβαρό θέμα, για μένα ήταν σοβαρό, τώρα δεν ξέρω γιατί ήτανε...

E: Δεν έχει σημασία αυτό, για σένα έχει σημασία. Άρα μπήκες στη διαδικασία να...

M: Με εκνεύρισε πολύ και του το 'χα πει.

E: Μπορείς να μου περιγράψεις τον εαυτό σου με 5 λέξεις; Ή με 3, με 4, με 10, με όσες θες.

M: Μπορώ; Πρέπει να είμαστε και μετριοφρονες, όχι τίποτ' άλλο. Θα έλεγα (...) ωραία ερώτηση αυτή, συγγνώμη να το σκεφτώ λίγο, δεν το περίμενα. Χαζή εντελώς δεν με θεωρώ, κόβει, αλλά ότι εντάξει θα είμαι, βρίσκομαι σε ετοιμότητα ό,τι κι αν γίνει. Έξυπνη να το πω, μετριοφρων είμαι.

E: Είσαι και μετριοφρων.

M: Προσπαθώ να είμαι έτσι να βοηθάω όσο μπορώ, έχω δει έτσι κι απ' τους δικούς μου κι αυτά, θα 'λεγα ότι βοηθάω στο σπίτι, ελπίζω, ευελπιστώ ότι είμαι μια καλή φίλη και αυτό που μου το λένε όλοι, εγώ συμφωνώ απλά δεν μου αρέσει ο τρόπος που μου το λένε. Ότι είμαι πολύ ρομαντική, είμαι, απλά δεν μου αρέσει ο τρόπος που μου το λένε, γιατί...

E: Εντάξει, γιατί; Όχι, είναι ωραίο χαρακτηριστικό ο ρομαντισμός, δεν είναι κακό, ούτε παλιακό, μην το σκέφτεσαι έτσι.

M: Όχι, εγώ δεν το σκέφτομαι έτσι, οι άλλοι το σκέφτονται έτσι.

E: Λοιπόν, το προφίλ τώρα που μου περιέγραψες έτσι τον εαυτό σου και κατάλαβα κι εγώ πώς είσαι σαν άνθρωπος και σου μιλάω τόση ώρα...

M: Είμαι λίγο νευρική, αυτό είναι το θέμα. Δεν μου φαίνεται, αλλά έχω πολλά νεύρα.

E: Αυτό τώρα που μου περιγράφεις, αυτή η ΚΣΜΒ2 που μου περιγράφεις, φαίνεται στο προφίλ σου το διαδικτυακό; Δηλαδή άμα μπω εγώ στο Instagram, θα καταλάβω ότι η ΚΣΜΒ2 έχει αυτά τα χαρακτηριστικά που μου περιέγραψες μόλις τώρα;

M: Θεωρώ ότι κάποια απ' αυτά ναι.

E: Υπάρχουν στοιχεία της ταυτότητάς σου ή της εικόνας σου που τα παραποιείς εσκεμμένα στο διαδίκτυο, στα social media; Δηλαδή η ηλικία σου, η καταγωγή σου, τέτοια είδους χαρακτηριστικά.

M: Δεν έχω δώσει, δεν είναι δημόσια αυτά τα χαρακτηριστικά.

E: Δεν τα έχεις αλλάξει όμως, δηλαδή να σε ρωτήσει κάποιος «Πόσων χρονών είσαι;» και να του πεις ας πούμε 18;

M: Όχι.

E: Αυτό θέλω να πω, δεν αποκρύπτεις με δόλο τα στοιχεία σου.

M: Όχι, απ' ό,τι ξέρω στο Facebook μπορείς να έχεις να φαίνεται πού σπούδασες, πού... Εγώ δεν τα έχω αυτά. Και στο Instagram, ας πούμε στο βιογραφικό που σου δίνει κενό, δεν έχω στοιχεία.

E: Ωραία, απλά τα αποκρύπτεις, όχι ότι τα αλλάζεις ας πούμε. Εντάξει, θεμιτό.

Όταν κάποιος ακόλουθός σου, φίλος σου, αναρτήσει κάτι που σε αφορά, για παράδειγμα μια φωτογραφία, θα ήθελες από πριν να ελέγξεις την ανάρτηση, να την εγκρίνεις;

M: Ναι.

E: Όταν ανεβάζεις φωτογραφίες σου χρησιμοποιείς κάποιο φίλτρο επεξεργασίας; Όποιο φίλτρο και να 'ναι αυτό.

M: Όχι. Το μόνο που μπορεί, ξέρω γω να μη μ' αρέσει η φωτογραφία και να την κόψω ή να την αλλάξω χρώμα, αλλά δεν είναι, ότι θα αλλάξω τα μάτια μου.

E: Ναι, όχι, όχι ρε παιδί μου να κάνεις photoshop στον εαυτό σου, αλλά χρησιμοποιείς ας πούμε κάποιο φίλτρο του Instagram κι αυτά όπως χρησιμοποιούμε.

M: Ναι. Ξέρω γω φαίνεται μαύρη, ασπρόμαυρη, ναι αυτό εντάξει.

E: Μ' αυτή τη λογική ναι, αλλά όμως δεν παραποιείς τον εαυτό σου. Σε περίπτωση που αναρτήσεις κάτι και δεν έχει την ανταπόκριση που θέλεις, βγάζεις μια πολύ

ωραία φωτογραφία, δεν πάρει πολλά likes, θα την κατεβάσεις αυτή τη δημοσίευση ή θα την αφήσεις ως έχει;

M: Εγώ κιόλας δεν έχω ανάρτηση απλά έχω βάλει ρύθμιση ότι όταν κάνω ανάρτηση με το καλό δεν θέλω να φαίνονται τα likes.

E: Α, δε θέλεις να φαίνονται.

M: Γενικά δεν είναι ότι με επηρεάζει ο αριθμός, αν μ' αρέσει σαν φωτογραφία θα την κρατήσω. Δηλαδή μπορεί να είναι μια φωτογραφία που να με θεωρώ πολύ ωραία ή μία που να σημαίνει κάτι ιδιαίτερο και θα την κρατήσω αλλά (...)

E: Μπορεί όμως και να μην την κρατήσεις αν τελικά δεν σου αρέσει ή (...)

M: Ναι, αν δεν μου αρέσει (...)

E: Αλλά έχει να κάνει με τη δική σου, δεν έχει να κάνει με την ανταπόκριση που έχουν οι άλλοι.

M: Όχι, αλλά όπως είπα και προηγουμένως το έχω αποκρύψει.

E: Έτσι κι αλλιώς δε φαίνεται. Αυτό βέβαια εσύ το βλέπεις, οι άλλοι δεν το βλέπουν.

Kι εγώ την έχω αυτή τη ρύθμιση που λες. Επηρεάζει όμως την αυτοπεποίθησή σου η ανταπόκριση; Δηλαδή αν ανεβάσεις πχ. μια φωτογραφία και δεις ότι έχει πάρει 1000 likes, θα πεις «Α, εντάξει, έχω βγάλει πάρα πολύ ωραία φωτογραφία» ή αντιθέτως αν δεν κάνει κανείς like στη φωτογραφία σου να πεις «Γιατί ρε παιδί μου, ήταν τόσο ωραία αυτή η φωτογραφία, εμένα μου άρεσε πάρα πολύ, γιατί δεν άρεσε στους άλλους;».

M: Σίγουρα επηρεάζει, απλά δε θα 'θελα να επηρεάζει.

E: Επηρεάζει μεν αλλά θεωρείς ότι δεν θα έπρεπε.

M: Κακώς. Βέβαια, εντάξει τώρα να μου λέτε και κανένας θα το έπαιρνα λίγο κι εγώ βαριά.

E: Θα το έπαιρνες βαριά.

M: Αλλά σίγουρα, βασικά αυτό εξαρτάται και απ' τον αριθμό των followers.

E: Ναι, εντάξει, αν έχεις 10 followers μην περιμένεις να σου κάνουν 1000 τα likes, άμα είναι κλειστό το προφίλ σου για παράδειγμα.

M: Εντάξει, εγώ κλειστό το έχω αλλά έχω followers.

E: Πόσους;

M: 900;

E: Α ωραία. Πού τους βρίσκετε! (γέλιο)

M: Εγώ όμως το 'χω αυτό που λες σαν δικαιολογία, εγώ κατάγομαι από αλλού, άρα κι από εκεί.

E: Α, εντάξει, γιατί από πού έχεις καταγωγή;

M: Η μαμά είναι μισή από εδώ και μισή από ένα χωριό στις Σέρρες και ο μπαμπάς είναι μισός από εδώ και μισός από Εύβοια.

E: Άρα έχετε παντού, δηλαδή είστε σε όλη την Ελλάδα.

M: Και από Αθήνα, και από εξωτερικό, οπότε... Απλά εμείς στις Σέρρες πάμε συνέχεια, πάμε τριήμερα, Χριστούγεννα, Πάσχα, συνέχεια είμαστε εκεί, καλοκαίρια εκεί, ΣΚ οπότε έχω συγγενείς, φίλους πολύ καλούς.

E: Έχεις κι εκεί τον κύκλο σου.

M: Ναι, γνωριζόμαστε κι εκεί πέρα, κακά τα ψέματα, στις Σέρρες γενικά έχει πολλά χωριά, ξέρεις έναν άρα τους ξέρεις όλους.

E: Ναι, έχω κι εγώ πολλούς συγγενείς στις Σέρρες, στην Κοίμηση, από την Κοίμηση είναι κάποιοι συγγενείς μου, εκεί στη Νέα Ηράκλεια.

M: Εμένα είναι πολύ κοντά το δικό μου το χωριό. Η Ροδόπολη είναι, στα Πορόια δίπλα.

E: Ναι, ναι, ναι, το ξέρω. Λοιπόν, από ποιο μέσο συνήθως ενημερώνεσαι για τις εξελίξεις τόσο στη μόδα όσο και σε προϊόντα τεχνολογίας;

M: Από ποιο μέσο;

E: Εννοώ από τα social media ή από το διαδίκτυο για παράδειγμα ή από την τηλεόραση, από κάποιο περιοδικό τεχνολογίας, κάτι, απ' το ραδιόφωνο;

M: Τηλεόραση δεν παρακολουθώ ιδιαίτερα, αν έχει καμιά ταινία που να με ενδιαφέρει, αλλιώς όχι. Δηλαδή ακόμα και κάποια σειρά που θέλω να δω, που να παίζεται τώρα, θα τη δω μόνη μου στον υπολογιστή γιατί δεν...

E: Άρα χρησιμοποιείς διαδίκτυο δηλαδή, social media.

M: Ναι, ωστόσο, είμαι σίγουρη ότι η τηλεόραση είναι ένα μέσο προώθησης.

E: Εσύ τι χρησιμοποιείς απ' αυτά.

M: Απ' το Instagram.

E: Απ' το Instagram.

M: Ίσως και στο TikTok κάνουν καλές διαφημίσεις, δηλαδή πρόσφατα μου έβγαλε για ένα κολιέ, είχα δει ένα κολιέ πολύ ωραίο, διαφήμιση στο TikTok και μπήκα στο site τους να δω τι γίνεται.

E: Συμβουλεύεσαι τις τάσεις της μόδας από τα social media πριν προχωρήσεις στις αγορές σου; Δηλαδή μπαίνεις στο Instagram, στο TikTok ας πούμε και λες «Α, φέτος είναι πολύ της μόδας τα πολύχρωμα ή τα κολάν ή η καμπάνα το παντελόνι ή το ψηλόμεσο» και λες «Εντάξει αφού αυτό κυκλοφορεί, αυτό είναι το trend τώρα κι εγώ κάτι τέτοιο θα πάρω». Επηρεάζεσαι από τα social media για τη μόδα που προβάλλεται;

M: Όχι απαραίτητα. Σίγουρα, βασικά το κύριο κριτήριό μου είναι αν μ' αρέσει, αυτό. Δεν πάει να είναι και το Number 1 στις τάσεις, αν δεν μ' αρέσει δεν θα το πάρω.

E: Δεν θα το πάρεις.

M: Αλλά αν είναι ένα προϊόν δεν ξέρω, που μ' αρέσει πάρα πολύ, το ένα το άλλο, και θέλω να το λέω, ότι πήρα αυτό το ρούχο, μπορεί και αν είναι φέτος στη μόδα ναι, να το πάρω.

E: Ακολουθείς διασημότητες στα social media; Celebrities;

M: Ναι.

E: Για πες μου μερικούς. Έχω ακούσει πολλά ωραία σήμερα, για πες μου κι εσύ.

M: Τι;

E: Δεν μπορώ να σου πω. Είναι απόρρητες οι συνεντεύξεις! Αλλά θέλω να ακούσω ποιους ακολουθείς εσύ, διασημότητες, celebrities.

M: Α, δεν άκουσα, την ερώτηση δεν άκουσα.

E: Αν ακολουθείς διασημότητες στα social media; Ακολουθείς κάποιους celebrities;

M: Ναι.

E: Για πες μου ποιους.

M: Τώρα να σκεφτώ, να θυμηθώ ποιους ακολουθώ. Ακολουθώ τον Tom Hanks.

E: Τον Tom Hanks;

M: Ε, είναι ο αγαπημένος μου ηθοποιός.

E: Είναι εξαιρετικός ηθοποιός, υπέροχος. Αλλά εντάξει..

M: Ναι, ναι εγώ προειδοποίησα.

E: Εξαιρετικός, υπέροχος ο Tom Hanks.

M: Ναι, μ' αρέσει πάρα πολύ ο Tom Hanks. Ακολουθώ, δεν μπορώ να θυμηθώ. Ακολουθώ έναν, τώρα αυτό δεν είναι διασημότητα, είναι μία ιστοσελίδα, ένα προφίλ που λέγεται «Women like you».

E: Άρα υπάρχουν έτσι λογαριασμοί, τώρα το «Women like you» δεν είναι διασημότητα, είναι κάποιος...

M: Ναι, ακολουθώ μουσική που ακούω, ακολουθώ μία κωμικό, να θυμηθώ το...

E: Ποια;

M: Τη Dudley?, κωμικός να το πω; Κάνει βίντεο στο Youtube κιόλας, τώρα να θυμηθώ...

E: Καλά δεν πειράζει. Και να μην τους θυμηθείς όλους δεν έγινε κάτι! (γέλιο)

M: Κυρίως τραγουδιστές.

E: Τραγουδιστές; Αντιγράφεις ας πούμε τον τρόπο που ντύνονται; Επηρεάζουν το στιλ σου αυτές οι διασημότητες που ακολουθείς; Σε επηρεάζουν στον τρόπο που ντύνεσαι; Και γενικότερα το προσωπικό σου στιλ;

M: Όχι απαραίτητα. Αλλά άμα δω δηλαδή κάτι που μ' αρέσει, δεν ξέρω τώρα, ποιον να πω, την Angelina Jolie, που την ακολουθώ, να κάνει μία ανάρτηση και να φοράει κάτι πολύ ωραίο και θα το δω, θα το κρατήσω.

E: Μπορεί να βρεις κάτι παρόμοιο και να σου πηγαίνει.

M: Ναι, ναι.

E: Μ' αυτή τη λογική.

M: Είχα δει ας πούμε μία φορά, τώρα ποια είχα δει; Είχα δει μια ηθοποιό στην τηλεόραση και φορούσε ένα πάρα πολύ ωραίο κοστούμι, πάρα πολύ ωραίο κι εγώ φοράω γενικά κοστούμια.

E: Αλήθεια; Είσαι μικρούλα.

M: Ναι, εντάξει, όχι κοστούμι, ένα παντελόνι σακάκι. Μ' αρέσει έτσι και με το lingerie, όταν θα βγω έξω για ένα ποτό πχ. και θυμάμαι ότι είχε κάνει μια μαγκιά με το lingerie και το 'χα κάνει.

E: Και αγοράζεις προϊόντα που διαφημίζουν οι celebrities που ακολουθείς; Αν δηλαδή διαφημίζουν κάποιο ωραίο προϊόν, ένα κραγιόν, μια μάσκα, ένα παπούτσι, κάτι τέλος πάντων, ένα προϊόν τεχνολογίας, έτσι σε επηρεάζει δηλαδή κάποιος που ακολουθείς στο να, σε παρακινεί στο να αγοράσεις κι εσύ αυτό το προϊόν;

M: Αν το χρειάζομαι και δω ότι το διαφημίζει και κάποιος άλλος ίσως να είναι, να με ενθαρρύνει να πάω το πάρω.

E: Σε ενθαρρύνει, τέλεια.

M: Αχ θυμάμαι ότι μία φορά... Να, ακολουθώ τη Νατάσα Μποφίλιου. Το Βασίλη Παπακωνσταντίνου ακολουθώ τώρα που το θυμήθηκα.

E: Όλοι αυτοί ανήκουν σε εντελώς διαφορετική γενιά από εσένα!

M: Δεν πειράζει.

E: Ούτε εγώ δεν τους ακολουθώ αυτούς! (Γελάσαμε και οι δύο).

M: Τη Βάσω Λασκαράκη ακολουθώ.

E: Εντάξει λοιπόν! Για τις αγορές σου προτιμάς τα φυσικά καταστήματα ή το e-shopping;

M: Τα φυσικά καταστήματα, αλλά το e-shopping βοηθάει πάρα πολύ, δεν μπορώ να πω.

E: Άρα σε λιγότερο βαθμό κάνεις και το e- shopping σου.

M: Ναι, κοίταξε ας πούμε τώρα στην Κατερίνη δεν έχει πολλά καταστήματα οπότε αν δεν μπορώ να πάω Θεσσαλονίκη (...)

E: Θα παραγγείλεις (...)

M: Η μαμά μου, η δουλειά της τη στέλνει συχνά στη Θεσσαλονίκη οπότε...

E: Α κατάλαβα, εντάξει. Έχει τύχει ποτέ να ξοδέψεις περισσότερα χρήματα από τον προϋπολογισμό σου, απ' αυτά που σου επιτρέπουν οι γονείς σου για κάποιο πολυδιαφημισμένο προϊόν στα social media; Κάτι δηλαδή που έχει διαφημιστεί πολύ, ένα κινητό ή κάτι άλλο τέλος πάντων και να πεις ρε παιδί μου «Αυτό είναι ακριβό αλλά εγώ το θέλω»; Να τους πείσεις με κάποιο τρόπο να στο πάρουν ή να κρατάς τα χρήματά σου και να πεις «Εγώ το θέλω»;

M: Έχει τύχει να ξεφύγω απ' τον προϋπολογισμό μου αλλά δεν έχει τύχει για κινητό.

E: Ναι, γενικά.

M: Ναι, έχει τύχει μία μέρα που εγώ ήθελα να πάρω 2 βιβλία, α τον Κώστα Κρομμύδα ακολουθώ (...) αλλά ήθελα να πάω να πάρω και κάτι καλλυντικά και επειδή είχαν εκπτώσεις τότε εγώ είχα δει και κανά δυο παραπάνω που μ' αρέσαν και λέω «Εντάξει, αφού κάνουν εκπτώσεις, θα πάρω». Δεν είναι ότι μαλώσαμε με τους γονείς μου απλά (...)

E: Όχι, απλά βγήκες εκτός προϋπολογισμού εκείνη τη στιγμή.

M: Ναι, εντάξει.

E: Δηλαδή ξόδεψες κάποια χρήματα παραπάνω.

M: Με τη μαμά βολεύει βέβαια γιατί μοιραζόμαστε τα καλλυντικά.

E: Τέλεια. Οι μαμάδες αυτό το καλό έχουν. Εγώ έχω αγόρια δεν ξέρω πώς θα είναι. Έχεις έρθεις αντιμέτωπη ποτέ με κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα social media; Cyberbullying, κάποιος να προσπαθήσει να σε προσεγγίσει με σκοπό να σε εκμεταλλευτεί;

M: Ναι, έχει τύχει.

E: Έχει τύχει ε;

M: Συμβαίνει πολύ... Εγώ πλέον νομίζω ότι ειδικά στον γυναικείο πληθυσμό, η πλειοψηφία το αντιμετωπίζει αυτό. Προχθές τώρα ήταν ένας που μου ζητούσε να του στείλω γυμνές. Μία μέρα ήταν ένας από Κατερίνη, μου φαινόταν και φυσιογνωμικά γνωστός αλλά δεν παίρνω κι όρκο ότι τον έχω δει, αλλά κάτι μου θύμιζε το πρόσωπο που μου έστειλε μηνύματα χυδαίου περιεχομένου.

E: Μάλιστα. Το συζήτησες αυτό το πράγμα με κάποιο δικό σου άνθρωπο;

M: Ναι. Έχει τύχει, τώρα αυτό δεν ξέρω αν θεωρείται cybebullying, να είμαι, ήμουνα με μια φίλη μου στη θάλασσα κι εμείς καθόμασταν στις ξαπλώστρες, μιλούσαμε, είχε τύχει, να έτσι βγάzaμε και μία selfie και είχε έρθει μία παρέα, τώρα αυτοί ήταν πάνω από 25 και μας τράβηξε βίντεο, εμείς δεν το είχαμε δει, και μας απειλούσαν ότι θα το ανεβάσουν. Και είχαμε ψιλοσκοτωθεί εκείνη τη μέρα αλλά εντάξει.

E: Συμβαίνουν δυστυχώς αρκετά συχνά πια (...)

M: Ή να μου στείλουν εμένα γυμνές.

E: Το συζήτησες αυτό με δικούς σου ανθρώπους; Με τους γονείς σου το συζήτησες;

M: Ναι, ναι.

E: Με φίλους σου;

M: Ναι.

E: Έκανες κάποια καταγγελία στη δίωξη ηλεκτρονικού εγκλήματος για αυτά τα περιστατικά; Όταν σου στέλνει κάποιος γυμνές φωτογραφίες ή περιεχόμενο κτλ.;

M: Δίωξη ηλεκτρονικού εγκλήματος θεωρείται αν στην εφαρμογή που τον έχω τον άλλο τον κάνω αναφορά;

E: Όχι, δίωξη ηλεκτρονικού εγκλήματος είναι να πας στην αστυνομία και να κάνεις καταγγελία.

M: Όχι. Ξέρω τι είναι αυτό απλά δεν ήξερα αν θεωρείται και (...)

E: Όχι, κάνεις αναφορά, block ας πούμε στο Facebook πχ. ή στο Instagram, όχι, δεν είναι καταγγελία στη δίωξη. Αλλά είναι ένας τρόπος αντιμετώπισης πολύ σωστός

και πολύ καλά έκανες. Απλά ρε παιδί μου σε τέτοιες περιπτώσεις, όταν είναι ένα βαρύ περιστατικό μπορείς να κάνεις και την καταγγελία σου φυσικά γιατί μπορεί κάποιος να είναι και επικίνδυνος. Αν αντιμετώπιζες, βέβαια και τώρα αντιμετώπισες, αλλά και πάλι αν αντιμετώπιζες κάποια επίσης κακοποιητική συμπεριφορά έτσι τέτοιου περιεχομένου, σε ποιον θα απευθυνόσουν πρώτα; Με ποιον θα το συζητούσες πρώτα απ' όλους;

Μ: Νομίζω με τη μαμά μου. Ή με κάποιον πολύ κοντινό μου, πώς να στο πω τώρα, η κολλητή της μαμάς μου, τώρα θ' αρχίσω να μιλάω πάλι, εμείς από μωρά νομίζαμε ότι η κολλητή της μαμάς μου είναι θεία μας, μάθαμε ότι ήταν η θεία Μαρία όμως τώρα έχει 5 χρόνια που μάθαμε ότι δεν έχουμε κάποια συγγένεια, εγώ αυτό τον άνθρωπο τον νιώθω πολύ πιο θεία μου κι από (...)

Ε: Δικό σου(...)

Μ: Ναι. Δηλαδή είχε τύχει κάτι μια φορά και η μαμά ήταν στη λαϊκή, δεν μπορούσε να μιλήσει και ήταν ο πρώτος άνθρωπος που πήρα τηλέφωνο, η θεία Μαρία.

Ε: Άρα υπάρχει ένας συγγενής σου ο οποίος είναι πάρα πολύ κοντινός και θα μπορούσε να βοηθήσει (...)

Μ: Ναι, δεν έχουμε ας πούμε κάποια σχέση.

Ε: Κάποια συγγένεια.

Μ: Αλλά είναι, δεν το συγκρίνω με άλλον άνθρωπο, όχι.

Ε: Θα προχωρούσες σε κάποια καταγγελία στη δίωξη ηλεκτρονικού εγκλήματος, τώρα έτσι που το συζητήσαμε αν πραγματικά ήτανε ένα περιστατικό πάρα πολύ βαρύ, που μπορεί να σε απειλούσε, να σε έκανε να νιώσεις πάρα πολύ άσχημα, θα έκανες καταγγελία;

Μ: Ναι, νομίζω δεν πρέπει να ντρεπόμαστε γι' αυτό.

Ε: Έχεις υπάρξει θύτης;

Μ: Όχι.

Ε: Έτσι και στο πλαίσιο μιας παρέας, να κάνετε κάτι και να παρενοχλήσετε κάποιον άνθρωπο έστω και για πλάκα; Γιατί αυτό το «για πλάκα» το ακούμε αρκετά συχνά πλέον.

Μ: Ε νομίζω ότι στα μέτρα, η μεγαλύτερη βλακεία που 'χω κάνει είναι ότι παίζαμε ένα παιχνίδι και ότι και σε όποιον χτυπήσει ένας ήχος, κάτι σαν κουδουνάκι αυτός έπρεπε να στείλει μήνυμα σε κάποιον που..., είτε να είναι πλάκα να στείλω μήνυμα

στην κολλητή μου, δεν ξέρω τι έκανα, κάτι μια βλακεία ή και να στείλω γεια σε κάποιον που εντάξει, να τον ξέρω αλλά να μη μιλάμε, αυτό (...)

E: Εντάξει, αυτό είναι στο πλαίσιο ενός παιχνιδιού, δεν είναι κάτι.

M: Όχι, όχι, όχι.

E: Έχεις ενημερωθεί για την ασφαλή πλοήγηση στο διαδίκτυο και την ορθή χρήση των social media από την οικογένειά σου; Έχετε συζητήσει πώς χρησιμοποιούμε σωστά τα social media ή το διαδίκτυο και τους κινδύνους που κρύβουν;

M: Και με τη μαμά και το μπαμπά τα έχω συζητήσει. Αυτό το οποίο θεωρώ ότι αξίζει να σημειωθεί είναι ότι με τη μαμά κιόλας είχαμε παρακολουθήσει και κάποια ντοκιμαντέρ κάποτε, ο αδερφός της μαμάς μου, ο θείος μου, αυτός ο άνθρωπος είναι μέσα σ' όλα, δεν ξέρω πώς τα καταφέρνει, ε και μία μέρα πώς το συζητούσαμε και τώρα δεν κατάλαβα, ένας γνωστός του έκανε κάτι σαν έρευνα; Μου το είχε στείλει να το διαβάσω, δηλαδή ασχολήθηκε (...)

E: Από το σχολείο εδώ πέρα έχετε ενημερωθεί για την ασφάλεια στο διαδίκτυο; Σας έχει μιλήσει κάποιος καθηγητής για το πώς θα πρέπει να συμπεριφέρεστε στα social media; Ή ήρθε κάποιος επισκέπτης από κάποιο φορέα, απ' την αστυνομία ή απ' οποιοδήποτε που να σας έχει κάνει έτσι μία σοβαρή ενημέρωση για τα social media;

M: Όχι ιδιαίτερα. Και είναι στενάχωρο αυτό. Απλά αυτό τώρα δεν νομίζω ότι απαραίτητα ανταποκρίνεται στην ερώτηση, είναι ότι έχει τύχει με καθηγητές που μπορεί να είναι γνωστοί, οικογενειακοί φίλοι (...)

E: Αλλά όχι στο πλαίσιο του σχολείου.

M: Εντάξει, για να μην είμαι και εντελώς άδικη. Ήτανε τότε που ήταν οι θεματικές εβδομάδες, είχε έρθει μια κυρία που μας μιλούσε γενικά για γυναικολογικά θέματα κυρίως αλλά μας είχε πει ότι κυρίως οι σχέσεις, δεν στέλνουμε, δεν κάνουμε πράγματα που δε θέλουμε και κυρίως σε πλαίσια διαδικτυακά.

E: Εντάξει, είναι κι αυτό (...)

M: Εντάξει, είναι κι αυτό κάτι, είναι κι αυτό απλά έχω την αίσθηση, τώρα δεν είναι ότι θέλω να κατηγορήσω το σχολείο, αλλά ότι η ελληνική κοινότητα τα αντιμετωπίζει όλα αυτά τα θέματα σαν προκαταλήψεις.

E: Κατάλαβα (...)

M: Και θεωρώ ότι θα έπρεπε να μας έχουν κάνει κάνα δυο ενημερώσεις παραπάνω.

E: Ποια είναι η σχέση σου λοιπόν, κλείνοντας, με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; Έτσι, αν σκεφτείς ρε παιδί μου και πεις «Πώς είναι άραγε η σχέση μου με τα social media, πώς θα μου την περιέγραφες;

M: Τη θεωρώ ισορροπημένη και γενικά αν δεν έχω κάποιο λόγο να χρησιμοποιήσω ένα μέσο κοινωνικής, δεν θα το κάνω. Η μέρα έχει 24 ώρες, θέλουμε να κάνουμε πολλά πράγματα, τώρα ξεκινάμε και προετοιμασία. Αν δεν έχουμε μια ισορροπία σ' αυτό το θέμα. Είναι κρίμα. Δεν θεωρώ ότι χάνω τον έλεγχο και, ας πούμε, εντάξει ο αδερφός μου είναι πιο μικρός, 2 χρόνια μικρότερος, έχει τύχει κανά 2 φορές ξέρω γω να του κάνουν οι γονείς μου παρατήρηση. Εμένα δεν μου 'χουν κάνει. Ή να μου πάρουν κινητό, αυτό που ακούω από φίλους. Δεν μου έχει συμβεί ποτέ. Δεν ήμουνα ποτέ ιδιαίτερος φίλος. Πιο εύκολα θα διάβαζα ένα βιβλίο ή (...)

E: Είσαι ρομαντικός τύπος.

M: Ναι, ακόμα και την ταινία θέλω να τη βάλω στο DVD.

E: Α είσαι, εντάξει! Και άμα κοπεί το Ίντερνετ, σταματήσουν να υπάρχουν τα social media, όχι για μια ωρίτσα αλλά για ένα μεγάλο χρονικό διάστημα, πώς φαντάζεσαι τη ζωή χωρίς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; Άμα δεν υπήρχανε, άμα δεν υπήρχε το Instagram, το TikTok, πράγματα που σου απασχολούν στην καθημερινότητά σου, τρως τον χρόνο σου, πώς θα ήταν η ζωή σου άραγε;

M: Πιο ελκρινής, πιο δύσκολη γιατί πλέον εντάξει, είναι πάρα πολύ εύκολο να στείλω ένα mail, να πάρω ένα τηλέφωνο, πολύ πιο δύσκολη και θεωρώ ότι αν γίνεται σωστή χρήση, ισορροπημένη και με μέτρο, όχι ότι θα μας ωφελήσουν, μας έχουν ήδη ωφελήσει υπερβολικά, ότι γενικά όλα στη ζωή θέλουν ένα μέτρο, όπως θέλει κι αυτό, και δεν ξέρω, απλά θα ήθελα πάρα πολύ να το χρησιμοποιούμε όλοι με μέτρο, να το εκμεταλλευόμαστε σωστά, να γίνεται κατάλληλη χρήση, τώρα ακούμε τόσα πράγματα κάθε μέρα και στεναχωριέμαι πολύ.

E: Πολύ ωραία λοιπόν. Σ' ευχαριστώ πολύ. Εξαιρετικά ενδιαφέρουσα η συζήτηση!

M: Ήταν όντως ενδιαφέρουσα. Ευχαριστώ πολύ κι εγώ!

ΚΤΣΑ4

E: Έχεις λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης;

M: Έχω στο Snapchat και στο Instagram.

E: Ποιο χρησιμοποιείς πιο συχνά;

M: Ανάλογα. Στο Snapchat είναι ένα συγκεκριμένο σαν παιχνίδι ας πούμε το οποίο αναγκαστικά πρέπει να μπαίνεις μέσα κάθε μέρα αλλά μπαίνω μια φορά τη μέρα ας πούμε. Στο Instagram μπαίνω πιο συχνά, ενημερώνομαι τι γίνεται και...

E: TikTok δεν έχεις ε;

M: Πώς;

E: TikTok.

M: Όχι. Δεν μ' αρέσει.

E: Εξαίρεση. Δεν σ' αρέσει. Χρησιμοποιείς τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για την καθημερινή σου επικοινωνία με τους φίλους σου;

M: Ναι.

E: Με την οικογένειά σου;

M: Όχι τόσο. Περισσότερο απ' το τηλέφωνο δηλαδή.

E: Με τους συμμαθητές σου;

M: Επίσης, όχι απ' το τηλέφωνο, από social media.

E: Προτιμάς τις τηλεφωνικές κλήσεις, το chat ή τις βιντεοκλήσεις για την επικοινωνία σου στα social media;

M: Το chat ή το τηλέφωνο.

E: Πόσο συχνά μπαίνεις στο προφίλ των φίλων σου για να ενημερώνεσαι για την καθημερινότητά τους και να παρακολουθείς τις αναρτήσεις τους;

M: Δεν θα μπω ποτέ να το δω αυτό. Αν μου το βγάλει δηλαδή (...)

E: Ναι, μαθαίνεις από το newsfeed ας πούμε στο Instagram, stories κτλ. Προτιμάς να μαθαίνεις την επικαιρότητα από εφημερίδες, περιοδικά, ραδιόφωνο, αυτά δηλαδή που λέμε τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας, ή προτιμάς να ενημερώνεσαι για την επικαιρότητα από τα social media;

M: Γενικά δεν ξέρω κατά πόσο θεωρείται ενημέρωση, δηλαδή μπορεί να ψάξω κάτι συγκεκριμένο ή μπορεί να μου έχουν πει κάτι και να το ψάξω, αν το ψάξω θα το ψάξω στο Google.

E: Στο Google, άρα θα προτιμήσεις το διαδίκτυο γενικότερα. Εμπιστεύεσαι τα social media όσον αφορά στην αξιοπιστία και την εγκυρότητά τους;

M: Θεωρώ γενικά ότι δεν είναι τόσο έγκυρα και δεν τα εμπιστεύομαι τόσο εύκολα, δηλαδή θα πρέπει να ξέρω αρκετά με ποιον μιλάω και να 'μαι πολύ σίγουρη ότι μιλάω με το σωστό άτομο, θα το συγκρίνω ότι ακολουθώ αυτό το άτομο και είναι αυτός αλλά γενικά όχι, δεν τα εμπιστεύομαι.

E: Οι φίλοι, οι ακόλουθοί σου, από ποιο χώρο προέρχονται συνήθως; Από το σχολείο, το οικογενειακό, το φιλικό περιβάλλον σου;

M: Οι περισσότεροι είναι είτε από το φιλικό είτε από δω, απ' το σχολείο αλλά θα πρέπει να τους γνωρίζω, αυτό.

E: Στέλνεις αιτήματα φιλίας σε αγνώστους;

M: Όχι, ποτέ. Δεν μπορώ. Νιώθω άβολα μόνο που κοιτάνε το προφίλ μου.

E: Αποδέχεσαι αιτήματα φιλίας από αγνώστους όμως;

M: Ναι, το ίδιο, δεν μπορώ αν δεν τους ξέρω.

E: Άρα λοιπόν όταν για παράδειγμα κάποιος αγνώστος σου στείλει ένα αίτημα φιλίας υπάρχει περίπτωση η φωτογραφία που έχει στο προφίλ του να σε επηρεάσει και να σκεφτείς «Α, ξέρω γω αυτόν θα μπορούσα να τον κάνω φίλο μου» ας πούμε από τη φωτογραφία του, να κρίνεις;

M: Όχι, ποτέ δεν θα μπορέσω να το κάνω αυτό.

E: Επηρεάζεται η συμπεριφορά σου απέναντι σε κάποιον διαδικτυακό σου φίλο όταν συμφωνείς ή διαφωνείς με τις αναρτήσεις του;

M: Δεν ξέρω ακριβώς αν θα μπορούσα. Δεν επηρεάζεται, μπορεί να σχολιάσω κάτι, δεν θα είναι απαραίτητα κακό, αλλά μπορεί να το κάνω έτσι για πλάκα ρε παιδί μου κι αν μου πει ότι δεν του αρέσει, θα 'μαι σε φάση τότε οκ, απλά κάνω πλάκα. Οπότε δεν θα το πω κάπως έτσι σαν κακό.

E: Χρησιμοποιείς τα social media όταν θέλεις να πλησιάσεις φιλικά ή συναισθηματικά κάποιο άτομο;

M: Όχι, ποτέ. Σαν αντικοινωνικός άνθρωπος που είμαι, είναι δύσκολο.

E: Πότε νιώθεις μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση, όταν επικοινωνείς μέσω social media ή στη δια ζώσης επαφή;

M: Δια ζώσης αλλά εντάξει, τα social media τα θεωρώ ότι είναι κάτι αναγκαστικό, δηλαδή με τηλέφωνο δεν θα πάρω ποτέ γιατί δεν ξέρω τί κάνει ο άλλος εκείνη την ώρα, οπότε μόνο από μήνυμα και όταν μπορέσει θα μου απαντήσει.

E: Άρα το κάνεις από διακριτικότητα λοιπόν.

M: Ναι.

E: Δηλαδή θα χρησιμοποιήσεις τα social media για να είσαι διακριτική, γιατί μπορεί ο άλλος να είναι απασχολημένος, οπότε αν τον πάρεις τηλέφωνο να διακόψεις. Αυτό εννοείς... Πότε εκφράζεις πιο εύκολα τα συναισθήματά σου, είτε θετικά είτε αρνητικά, όταν επικοινωνείς μέσω social media ή στη δια ζώσης επικοινωνία;

M: Θεωρώ γενικά ότι δεν θα τα εκφράσω τα συναισθήματά μου εύκολα σε κάποιον άλλο που δεν ξέρω οπότε μέσω μηνυμάτων κι αυτά δε θεωρώ ότι είναι κάτι. Είναι κάτι τελείως άψυχο οπότε δεν θα καταλάβει κάποιος αν είμαι καλά εκείνη την ώρα ή όχι, οπότε δια ζώσης μάλλον.

E: Κι όταν προκύπτει κάποιο πρόβλημα που πρέπει να επιλυθεί, προτιμάς να το συζητήσεις στα social media ή από κοντά;

M: Α δεν μπορώ απ' τα social media. Νιώθω ότι απλά ο άλλος έχει το χρόνο να σκεφτεί το οτιδήποτε, κάποια δικαιολογία ας πούμε αν είναι, προτιμώ από κοντά κι εκείνη τη στιγμή, για να καταλάβω σίγουρα αν λέει ας πούμε ψέματα ή αλήθεια αντίστοιχα.

E: Οι γονείς σου έχουν λογαριασμό σε κάποια πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης;

M: Η μαμά μου πρόσφατα έκανε Instagram.

E: Ακολουθείτε ο ένας τον άλλο με τη μαμά;

M: Ναι.

E: Έχει τύχει ποτέ να σου κάνει κάποια παρατήρηση για κάποια ανάρτησή σου ή για κάποια συμπεριφορά που να μην της άρεσε ας πούμε στο Instagram, κάτι που είδε και την προβλημάτισε σε σχέση μ' εσένα;

M: Γενικά η μαμά μου δεν είναι ένας άνθρωπος, ο οποίος θα κάτσει να το ελέγξει ας πούμε, δηλαδή αν μπει στο Instagram, θα μπει και σπάνια, αλλά γενικά όταν ανεβάζω κάτι μπορεί να της το δείξω και να μου πει «Πολύ ωραίο είναι», δεν θα μου πει ποτέ κάτι πιο...

E: Ωραία, δεν σου κάνει έτσι παρατηρήσεις για κάτι που δεν της αρέσει, οτιδήποτε, δεν έτυχε.

M: Θεωρώ ότι είναι δικό μου αυτό, κι ό,τι κάνω σε μένα είναι οπότε.

E: Χρησιμοποιείς τα social media με τους συμμαθητές σου ή και με τους καθηγητές σου για να συζητήσετε θέματα που αφορούν το σχολείο;

M: Με τους καθηγητές όχι, σχεδόν, όχι σχεδόν, ποτέ.

E: Δεν έχετε κάποιο γκρουπάκι με τους καθηγητές, κάποια ομαδική κάτι που να συζητήσετε.

M: Όχι, αν έχουμε όμως στο φροντιστήριο αλλά δεν μιλάμε.

E: Στο φροντιστήριο όμως υπάρχει.

M: Υπάρχει ομαδική, ναι, αν θέλουμε να ρωτήσουμε κάτι, υπάρχει και το συγκεκριμένο προφίλ που μιλάς μόνο με προσωπικό ας πούμε, απ' το Viber.

E: Με τους συμμαθητές σου; Εδώ πέρα στο σχολείο ας πούμε έχετε κάποιο γκρουπάκι κοινό που θα συνομιλήσετε;

M: Ναι, κάποια ομαδική που αν θέλει να ρωτήσει κάποιος κάτι, αυτό.

E: Σε περίπτωση που έχεις ή είχες κάποια στιγμή σύντροφο επηρέαζαν ή επηρεάζουν οι αναρτήσεις τη μεταξύ σας σχέση;

M: Δεν είχα.

E: Άρα λοιπόν δεν χρειάζεται να σε ρωτήσω αν έχετε τσακωθεί ποτέ στα social media;

M: Όχι.

E: Μπορείς να μου περιγράψεις τον εαυτό σου με 5 λέξεις; Ή και με 3, ό,τι σε βολεύει. Για κάνε μου μια ωραία περιγραφή τώρα της Σωτηρίας.

M: Σωθήκατε. Φιλική, κάπως πιο, νευριάζω λίγο εύκολα, καμιά φορά πιεστική, αν ξέρω δηλαδή ότι κάτι δεν είναι καλό για τον άλλο θα προσπαθήσω να τον πείσω ότι αυτό δεν είναι καλό, θα προσπαθήσω να τον κάνω να το δει δηλαδή.

E: Τώρα αυτά τα ωραία που μου είπες τα χαρακτηριστικά σου, πιστεύεις ότι φαίνονται μέσα από το προφίλ σου στα social media;

M: Θεωρώ ότι δε φαίνονται τόσο έντονα, όχι. Δεν μπορεί να καταλάβει, δεν θεωρώ ότι μπορεί να καταλάβει κάποιος από μία φωτογραφία ή απλά το τι ανεβάζω, τι πραγματικά είμαι.

E: Δεν μπορεί να σε γνωρίσει πραγματικά, δε φαίνεται τόσο πολύ.

M: Και δε φαίνεται και αν με γνωρίσει στην αρχή. Δηλαδή στην αρχή είμαι, πολύ κλειστός άνθρωπος.

E: Είσαι κλειστή. Υπάρχουν στοιχεία της ταυτότητάς σου ή της εικόνας σου που εσκεμμένα παραποιείς στα social media; Όπως για παράδειγμα η ηλικία σου, η καταγωγή σου, τέτοιου είδους χαρακτηριστικά;

M: Όχι.

E: Όταν κάποιος ακόλουθός σου ή φίλος σου, αναρτήσει κάτι που σε αφορά, για παράδειγμα μια φωτογραφία σου, προτιμάς να την ελέγξεις πρώτα ή δεν σε ενδιαφέρει να εγκρίνεις την ανάρτησή του;

M: Σε περίπτωση που δεν μου το πούνε, ας πούμε μπορεί να το δω ή θα μου το στείλουνε, θα γελάσω συνήθως αν είναι κάτι αστείο.

E: Άρα δεν έχεις κάποιο πρόβλημα.

M: Όχι.

E: Όταν ανεβάζεις φωτογραφίες σου χρησιμοποιείς φίλτρα;

M: Τι είδους φίλτρα; Αν χρησιμοποιήσω, θα 'ναι για φωτεινότητα, ίσως λίγο να επεξεργαστώ το (...)

E: Ναι, κι αυτά φίλτρα είναι, δεν έχει να κάνει. Γιατί τα χρησιμοποιείς αυτά; Έτσι, ας πούμε για να (...)

M: Μ' αρέσει γιατί η κάμερά μου δεν είναι τόσο καλή οπότε προσπαθώ λίγο να δώσω, να το φτιάξω.

E: Σε περίπτωση που αναρτήσεις κάτι και δεν έχει την ανταπόκριση που θέλεις, θα την κατεβάσεις αυτή τη δημοσίευση;

M: Αν είναι story δεν θα το κατεβάσω γιατί εντάξει θα φύγει σε λίγο, δεν με ενδιαφέρει. Αν είναι δημοσίευση μπορεί και να την κατεβάσω γιατί, εντάξει βασικά δεν με ενδιαφέρει τόσο τα likes κι αυτά αλλά (...)

E: Θα το ξανασκεφτείς.

M: Ναι, γιατί μπορεί να μη μου άρεσε, την κοιτάω 2-3 φορές και αλλάζω γνώμη.

E: Όλοι μας. Επηρεάζει την αυτοπεποίθησή σου η ανταπόκριση στις δημοσιεύσεις σου; Δηλαδή αν ανεβάσεις μια φωτογραφία και έχει πάρα πολλά likes ή μια δημοσίευση, λες «Α, τι ωραία, εντάξει, πήρα πολλά likes» ενώ αν ανεβάσεις μια πολύ ωραία φωτογραφία και έχει 2 likes μόνο θα πεις «Γιατί ρε παιδί μου, ήταν τόσο ωραία αυτή τη φωτογραφία, γιατί δεν τους άρεσε;»

M: Αν είναι πολλά θα μείνω με το στόμα ανοιχτό γιατί έχω πολύ λίγους ακόλουθους για να γίνεται.

E: Εντάξει, δεν έχει σημασία.

M: Εντάξει.

E: Επηρεάζεσαι όμως.

M: Θα χαρώ, αλλά εντάξει δεν θα το φλεξάρω κιόλας ας πούμε, σε φάση οκ.

E: Από ποιο μέσο συνήθως ενημερώνεσαι για τις εξελίξεις στη μόδα ή σε προϊόντα τεχνολογίας;

M: Τις περισσότερες φορές απ' το Instagram, απ' αυτά που μου εμφανίζονται ή από το Youtube, θα μπορούσα να...

E: Συμβουλεύεσαι τις τάσεις της μόδας από τα social media πριν προχωρήσεις στις αγορές σου, στα ψώνια σου;

M: Μπορεί να αποθηκεύσω καμιά φορά κάποια ρούχα ή κάτι που μ' ενδιαφέρει, που μ' αρέσει αλλά γενικά όχι, αν μ' αρέσει κάτι θα το πάρω ούτως ή άλλως.

E: Κάτι που μπορεί να 'χεις δει στα social όμως. Να το δεις δηλαδή και να πεις «Α, ξέρω γω, αυτό είναι ωραίο».

M: Αν μου αρέσει μπορεί να το δοκιμάσω αλλά αν δεν το δείχνει, δεν είναι στη μόδα, δε νομίζω ότι θα με νοιάξει.

E: Δεν σε επηρεάζει.

M: Όχι.

E: Ακολουθείς διασημότητες στα social media;

M: Μπορεί να ακολουθώ κάποιους youtubers έτσι για να δω για giveaway και λοιπά διαγωνισμούς.

E: Έχεις κερδίσει ποτέ σε giveaway;

M: Πού τέτοια τύχη; (γέλιο)

E: Γι' αυτό δεν μπαίνω κιόλας στη διαδικασία. Έχω φίλες ας πούμε που κάθε τρεις και λίγο με κάνουν tag. Λέω τι με κάνετε tag, καταρχάς δεν πρόκειται να κερδίσουμε ποτέ και κατά δεύτερον μου 'χετε γεμίσει το newsfeed μου διαφημίσεις.

M: Μου το κάνουν κι εμένα, κάτι άκυρα, γιατί;

E: Αγοράζεις προϊόντα που είτε διαφημίζουν είτε χρησιμοποιούν διασημότητες στα social media; Σε επηρεάζει; Μπαίνεις στη διαδικασία να αγοράσεις κάτι που διαφημίζουνε;

M: Αν μπω στη διαδικασία να πω κάτι ότι αυτό ίσως είναι ωραίο, θα το ψάξω, δεν θα κάτσω να το πάρω έτσι απλά. Δηλαδή μπορεί να μπω, να δω ποιος άλλος ας πούμε το δείχνει, τι άλλο είναι το review οπότε έτσι θα (...)

E: Μ' αυτή τη λογική θα μπορούσες ν' αρχίσεις να το ψάχνεις κι αν τελικά σου αρέσει, αν ταιριάζει σ' αυτό που θέλεις εσύ, να το αγοράσεις. Για τις αγορές σου προτιμάς τα φυσικά καταστήματα ή το e- shopping;

M: Γενικά θεωρώ ότι το να πηγαίνω εκεί, μ' αρέσει πιο πολύ, να τα δοκιμάζω, να πω ότι δεν μ' αρέσει, θα ξαναδοκιμάσω κάτι άλλο αλλά ίσως επειδή θεωρώ ότι είναι πιο εύκολο για προϊόντα γιατί γενικά δεν έχουμε εδώ πέρα τα πάντα οπότε σε περίπτωση που κάτι δεν το έχουμε είναι πάρα πολύ χρήσιμο.

E: Έχει τύχει ποτέ να ξοδέψεις περισσότερα χρήματα απ' τον προϋπολογισμό σου ή από αυτά που σου δίνουν οι γονείς σου για κάτι που έχεις δει στα social media; Να πεις «Α, ωραίο αυτό το κινητό, το θέλω» ρε παιδί μου. Ή κάποιο ρούχο ή κάποιο άλλο προϊόν που έτσι να σε βγάλει εκτός προϋπολογισμού;

M: Από social media δεν θα επιλέξω ποτέ να αγοράσω κάτι τόσο εύκολα, δηλαδή θα το ψάξω πολύ κι αν είναι θα είναι κάτι πολύ λίγο ή κάτι πολύ μικρό, οπότε ή θα το αγνοήσω απλά και όταν πάω από κοντά ίσως να το αγοράσω, να το δω, οπότε γενικά όχι, δεν.

E: Έχεις έρθεις ποτέ αντιμέτωπη με κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα social media; Cyberbullying, κάποιος να 'χει προσπαθήσει να σε προσεγγίσει με σκοπό να σε εκμεταλλευτεί για οποιοδήποτε λόγο;

M: Όχι.

E: Όχι, χαίρομαι. Άρα δε χρειάστηκε να συζητήσεις κάτι τέτοιο με κάποιο δικό σου άνθρωπο ούτε προχώρησες σε...

M: Όχι, συζητάμε αλλά...

E: Ναι, δεν έτυχε όμως κάποιο συμβάν. Σε περίπτωση που αντιμετώπιζες κάποια κακοποιητική συμπεριφορά στα social, σε ποιον θα απευθυνόσουν πρώτα;

M: Στην οικογένειά μου και στους φίλους μου αργότερα και...

ΓΕ Πρώτα όμως στην οικογένειά σου ε;

M: Ναι. Θεωρώ ότι θα ήταν τα πρώτα πρόσωπα τα οποία θα συνειδητοποιούσαν ότι κάτι θα είχε γίνει. Ιδίως η μαμά μου, είναι ψυχολόγος, οπότε (...)

Ε: Θα έκανες, θα προχωρούσες σε κάποια καταγγελία στη δίωξη ηλεκτρονικού εγκλήματος σε περίπτωση που συνέβαινε κάτι τέτοιο;

Μ: Πάρα πολύ εύκολα. Ναι, δεν είμαι ένας άνθρωπος που θα κάτσει να το σκεφτεί αυτό ή όταν συμβεί σε κάποιον άλλο θα είμαι απλά κατευθείαν να το κάνει. Δεν θα σκεφτώ συναισθηματικά σε τέτοια θέματα, γιατί ήδη τον έχει πληγώσει τον άλλο, του έχει κάνει κάποιο κακό, οπότε δεν υπάρχει λόγος να το σκεφτείς.

Ε: Έχεις υπάρξει εσύ θύτης αναπτύσσοντας κάποια κακοποιητική συμπεριφορά; Ακόμα κι άθελά σου, στο πλαίσιο μιας παρέας. Δηλαδή να έχει συμβεί κάτι που κι εσύ δυστυχώς να έχεις υπάρξει θύτης κι όχι θύμα.

Μ: Όχι. Δεν θα κάτσω ποτέ να το αναλύσω απ' τα social media, θα πάω να το πω μπροστά του ό,τι και να είναι. Δεν θα το συζητήσω εκεί.

Ε: Ωραία, άρα δεν έχεις μπει στη διαδικασία ούτε ποτέ άθελά σου να είσαι θύτης, να προσβάλλεις κάποιον, να έχεις κακοποιητικό λόγο;

Μ: Δεν είμαι άνθρωπος ο οποίος θα τα πει και θα κρυφτεί πίσω από ένα κινητό, θα πάω και θα τα πω μπροστά του, «Γιατί, ας πούμε, το 'κανες αυτό; Δεν ήταν καλό.»

ΓΕ Τέλεια. Έχεις ενημερωθεί ποτέ για την ασφαλή πλοήγηση στο διαδίκτυο απ' την οικογένειά σου;

Μ: Πολύ πριν καν πάρω κινητό. Κινητό πήρα πρόσφατα από την Α' γυμνασίου οπότε είμαι καινούρια και δεν ήθελα γενικά, αλλά εντάξει, λίγο επειδή το χρειάζομαι κιόλας για να επικοινωνώ, γιατί οι περισσότεροι είχαν Instagram κτλ., οπότε γενικά με είχαν ενημερώσει κι ότι «Μην ακολουθείς» κτλ. αλλά δεν μπορώ να ακολουθήσω κάποιον που δεν ξέρω οπότε...

Ε: Από το σχολείο σου έχεις ενημερωθεί για την ασφαλή πλοήγηση στο Ίντερνετ;

Μ: Όχι.

Ε: Και για πες μου τώρα, ποια είναι γενικότερα η σχέση σου με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; Δηλαδή έτσι αν δεις συνολικά την εικόνα ποια είναι η σχέση σου; Πώς είναι η σχέση σου;

Μ: Θα μπορούσα να το πω είναι, κατά κάποιο τρόπο λίγο απαραίτητη και ταυτόχρονα κάτι πιο διασκεδαστικό, δηλαδή που θα μπορούσα να περάσω καλά, να δω κάποιο βιντεάκι, να γελάσω, να πω μου 'φτιαξε το κέφι, μπορεί καμιά φορά να λυπηθώ από κάτι, οπότε...

E: Άρα έχεις κάποια σχέση με τα social media. Κι αν κόβανε το Ίντερνετ και δεν υπήρχανε social media, όχι για μία ώρα, γενικότερα ρε παιδί μου, πώς φαντάζεσαι τη ζωή σου χωρίς τα social media; Πώς πιστεύεις ότι θα ήτανε;

M: Θεωρώ ότι θα ήταν πιο δύσκολη πλέον τα τηλέφωνα δεν τα χρησιμοποιούμε τόσο ιδίως η δικιά μου η γενιά, δεν θα επιλέξουμε ποτέ να πάρουμε κάποιον τηλέφωνο, οπότε θα 'ταν πιο δύσκολο, πιστεύω όμως ότι θα βρίσκαμε κάποια άκρη.

E: Πολύ ωραία. Υπέροχα. Σ' ευχαριστώ πολύ γι' αυτήν τη συζήτηση.

M: Τίποτα. Καλή συνέχεια!

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΣΤ'

Ιούνιος, 2022

ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ

Αγαπητέ γονέα/ κηδεμόνα,

Ονομάζομαι Γεωργία Παναγιωτίδου και είμαι υποψήφια Διδάκτωρ του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών και συγκεκριμένα του Παιδαγωγικού Τμήματος Δημοτικής Εκπαίδευσης. Στο πλαίσιο της διατριβής μου, της οποίας θέμα αποτελεί «η επίδραση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στην εφηβική ηλικία», εκπονώ μία ποσοτική έρευνα με ερευνητικό εργαλείο το ερωτηματολόγιο σε εφήβους ηλικίας από 15 έως 18 ετών.

Σκοπός της μελέτης αυτής είναι να διερευνηθούν σε βάθος οι επιδράσεις των social media στην εφηβική ηλικία και συγκεκριμένα, πώς διαμορφώνει η χρήση τους τις κοινωνικές σχέσεις των εφήβων μεταξύ τους, αλλά και τις κοινωνικές προεκτάσεις του φαινομένου στην οικογένεια, το σχολείο και γενικότερα στο ευρύ κοινωνικό σύνολο. Κανένα ονομαστικό ή προσωπικό στοιχείο του παιδιού δεν πρόκειται να καταγραφεί. Η έρευνα είναι ανώνυμη και για να μην υπάρχει καμία περίπτωση διαρροής προσωπικών δεδομένων, το ερωτηματολόγιο έχει δημιουργηθεί σε φόρμα του Google, ώστε να συμπληρωθεί ανώνυμα από το παιδί σας και στην οποία δεν απαιτείται η συμπλήρωση κανενός προσωπικού δεδομένου, ή στοιχείου επικοινωνίας για την αδιαπραγμάτευτη προστασία της ανωνυμίας των συμμετεχόντων.

Η παρούσα έρευνα τελείται υπό την επίβλεψη του Καθηγητή του Π.Τ.Δ.Ε. Ε.Κ.Π.Α., κ. Δημόσθενή Δασκαλάκη (τηλ. 2103688198, διεύθυνση: Ναυαρίνου 13^α, Ισόγειο, email: secr@primedu.uoa.gr). Συνημμένα θα βρείτε το έγγραφο συγκατάθεσής σας για τη συμμετοχή του παιδιού σας, καθώς επίσης και τον Κώδικα Δεοντολογίας που διέπει την παρούσα έρευνα, όπως έχει συνταχθεί από το Παιδαγωγικό Τμήμα Δημοτικής Εκπαίδευσης του Πανεπιστημίου Αθηνών.

Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για την πολύτιμη βοήθειά σας.

Με εκτίμηση,

Γεωργία Παναγιωτίδου

Υπ. Διδάκτωρ Π.Τ.Δ.Ε. Ε.Κ.Π.Α

**Έντυπο συγκατάθεσης γονέων/κηδεμόνων για έρευνα
σε εφήβους ηλικίας 15-18 ετών**

Θέμα έρευνας: Η επίδραση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στη εφηβική ηλικία

(Θα διατηρηθούν δύο αντίγραφα: ένα σε έντυπη μορφή για τον/την γονέα του παιδιού που συμμετέχει στη έρευνα και ένα για το αρχείο της επιστημονικά υπεύθυνης)

Παρακαλούμε επιλέξτε ένα από τα κουτάκια (Ναι, Όχι)

ΝΑΙ ΟΧΙ

Επιτρέπω και συναινώ ως γονέας/κηδεμόνας για τη συμμετοχή του παιδιού μου στην έρευνα

Διάβασα και κατανόησα το περιεχόμενο της επιστολής ενημέρωσης που αφορά στην παρούσα έρευνα. (Αν απαντήσετε ΟΧΙ σε αυτήν την ερώτηση, παρακαλούμε μην προχωρήσετε με τη συμπλήρωση του εντύπου συγκατάθεσης, έως ότου σας είναι απολύτως ξεκάθαρο σε τι αφορά η συμμετοχή του παιδιού σας στην παρούσα έρευνα).

Κατανώ ότι η συμμετοχή του παιδιού μου είναι εθελοντική και είναι ελεύθερο να εγκαταλείψει την εν λόγω έρευνα ανά πάσα ώρα και στιγμή, χωρίς καμία συνέπεια και για την απόφαση αυτή δε θα ζητηθεί από εμένα ή το παιδί μου να την αιτιολογήσω. Σε περίπτωση απόσυρσης του παιδιού μου από την έρευνα, τα προσωπικά του στοιχεία δε θα είναι διαθέσιμα πλέον στην ερευνήτρια.

Κατανώ ότι προσωπικές πληροφορίες, όπως ονόματα και στοιχεία επικοινωνίας, δε θα αποκαλυφθούν σε κανέναν, παρά μόνο θα τα γνωρίζει η ερευνήτρια, η οποία είναι και υπεύθυνη για τη διαφύλαξη των προσωπικών δεδομένων των συμμετεχόντων στην παρούσα έρευνα.

Στοιχεία επικοινωνίας για τη έρευνα: Γεωργία Παναγιωτίδου, Υπ. Διδάκτωρ Π.Τ.Δ.Ε. Ε.Κ.Π.Α.
Τηλ. 6984860076 e-mail: klitaimnistrap@hotmail.com, georpan@primedu.uoa.gr

Όνομα γονέα/κηδεμόνα
συμμετέχοντα

Υπογραφή

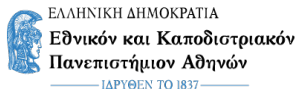
Όνομα ερευνήτριας

Υπογραφή

Ημερομηνία

Γεωργία Παναγιωτίδου

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ζ'



Παιδαγωγικό Τμήμα Δημοτικής Εκπαίδευσης

Ιούνιος, 2022

ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ

Ονομάζομαι Γεωργία Παναγιωτίδου και είμαι υποψήφια Διδάκτωρ του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών και συγκεκριμένα του Παιδαγωγικού Τμήματος Δημοτικής Εκπαίδευσης. Ένα από τα ενδιαφέροντά μου, μιας και είμαι επικοινωνιολόγος, είναι η επίδραση που έχουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (ή όπως λέμε συνήθως τα social media) στην εφηβική ηλικία και συγκεκριμένα, στην κοινωνική ζωή των εφήβων από 15 έως 18 ετών, όπως είσαι κι εσύ. Για το λόγο αυτό θα ήθελα να πραγματοποιήσω μία έρευνα στο πλαίσιο της διατριβής μου, η οποία θα βοηθήσει τόσο εμένα, όσο και την επιστημονική κοινότητα να κατανοήσουμε την πραγματική σχέση που έχουν τα παιδιά της ηλικίας σου με τα social media.

Θα ήταν εξαιρετικά ενδιαφέρον για όλους μας, για εσένα, όπως επίσης και για τους καθηγητές σου και τους γονείς σου, να ερευνήσουμε, κατά πόσο επηρεάζει η χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης τις κοινωνικές σου σχέσεις, αλλά και τις κοινωνικές προεκτάσεις του φαινομένου αυτού στην οικογένεια σου, το σχολείο και γενικότερα στο ευρύ κοινωνικό σύνολο.

Το ερωτηματολόγιο αυτό είναι ανώνυμο κι έχει συνταχθεί με βάση τον Κώδικα Δεοντολογίας και Καλής Πρακτικής του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών, όπως επίσης και τον Κώδικα Δεοντολογίας για τη διεξαγωγή έρευνας σε παιδιά του Π.Τ.Δ.Ε. Ε.Κ.Π.Α., τους οποίους μπορείτε να βρείτε μαζί με τους γονείς σου στην ιστοσελίδα του Ε.Κ.Π.Α. και του Παιδαγωγικού Τμήματος Δημοτικής Εκπαίδευσης του Ε.Κ.Π.Α. αντίστοιχα:

https://www.uoa.gr/fileadmin/user_upload/PDF-files/anakoinwseis/genikes_anakoinwseis/2018/2606_kwdikas_deontologias_online.pdf

http://www.primedu.uoa.gr/fileadmin/primedu.uoa.gr/uploads/Pdfs/Grammateia/TELIKO_Kanones_deontologias_gia_tin_ekpaideytiki_ereyna_me_paidia.pdf

Στο σημείο αυτό να επισημάνω, πως δεν υπάρχει ΚΑΝΕΝΑΣ ΑΠΟΛΥΤΩΣ κίνδυνος από τη συμμετοχή σου στην έρευνα, στην οποία συμμετέχεις εθελοντικά και μπορείς ανά πάσα στιγμή να εγκαταλείψεις, χωρίς φυσικά καμία κύρωση. Στην προσπάθεια αυτή δεν είμαι μόνη μου! Η έρευνά μου επιβλέπεται από τον καθηγητή Π.Τ.Δ.Ε. Ε.Κ.Π.Α., κο Δημοσθένη Δασκαλάκη (τηλ. 2103688198, διεύθυνση: Ναυαρίνου 13Α, Ισόγειο, email: secr@primedu.uoa.gr), ο οποίος είναι υπεύθυνος για τη σωστή διεξαγωγή της. Η διάρκεια συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου είναι μόλις 4 έως 6 λεπτά! Στην επόμενη σελίδα θα βρεις και το έντυπο της συγκατάθεσής σου!

Σε ευχαριστώ για την πολύτιμη βοήθειά σου.

Με εκτίμηση,

Γεωργία Παναγιωτίδου Υπ. Διδάκτωρ Π.Τ.Δ.Ε. Ε.Κ.Π.Α

Έντυπο συγκατάθεσης εφήβων ηλικίας 15-18 ετών για συμμετοχή σε έρευνα

Θέμα έρευνας: Η επίδραση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στην εφηβική ηλικία

(Θα διατηρηθούν δύο αντίγραφα: ένα σε έντυπη μορφή για κάθε έφηβο/η που συμμετέχει στη έρευνα και ένα για το αρχείο της ερευνήτριας)

Παρακαλούμε επιλέξτε ένα από τα κουτάκια (Ναι, Όχι) ΝΑΙ ΟΧΙ

Επιτρέπω και συμφωνώ με τη συμμετοχή μου στην έρευνα

Διάβασα και κατανόησα το περιεχόμενο της επιστολής ενημέρωσης που αφορά στην παρούσα έρευνα. (Αν απαντήσεις ΟΧΙ σε αυτήν την ερώτηση, παρακαλώ μην προχωρήσεις με τη συμπλήρωση του εντύπου συγκατάθεσης, έως ότου σου είναι απολύτως ξεκάθαρο σε τι αφορά η συμμετοχή σου στην παρούσα έρευνα).

Κατανοώ ότι η συμμετοχή μου είναι εθελοντική και είμαι ελεύθερος-η να μην απαντήσω σε όσες ερωτήσεις δεν επιθυμώ, όπως επίσης και να εγκαταλείψω τη συμμετοχή μου στην έρευνα σε όποιο σημείο επιθυμώ. Σε ανάλογη περίπτωση, δε θα υπάρξουν συνέπειες για την απόφαση αυτή και δε θα μου ζητηθεί να την αιτιολογήσω.

Κατανοώ πως προσωπικές πληροφορίες, όπως ονόματα, στοιχεία επικοινωνίας, δεν θα αποκαλυφθούν σε κανέναν, παρά μόνο θα τα γνωρίζει η ερευνήτρια, η οποία είναι και υπεύθυνη για τη διαφύλαξη των προσωπικών δεδομένων των συμμετεχόντων στην παρούσα έρευνα.

Στοιχεία επικοινωνίας για τη έρευνα: Γεωργία Παναγιωτίδου, Υπ. Διδάκτωρ Π.Τ.Δ.Ε. Ε.Κ.Π.Α.
Τηλ. 6984860076 e-mail: klitaimnistrap@hotmail.com, geopan@primedu.uoa.gr

Όνομα συμμετέχοντα-ουσας

Υπογραφή

Όνομα ερευνήτριας

Υπογραφή

Ημερομηνία

Γεωργία Παναγιωτίδου



Έρευνα με θέμα: "Η Επίδραση των Ιστοσελίδων Κοινωνικής Δικτύωσης στην Εφηβική Ηλικία"

Ονομάζομαι Γεωργία Παναγιωτίδου και είμαι υποψήφια Διδάκτωρ του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών και συγκεκριμένα του Παιδαγωγικού Τμήματος Δημοτικής Εκπαίδευσης. Ένα από τα ενδιαφέροντά μου, μιας και είμαι επικοινωνιολόγος, είναι η επίδραση που έχουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης - ή όπως λέμε συνήθως τα social media - στην εφηβική ηλικία και συγκεκριμένα, στην κοινωνική ζωή των εφήβων από 15 έως 18 ετών, όπως είσαι κι εσύ. Για το λόγο αυτό θα ήθελα να πραγματοποιήσω μία έρευνα στο πλαίσιο της διατριβής μου, η οποία θα βοηθήσει τόσο εμένα, όσο και την επιστημονική κοινότητα να κατανοήσουμε την πραγματική σχέση που έχουν τα παιδιά της ηλικίας σου με τα social media.

Θα ήταν εξαιρετικά ενδιαφέρον για όλους μας, για εσένα, όπως επίσης για τους καθηγητές σου και τους γονείς σου, να ερευνήσουμε, κατά πόσο επηρεάζει η χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης τις κοινωνικές σου σχέσεις, αλλά και τις κοινωνικές προεκτάσεις του φαινομένου αυτού στην οικογένεια σου, το σχολείο και γενικότερα στο ευρύ κοινωνικό σύνολο.

Το ερωτηματολόγιο αυτό είναι ανώνυμο κι έχει συνταχθεί με βάση τον Κώδικα Δεοντολογίας και Καλής Πρακτικής του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών, όπως επίσης και τον Κώδικα Δεοντολογίας για τη διεξαγωγή έρευνας σε παιδιά του Π.Τ.Δ.Ε. Ε.Κ.Π.Α., τους οποίους μπορείς να βρεις στην ιστοσελίδα του Ε.Κ.Π.Α. και του Παιδαγωγικού Τμήματος Δημοτικής Εκπαίδευσης του Ε.Κ.Π.Α. αντίστοιχα:

https://www.uoa.gr/fileadmin/user_upload/PDF-files/anakoinwseis/genikes_anakoinwseis/2018/2606_kwdikas_deontologias_online.pdf

http://www.primedu.uoa.gr/fileadmin/primedu.uoa.gr/uploads/Pdfs/Grammateia/TELIK O_Kanones_deontologias_gia_tin_ekpaideytiki_ereyna_me_paidia.pdf

Στο σημείο αυτό να επισημάνω, πως δεν υπάρχει ΚΑΝΕΝΑΣ ΑΠΟΛΥΤΩΣ κίνδυνος από τη συμμετοχή σου στην έρευνα, στην οποία συμμετέχεις εθελοντικά και μπορείς ανά

πάσα στιγμή να εγκαταλείψεις, χωρίς φυσικά καμία κύρωση. Στην προσπάθεια αυτή δεν είμαι μόνη μου! Η έρευνά μου επιβλέπεται από τον καθηγητή Π.Τ.Δ.Ε. Ε.Κ.Π.Α., κο Δημοσθένη Δασκαλάκη (τηλ. 2103688198, διεύθυνση: Ναυαρίνου 13Α, Ισόγειο, email: secr@primedu.uoa.gr), ο οποίος είναι υπεύθυνος για τη σωστή διεξαγωγή της.

Η διάρκεια συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου είναι μόλις 4 έως 6 λεπτά!

Σε ευχαριστώ για την πολύτιμη βοήθειά σου!

klitaimnistrap@hotmail.com [Εναλλαγή λογαριασμού](#)



Δεν κοινοποιήθηκε

* Υποδεικνύει απαιτούμενη ερώτηση

Φύλο *

- Αγόρι
- Κορίτσι

Ποια είναι η ηλικία σου; *

- 15-16
- 17-18

Η μητέρα σου είναι *

- Απόφοιτη Δημοτικού Σχολείου
- Απόφοιτη Γυμνασίου
- Απόφοιτη Λυκείου
- Απόφοιτη ΑΕΙ

Ο πατέρας σου είναι *

- Απόφοιτος Δημοτικού Σχολείου
- Απόφοιτος Γυμνασίου
- Απόφοιτος Λυκείου
- Απόφοιτος ΑΕΙ

Σε ποια περιοχή μένεις; *

- Σε χωριό
- Σε μικρή πόλη
- Σε πρωτεύουσα νομού

Έχεις λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης; *

- Ναι
- Όχι

Σε ποιο ή σε ποια μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχεις λογαριασμό; (Μπορείς να δώσεις περισσότερες από μία απαντήσεις) *

Facebook

Instagram

Tik Tok

Snapchat

Όλα τα παραπάνω

Άλλο: _____

Ποιο είδος επικοινωνίας προτιμάς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; (Μπορείς να δώσεις περισσότερες από μία απαντήσεις) *

Προτιμώ να παίρνω τηλέφωνο μέσω των social media

Προτιμώ να μιλάω στο chat

Προτιμώ τις βιντεοκλήσεις

Όλα τα παραπάνω

Πόσο συχνά μπαίνεις στο "προφίλ" των φίλων σου για να μάθεις τα νέα τους και να δεις τις αναρτήσεις τους; *

Ποτέ

Σπάνια (1-5 φορές την εβδομάδα)

Συχνά (καθημερινά)

Πάρα πολύ συχνά (αρκετές φορές μέσα στη μέρα)

Πόσο συμφωνείς ή διαφωνείς με τις παρακάτω προτάσεις; *

	Συμφωνώ Απόλυτα	Συμφωνώ	Έχω ουδέτερη άποψη/ Δεν έχω άποψη	Διαφωνώ	Διαφωνώ εντελώς
Προτιμώ να μαθαίνω την επικαιρότητα από την τηλεόραση, το ραδιόφωνο, τις εφημερίδες, τα περιοδικά	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προτιμώ να μαθαίνω την επικαιρότητα από το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Θεωρώ έγκυρη και αξιόπιστη την ενημέρωση από τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Οι διαδικτυακοί μου φίλοι προέρχονται από το οικογενειακό μου περιβάλλον	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Οι διαδικτυακοί μου φίλοι προέρχονται από το σχολείο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Οι διαδικτυακοί μου φίλοι είναι συνήθως φίλοι μου και στην πραγματική ζωή	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Αποδέχομαι αιτήματα φιλίας αγνώστων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Στέλνω αιτήματα φιλίας σε αγνώστους	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Επηρεάζομαι από τη φωτογραφία "προφίλ" όταν θα στείλω ή όταν αποδεχτώ ένα αίτημα φιλίας από άγνωστο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Η συμπεριφορά μου απέναντι σε ένα διαδικτυακό μου φίλο επηρεάζεται από το αν συμφωνώ ή διαφωνώ με τις αναρτήσεις του στα social media	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Χρησιμοποιώ τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης όταν θέλω να πλησιάσω συναισθηματικά κάποιον-α	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Νιώθω μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση, όταν επικοινωνώ με κάποιον/α μέσω των ιστοσελίδων κοινωνικής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

δικτύωσης

Νιώθω
μεγαλύτερη
αυτοπεποίθηση
στη δια ζώσης
επικοινωνία

Εκφράζω πιο
εύκολα τα
συναισθήματά
μου, όταν
επικοινωνώ
στις
ιστοσελίδες
κοινωνικής
δικτύωσης

Εκφράζω πιο
εύκολα τα
συναισθήματα
μου στη διά
ζώσης
επικοινωνία

Όταν προκύπτει
κάποιο
πρόβλημα
προτιμώ να το
συζητώ μέσω
των
ιστοσελίδων
κοινωνικής
δικτύωσης

Όταν προκύπτει
κάποιο
πρόβλημα
προτιμώ να το
συζητώ από
κοντά

Οι γονείς σου έχουν λογαριασμό σε κάποια ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης; *

- Ναι
- Όχι
- Δεν γνωρίζω/ Δεν απαντώ

Είστε διαδικτυακοί φίλοι με τους γονείς σου σε περίπτωση που διατηρείτε λογαριασμούς στις ίδιες ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης; *

- Ναι
- Όχι
- Δεν γνωρίζω/ Δεν απαντώ

Εάν δεν είστε διαδικτυακοί φίλοι με τους γονείς σου, γιατί συμβαίνει αυτό; (Σε περίπτωση που είστε διαδικτυακοί φίλοι δε χρειάζεται να απαντήσεις σε αυτήν την ερώτηση!)

- Δε μου αρέσει να νιώθω, ότι με ελέγχουν
- Θέλω να διαφυλάξω την ιδιωτικότητα μου
- Έτυχε και δεν είμαστε "διαδικτυακοί φίλοι", ίσως κάποια στιγμή να γίνουμε
- Άλλο: _____

Σε περίπτωση που είστε διαδικτυακοί φίλοι με τους γονείς σου, έτυχε ποτέ να σου κάνουν παρατήρηση για κάποια ανάρτησή σου, που δεν την ενέκριναν; (Εάν δεν είστε διαδικτυακοί φίλοι δε χρειάζεται να απαντήσεις σε αυτήν την ερώτηση!)

- Ποτέ δεν έτυχε να μου κάνουν παρατήρηση
- Κάποιες φορές μου έκαναν παρατήρηση
- Πάντα μου κάνουν παρατηρήσεις σχετικά με τις αναρτήσεις μου

Έχετε δημιουργήσει κάποιο group με τους συμμαθητές σου σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για να συζητάτε θέματα που αφορούν στα μαθήματα και γενικά το σχολείο; *

- Ναι
- Όχι
- Δεν γνωρίζω/ Δεν απαντώ

Έχετε δημιουργήσει κάποιο γκρουπ σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης με τους καθηγητές σας για να επικοινωνείτε για τα μαθήματα ή γενικότερα για εκπαιδευτικούς σκοπούς; *

- Ναι
- Όχι
- Δε γνωρίζω/ Δεν απαντώ

Επηρεάζουν οι αναρτήσεις σου στα social media τη σχέση σου με τον/την σύντροφο σου; *

- Ναι
- Όχι
- Δεν γνωρίζω/ Δεν απαντώ

Έχετε τσακωθεί ποτέ με τον/την σύντροφο σου εξαιτίας κάποιας συμπεριφοράς σας στα social media; *

- Ναι
- Όχι
- Δεν γνωρίζω/ Δεν απαντώ

Έχει χαλάσει ποτέ μία συναισθηματική σου σχέση εξαιτίας της συμπεριφοράς σου ή της δικής του/της στα social media; *

- Ναι
- Όχι
- Δεν γνωρίζω/ Δεν απαντώ

Περιγράψε τον εαυτό σου με 5 λέξεις *

Η απάντησή σας _____

Θεωρείς πως το προφίλ που παρουσιάζεις στα social media, αντιστοιχεί στις 5 * αυτές λέξεις;

- Ναι
- Όχι
- Δε γνωρίζω/ Δεν απαντώ

Πόσο συμφωνείς ή διαφωνείς με τις παρακάτω προτάσεις; *

	Συμφωνώ απόλυτα	Συμφωνώ	Έχω ουδέτερη άποψη/Δεν έχω άποψη	Διαφωνώ	Διαφωνώ απόλυτα
Υπάρχουν στοιχεία της ταυτότητας μου που παραποιώ εσκεμμένα στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Κρύβω την πραγματική μου ηλικία, όταν χρησιμοποιώ τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Παραποιώ εσκεμμένα την εικόνα μου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Πριν					

αναρτήσει κάποιος διαδικτυακός μου φίλος οτιδήποτε με αφορά, θέλω πρώτα να το εγκρίνω

Όταν ανεβάζω φωτογραφίες μου χρησιμοποιώ κάποιο φίλτρο επεξεργασίας

Εάν κάποια ανάρτησή μου δεν έχει την ανταπόκριση που επιθυμώ την κατεβάζω αμέσως

Εάν κάποια ανάρτησή μου δεν έχει πολλά "likes" νιώθω απογοήτευση

Εάν κάποια ανάρτησή μου έχει πολλά "likes" μου φτιάχνει τη διάθεση

Από ποιο μέσο ενημερώνεσαι για τη μόδα και τα νέα προϊόντα τεχνολογίας; *
(Μπορείς να δώσεις περισσότερες από μία απαντήσεις)

- Από την τηλεόραση
- Από τα περιοδικά
- Από το Διαδίκτυο
- Άλλο: _____

Περιγράψε τη συχνότητα με την οποία κάνεις τις παρακάτω ενέργειες *

	Πάντα	Συχνά	Σπάνια	Ποτέ
Ακολουθώ τις τάσεις της μόδας και της τεχνολογίας για τις αγορές μου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αντιγράφω το στυλ ντυσίματος των διασημοτήτων που ακολουθώ στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αγοράζω προϊόντα που διαφημίζουν ή χρησιμοποιούν οι διασημότητες που ακολουθώ στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Προτιμώ για τις αγορές μου τα φυσικά καταστήματα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Προτιμώ για τις αγορές μου τα e-shop

Ξοδεύω περισσότερα χρήματα από αυτά που μου επιτρέπουν οι γονείς μου σε πολυδιαφημισμένα προϊόντα στα social media

Έχεις αντιμετωπίσει ποτέ κάποια κακοποιητική ή παραβατική συμπεριφορά στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης; *

Ναι

Όχι

Δε γνωρίζω/ Δεν απαντώ

Εάν αντιμετώπισες κάποια στιγμή κακοποιητική ή παραβατική συμπεριφορά *
στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, με ποιον συζήτησες αυτήν τη
δυσάρεστη κατάσταση; (Μπορείς να δώσεις περισσότερες από μία
απαντήσεις).

- Με τους γονείς μου
- Με συγγενικό μου πρόσωπο
- Με τους φίλους μου
- Με τον/ την σύντροφό μου
- Με κάποιον καθηγητή-τρια μου
- Με κανέναν
- Δεν αντιμετώπισα ποτέ τέτοιου είδους συμπεριφορές σε ιστοσελίδες
κοινωνικής δικτύωσης
- Άλλο: _____

Σε περίπτωση που έπεφτες θύμα κάποιας κακοποιητικής ή παραβατικής *
συμπεριφοράς στα social media, με ποιον θα το μοιραζόσουν πρώτα;

- Με τους γονείς μου
- Με τους φίλους μου
- Με συγγενικά μου πρόσωπα
- Με κάποιον καθηγητή-τρια μου
- Με τον/ την σύντροφο μου
- Άλλο: _____

Σε περίπτωση που έπεφτες θύμα κάποιας κακοποιητικής ή παραβατικής συμπεριφοράς στα social media θα προχωρούσες ποτέ σε καταγγελία στις αρχές ή στη Δίωξη Ηλεκτρονικού Εγκλήματος; *

- Ναι
- Όχι
- Δε γνωρίζω/ Δεν απαντώ

Έχεις υπάρξει θύτης αναπτύσσοντας κάποια κακοποιητική ή παραβατική συμπεριφορά στα social media, έστω και άθελά σου; *

- Ναι
- Όχι
- Δε γνωρίζω/ Δεν απαντώ

Έχεις ενημερωθεί ποτέ για την ασφαλή πλοήγηση στο Διαδίκτυο από τους γονείς σου; *

- Ναι
- Όχι
- Δε γνωρίζω/ Δεν απαντώ

Έχεις ενημερωθεί ποτέ για την ασφαλή πλοήγηση στο Διαδίκτυο από το σχολείο σου; *

- Ναι
- Όχι
- Δε γνωρίζω/ Δεν απαντώ

Πώς θα περιέγραφες τη σχέση σου με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; Γράψε μία σύντομη απάντηση. *

Η απάντησή σας _____

Πώς φαντάζεσαι τη ζωή σου χωρίς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; Γράψε μία σύντομη απάντηση. *

Η απάντησή σας _____

Υποβολή

Σελίδα 1 από 1

Εκκαθάριση φόρμας

Μην υποβάλετε ποτέ κωδικούς πρόσβασης μέσω των Φορμών Google.

Αυτό το περιεχόμενο δεν έχει δημιουργηθεί και δεν έχει εγκριθεί από την Google. [Αναφορά κακής χρήσης](#) - Όροι Παροχής Υπηρεσιών - Πολιτική απορρήτου

Google Φόρμες

