

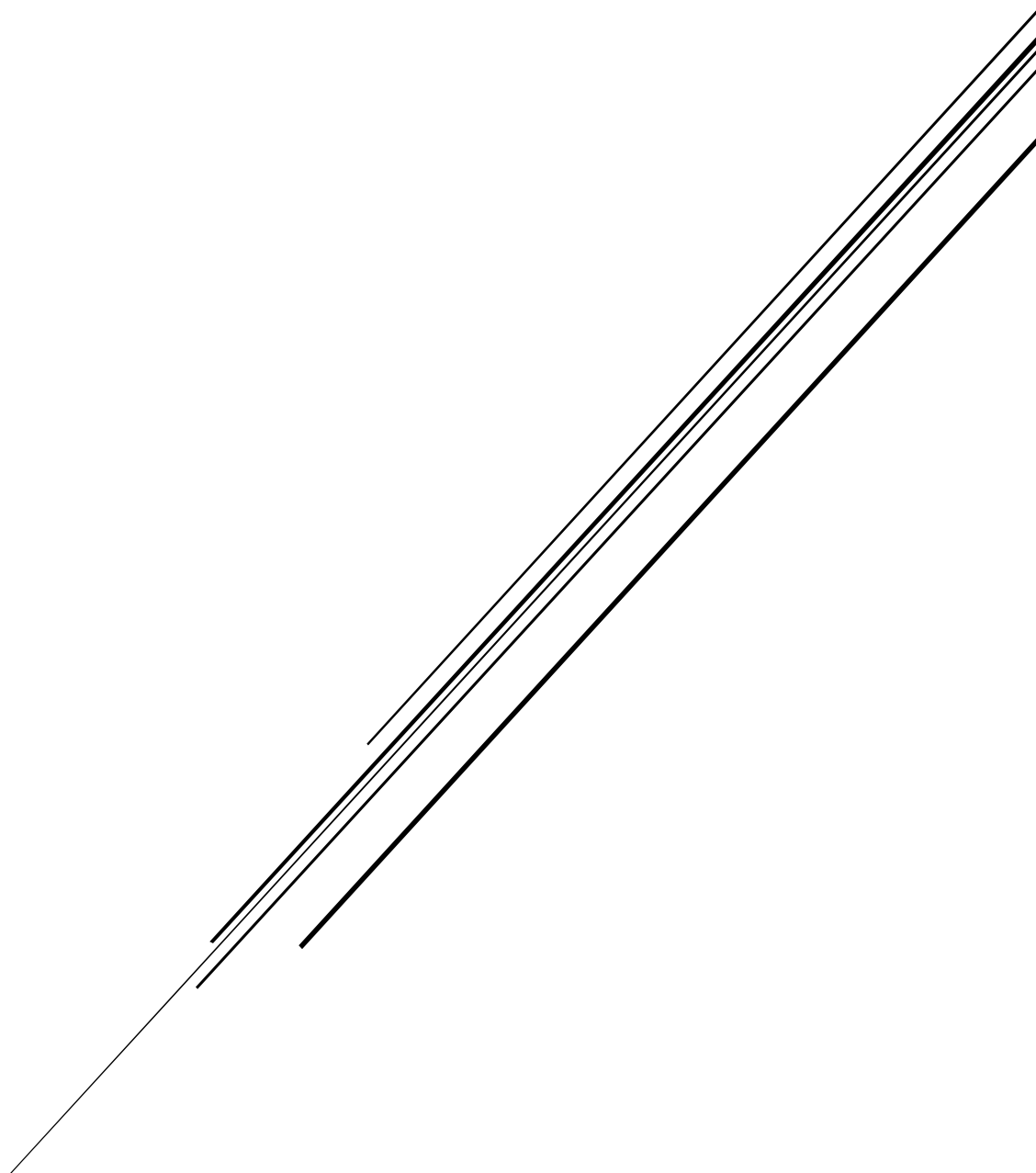
# SOCIAL MEDIA & ΝΕΟΙ

ΝΤΡΕΤΣΚΑ ΑΝΤΩΝΙΑ

Α.Μ.: 3332022006

ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΣΤΕΛΙΟΣ ΖΗΜΕΡΑΣ

ΕΤΟΣ: 2022-2023



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ  
ΔΙΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ

Social media is about sociology and psychology more than technology.

Brian Solis

Περιεχόμενα	
Εισαγωγή.....	3
1.1 Ορισμός και περιγραφή μέσων κοινωνικής δικτύωσης.....	4
1.2 Ιστορική αναδρομή.....	4
1.3 Δημοφιλέστερα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην Ελλάδα.....	5
1.4 Κυριότερα social media.....	6
1.5 Λόγοι χρήσης των social media.....	9
2.1 Έφηβοι.....	9
2.2 Έφηβοι και social media.....	10
2.3 Θετικά αποτελέσματα χρήσης των social media.....	10
2.4 Αρνητικά αποτελέσματα της χρήσης των social media .....	11
2.4.1 Σύνδρομο FOMO .....	11
2.4.2 Εθισμός στο διαδίκτυο .....	12
2.4.3 Ηλεκτρονικός εκφοβισμός.....	12
2.5 Ο ρόλος της οικογένειας.....	13
3. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	13
3.1 Εισαγωγή.....	13
3.2 Μεθοδολογία έρευνας .....	13
3.3 Αναγκαιότητα και σκοπός της έρευνας.....	14
3.4 Στόχοι έρευνας .....	14
3.5 Άξονες έρευνας .....	14
3.6 Ερευνητικό εργαλείο .....	14
Βιβλιογραφικές αναφορές.....	16
Ερωτηματολόγιο.....	20

## Εισαγωγή

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν τα πιο σημαντικά σύγχρονα μέσα μαζικής επικοινωνίας που διευκολύνουν την επικοινωνία, προωθούν την αλληλεπίδραση και επιτρέπουν την ανταλλαγή απόψεων και ιδεών ανάμεσα στους χρήστες. Η χρήση τους τα τελευταία χρόνια συνεχώς αυξάνει και αδιαμφισβήτητα αποτελούν κομμάτι της καθημερινότητάς μας.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με το πλήθος των υπηρεσιών που προσφέρουν έχουν αλλάξει σημαντικά την έννοια της επικοινωνίας και η εκτεταμένη χρήση τους έχει σημαντικές επιδράσεις στις ζωές των ανθρώπων και ειδικά των εφήβων. Όπως προέκυψε από μελέτη της European Schoolnet το 90% των νέων στην χώρα μας κάνουν καθημερινή χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Οι έφηβοι αποτελούν μια ευαίσθητη ομάδα και η σχέση τους με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι επιδράσεις που έχουν στις ζωές τους είναι ένα θέμα που απασχολεί όλο και πιο συχνά τους ίδιους τους νέους αλλά και πολλούς ερευνητές.

Με αφορμή τους παραπάνω προβληματισμούς, η παρούσα εργασία επιχειρεί να εξετάσει και να διερευνήσει το ρόλο που διαδραματίζουν στη ζωή των εφήβων τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

**Λέξεις κλειδιά:** μέσα κοινωνικής δικτύωσης, διαδίκτυο, εφηβεία, επιδράσεις

## Κεφάλαιο 1

### 1.1 Ορισμός και περιγραφή μέσων κοινωνικής δικτύωσης

Η ανάπτυξη του διαδικτύου έχει οδηγήσει στην δημιουργία σύγχρονων μέσων επικοινωνίας και αλληλεπίδρασης, ευρέως γνωστά με τον όρο Social Media.

«Ένα κοινωνικό δίκτυο είναι ένα οργανωμένο σύνολο ατόμων που περιλαμβάνει ανθρώπους και συνδέσεις μεταξύ τους», σύμφωνα με τους Christakis και Fowler (2009, σελ. 33).

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρέχουν την δυνατότητα αλληλεπίδρασης μεταξύ των ατόμων, μέσω διαδικτυακών υπηρεσιών που επιτρέπουν στους χρήστες τη δημιουργία δημόσιου ατομικού προφίλ, επικοινωνία με άλλους χρήστες, ανταλλαγή πληροφοριών, ιδεών και ψηφιακών αρχείων οποιασδήποτε μορφής (Ellison, Steinfeld & Lampe, 2007).

Τα social media είναι διαδραστικά, καθώς ενθαρρύνουν/επιδιώκουν την συζήτηση, τα σχόλια και γενικότερα την άμεση αλληλεπίδραση μεταξύ των χρηστών.

Είναι αλήθεια ότι το διαδίκτυο έχει αλλάξει την καθημερινότητα μας και τον τρόπο επικοινωνίας μας. Η δημοτικότητα των κοινωνικών δικτύων οφείλεται στην ποικιλία των λειτουργιών που προσφέρουν, μειώνοντας παράλληλα πρακτικά εμπόδια, όπως τη απόσταση ή το κόστος.

### 1.2 Ιστορική αναδρομή

Η εμφάνιση των social media καταγράφεται πολλά χρόνια πριν, αφού αποτελούν την φυσική εξέλιξη των μέσων μαζικής επικοινωνίας, της εφημερίδας, του ραδιοφώνου και της τηλεόρασης.

Τα κοινωνικά μέσα ενημέρωσης χρονολογούνται από τις αρχές της δεκαετίας του 1840.

Παρακάτω παρουσιάζεται σύντομη ιστορική αναδρομή των Social Media από το 1844 έως το 2017.

- Το 1844 ο Σάμουελ Μορς στέλνει το πρώτο μήνυμα μέσω τηλεγραφικής γραμμής « Τι κατόρθωσε ο Θεός!» από την Ουάσιγκτον στη Βαλτιμόρη.
- Το 1969 το A.R.P.A.N.E.T., το πρώτο δίκτυο στον κόσμο, αποτέλεσε χρήσιμο εργαλείο για τα πανεπιστήμια της Αμερικής, δίνοντάς τους την δυνατότητα να μοιράζονται πληροφορίες και δεδομένα. Η πρώτη προσπάθεια, να στείλουν το μήνυμα “LOGIN” από έναν υπολογιστή σε έναν άλλον, ήταν αποτυχημένη, καθώς κατάφεραν να στείλουν μόνο τα 2 πρώτα γράμματα «LO» της λέξης και στη συνέχεια οι υπολογιστές κράσαν.
- Το 1972 πάλι με την χρήση του A.R.P.A.N.E.T. δημιουργήθηκε ακόμα μία τεχνολογία, που χρησιμοποιούμε ακόμα και σήμερα, το email.
- Το 1997 το sixdegrees, αποτέλεσε την αρχή των κοινωνικών ιστοσελίδων, παρέχοντας στους χρήστες την δυνατότητα δημιουργίας δημόσιου προφίλ, αποστολής μηνυμάτων σε φίλους και την αναζήτηση ατόμων με κοινά ενδιαφέροντα.
- Το 1999 εμφανίζονται τα ιστολόγια, γνωστά ως blogs, από την LiveJournal, μέσω των οποίων οι χρήστες κρατούσαν ενήμερους τους διαδικτυακούς τους φίλους για όσα

συνέβαιναν στη ζωή τους, υπηρεσία που χρησιμοποιήθηκε και αργότερα από το Facebook.

- Το 2002 το Friendster , πλατφόρμα μέσω κοινωνικής δικτύωσης , χρησιμοποιήθηκε κυρίως για να βοηθήσει τους χρήστες να δημιουργήσουν κοινούς φίλους
- Το 2003 το LinkedIn, ιστόχωρος επαγγελματικής δικτύωσης, που δίνει την δυνατότητα στους χρήστες να δημιουργήσουν το επαγγελματικό τους προφίλ, να συνδεθούν με άλλους χρήστες, να αναζητούν εργασία ή για τις επιχειρήσεις για την ανεύρεση των υποψήφιων υπαλλήλων.
- Το 2004 πραγματοποιείται η εκκίνηση του Gmail και το 2005 τα Maps και Earth ξεκινούν την οργάνωση πληροφοριών του πραγματικού κόσμου.
- Το 2004 ίδρυση του Facebook, μια εφαρμογή αρχικά για τους φοιτητές του Χάρβαρντ και στη συνέχεια προσβάσιμη παγκοσμίως.
- Το 2005 δημιουργία του YouTube, ιστότοπος που επιτρέπει την αναπαραγωγή, κοινοποίηση , αναζήτηση ψηφιακών βίντεο.
- Το 2006 ίδρυση του Twitter, ιστόχωρος κοινωνικής δικτύωσης που επιτρέπει στους χρήστες να διαβάζουν και να κοινοποιούν σύντομα μηνύματα.
- Το 2009, η ίδρυση του Whatsapp, εφαρμογή άμεσης ανταλλαγής μηνυμάτων, φωτογραφιών, βίντεο και δυνατότητα κλήσεων και βιντεοκλήσεων.
- Το 2010 η ίδρυση του Instagram, εφαρμογή κοινωνικής δικτύωσης που δίνει την δυνατότητα στους χρήστες να κοινοποιούν φωτογραφίες-βίντεο, να αλληλεπιδρούν μεταξύ τους είτε με σχόλια είτε δηλώνοντας ότι τους αρέσει μια δημοσίευση.
- Το 2011 δημιουργία του Snapchat, εφαρμογή που δίνει την δυνατότητα στους χρήστες να στέλνουν φωτογραφίες & βίντεο , τα οποία μπορούν να προβληθούν για σύντομο χρονικό διάστημα και στη συνέχεια εξαφανίζονται.
- Το 2017 ίδρυση του TikTok, πλατφόρμα που επιτρέπει στους χρήστες να κοινοποιούν βίντεο σύντομης χρονικής διάρκειας και τους δίνει την δυνατότητα να αλληλεπιδρούν μεταξύ τους.

### 1.3 Δημοφιλέστερα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην Ελλάδα

Είναι γνωστό ότι τα social media έχουν εισβάλλει στη ζωή μας και ειδικά την τελευταία δεκαετία αποτελούν το κυρίαρχο μέσο επικοινωνίας και ενημέρωσης.

Η ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας έχει οδηγήσει στην ύπαρξη πολλών μέσων κοινωνικών δικτύωσης, που ολοένα και αυξάνονται.

Παρουσιάζει, λοιπόν, αρκετό ενδιαφέρον να εστιάσουμε στις δημοφιλέστερες πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιούμε στην Ελλάδα . Σύμφωνα με έρευνα της Focus Bari (2022) Social Media χρησιμοποιούν σχεδόν 9 στους 10 Έλληνες , συγκεκριμένα το 87% του πληθυσμού(FocusBari, Focus on tech life,2022), οι δημοφιλέστερες πλατφόρμες κατά σειρά για το 2020 ήταν το Facebook, το Instagram , Youtube και το TikTok.

Από άλλη έρευνα της Humble (2022), που πραγματοποιήθηκε στην Ελλάδα για το 2022 με δείγμα μεγαλύτερο των 4.000 ατόμων, διαπιστώθηκε πως οι δημοφιλέστερες πλατφόρμες είναι σε σειρά το Instagram, ακολουθεί το TikTok, τρίτο στη σειρά είναι το Youtube και στη συνέχεια το Facebook.

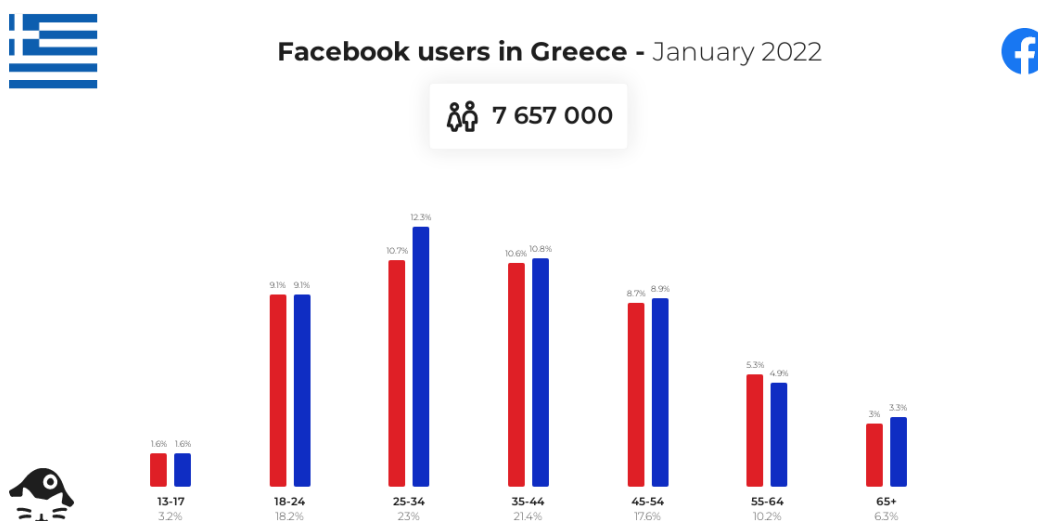
Σύμφωνα με την ίδια έρευνα της Humble, οι νέοι προτιμούν το Instagram και το TikTok, ενώ οι άνω των 35 χρησιμοποιούν κυρίως το Facebook και το Instagram.

Παρακάτω περιγράφονται αναλυτικότερα οι λειτουργίες των δημοφιλέστερων μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

#### 1.4 Κυριότερα social media

##### Facebook

Η πλατφόρμα που έχει τους περισσότερους χρήστες στην Ελλάδα είναι το Facebook, με 7.677.000 προφίλ το 69.6% του πληθυσμού (NapoleonCat.com)



Το Facebook αποτελεί χώρο κοινωνικής δικτύωσης που επιτρέπει σε άτομα άνω των 13 ετών την δημιουργία προσωπικού λογαριασμού καταχωρώντας τα προσωπικά τους στοιχεία, αναζήτηση άλλων μελών και την δυνατότητα να προσκαλέσουν και να αποδεχθούν ή αρνηθούν την διαδικτυακή φιλία τους.

Τα μέλη έχουν την δυνατότητα να αλληλεπιδρούν μεταξύ τους μέσω σχολίων και αντιδράσεων στις δημοσιεύσεις, να δημοσιεύουν φωτογραφίες βίντεο, μουσική και οτιδήποτε άλλο χωρίς περιορισμό(Ellison, Steinfield & Lampe, 2008).

Το Facebook παρέχει στα μέλη του και άλλες υπηρεσίες, με κυριότερες ,τα διαδικτυακά παιχνίδια, την αγορά και πώληση αντικειμένων από το Marketplace, υπηρεσίες προσομοίωσης της πραγματικότητας και τέλος την δημιουργία σελίδων για επιχειρήσεις και διαφήμισή τους.

##### YouTube

Το αμέσως επόμενο δημοφιλέστερο μέσο κοινωνική δικτύωσης είναι το Youtube με περίπου 7.100.000 χρήστες( Statista, 2021).

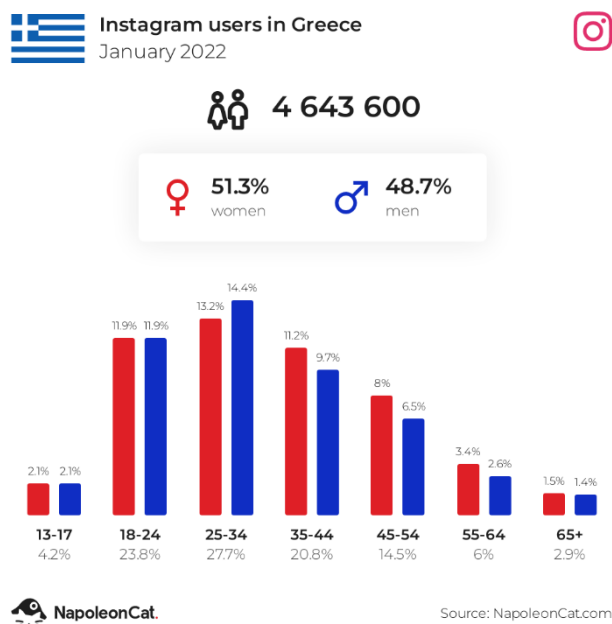
Το Youtube επιτρέπει την κοινοποίηση , αναζήτηση και αναπαραγωγή ψηφιακών βίντεο(Cayari,2011).

Τα εγγεγραμμένα μέλη είναι εκείνα που έχουν την δυνατότητα να κοινοποιούν βίντεο που συμμορφώνεται με τους κανόνες που θέτει το Youtube , να σχολιάζουν τα αναρτημένα βίντεο και να δηλώνουν αν κάποιος βίντεο τους αρέσει, ενώ η προβολή των βίντεο επιτρέπεται σε όλους είτε είναι εγγεγραμμένοι είτε όχι. Σε κάθε αναρτημένο βίντεο οι χρήστες βλέπουν τον αριθμό προβολών και αν το συγκεκριμένο βίντεο έχει μεγάλη απήχηση στο κοινό.

Το Youtube παρέχει και άλλες υπηρεσίες, όπως ζωντανές μεταδόσεις , κοινοποίηση σύντομων βίντεο με διάρκεια ως ένα λεπτό και την υπηρεσία ροής μουσικής που επιτρέπει στους χρήστες να έχουν πρόσβαση σε τραγούδια και μουσικά βίντεο με βάση το είδος μουσικής, λίστες αναπαραγωγής και προτάσεις ξεχωριστές για κάθε χρήστη.

## Instagram

Το Instagram με 4.643.600 χρήστες στην Ελλάδα για το 2022 αποτελεί μια από τις δημοφιλέστερες υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης.



Το Instagram επιτρέπει στους χρήστες να δημιουργούν το προσωπικό τους προφίλ εμπλουτίζοντας το με μια φωτογραφία προφίλ, ένα σύντομο βιογραφικό και έναν σύνδεσμο. Στο Instagram ο κάθε χρήστης έχει την δυνατότητα να ακολουθεί άτομα που επιθυμεί , ώστε να μπορεί να βλέπει τις δημοσιεύσεις τους και να επιτρέπει σε άλλους χρήστες να τον ακολουθούν(Baker & Walsh,2018).

Το Instagram έγινε ευρέως γνωστό χάρη στα φίλτρα φωτογραφιών και βίντεο που διαθέτει.



Ο κάθε χρήστης μπορεί να χρησιμοποιήσει τη λειτουργία της κάμερας καθώς και τα διάφορα φίλτρα και να δημοσιεύσει τις φωτογραφίες και τα βίντεο που επιθυμεί. Τέλος, οι χρήστες μπορούν να αλληλεπιδρούν μεταξύ τους με σχόλια και likes, αλλά και να ανταλλάζουν προσωπικά μηνύματα ,κλήσεις και βιντεοκλήσεις.

### TikTok

Η εφαρμογή που διατηρεί σταθερά τη θέση του στη λίστα με τις περισσότερες λήψεις παγκοσμίως. Από το 2017 και μετά η δυναμική του ολοένα και αυξάνεται(Statista,2020) Οι χρήστες για να έχουν πρόσβαση πρέπει να εγγραφούν και να έχουν το δικό τους προφίλ. Η κύρια λειτουργία του TikTok είναι η δημιουργία σύντομων βίντεο τα οποία οι χρήστες μπορούν να κοινοποιούν και να προβάλλονται από την υπόλοιπη κοινότητα της εφαρμογής. Οι χρήστες έχουν την δυνατότητα στα βίντεο που δημοσιεύουν να αλληλεπιδρούν μεταξύ τους με σχόλια και likes,να ακολουθούν ο ένας τον άλλον και να ανταλλάζουν προσωπικά μηνύματα. Σημαντική υπηρεσία που παρέχεται στους χρήστες είναι οι στατιστικές αναλύσεις από τις οποίες οι χρήστες μπορούν να δουν πόσες φορές προβλήθηκε το βίντεό τους, την συνολική διάρκεια προβολής, τον αριθμό των κοινοποιήσεων, τον αριθμό των likes, από ποιες χώρες προέρχονται οι προβολές και τα αντίστοιχα ποσοστά.

### Viber/Whatsapp/Messenger

Οι δημοφιλέστερες εφαρμογές για κλήσεις, βιντεοκλήσεις και αποστολή μηνυμάτων ή ηχητικών μηνυμάτων. Χαρακτηριστικό των Viber και Whatsapp είναι η λειτουργία τους με τον αριθμό τηλεφώνου. Οι χρήστες προκειμένου να επικοινωνούν μεταξύ τους πρέπει να έχουν εγκαταστήσει και οι δυο την αντίστοιχη εφαρμογή.

Τα κύρια πλεονεκτήματα και των δυο εφαρμογών είναι η δωρεάν επικοινωνία μεταξύ των χρηστών, με την προϋπόθεση ότι είναι έχουν πρόσβαση στο ίντερνετ και η ασφάλεια που παρέχουν λόγω της κρυπτογράφησης των συνομιλιών.

Το Messenger αρχικά ήταν υπηρεσία ανταλλαγής μηνυμάτων και κλήσεων/βιντεοκλήσεων για τα άτομα που είχαν λογαριασμό στο Facebook. Τα τελευταία χρόνια δεν απαιτείται η δημιουργία λογαριασμού στο Facebook, αλλά αποτελεί ανεξάρτητη εφαρμογή που λειτουργεί με εγγραφή με τον αριθμό τηλεφώνου του χρήστη. Οι υπηρεσίες του Messenger είναι παρόμοιες με αυτές που προσφέρουν οι Viber, Whatsapp, δηλαδή δυνατότητα επικοινωνίας ανάμεσα στους χρήστες, δωρεάν κλήσεις και βιντεοκλήσεις.

## 1.5 Λόγοι χρήσης των social media

Η δύναμη των social media καθημερινά αυξάνει, μαζί με τον αριθμό των χρηστών που τα χρησιμοποιούν καθημερινά. Ο καθένας χρησιμοποιεί τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για δικούς του λόγους. Η κοινωνική αλληλεπίδραση, η ψυχαγωγία, η ενημέρωση και η προσωπική ταυτότητα είναι οι τέσσερις λόγοι που χρησιμοποιούνται τα social media σύμφωνα με τον McQuail (McQuail,1994). Σε άλλη έρευνα αποδείχθηκε ότι τα social media χρησιμοποιούνται για την δημιουργία νέων φίλων, για την επικοινωνία και την αναδιαμόρφωση της φιλίας των χρηστών ( Di Gennaro& Dutton,2007). Οι χρήστες των social έχουν επίσης την ανάγκη να ανήκουν σε μία ομάδα, αλλά και να αυτοπαρουσιάζονται( Nadkami& Hoffmann,2012).

Από την άλλη, οι επιχειρήσεις έχουν σημαντικούς λόγους να χρησιμοποιούν τα social media, αφού εύκολα και με μικρή οικονομική επιβάρυνση διαφημίζουν τα προϊόντα τους σε ένα πολύ μεγάλο κοινό ( Subramanian,2017).

Τα social χρησιμοποιούνται και σε τομείς της εκπαίδευσης. Μέσα από ηλεκτρονικές πλατφόρμες μάθησης , ο καθένας έχει πρόσβαση σε εκπαιδευτικό υλικό, οι καθηγητές μπορούν να μοιράζονται το υλικό που επιθυμούν με τους μαθητές τους, δίνεται η δυνατότητα για εξ αποστάσεως διδασκαλία με χρήση διάφορων ψηφιακών εργαλείων και ενισχύεται η επικοινωνία μεταξύ εκπαιδευτικών-εκπαιδευόμενων (Κασκαντάμη& Καλογερόπουλος,2010).

Σύμφωνα με έρευνα της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής που πραγματοποιήθηκε το 2018 προέκυψε ότι το 75.3% των χρηστών του διαδικτύου χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για αποστολή ή λήψη ηλεκτρονικών μηνυμάτων, το 73.4% για συμμετοχή σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης( facebook, Instagram, twitter ,κ.λπ.) , το 72% για μουσική (Youtube,web ραδιόφωνο,μουσική συνεχούς ροής) και το 61.1% για πραγματοποίηση κλήσεων/βιντεοκλήσεων (Viber,Whatsapp,Skype, κ.λπ.).

## Κεφάλαιο 2

### 2.1 Έφηβοι

Η εφηβεία ορίζεται ως η περίοδος μετάβασης από την παιδική στην ώριμη ηλικία, ξεκινά με την εμφάνιση της ήβης και τελειώνει με την σωματική και πνευματική ωρίμανση του ατόμου. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας(WHO), ηλικιακά η εφηβεία καλύπτει την περίοδο ζωής ενός ατόμου από τα 11 έως τα 19 χρόνια και χωρίζεται σε 3 περιόδους: την πρώιμη εφηβεία 11 έως 14 ετών, την μέση εφηβεία από 15 έως 17 ετών και την όψιμη εφηβεία από 17 έως 19 ετών.

Στη μεταβατική αυτή περίοδο ο έφηβος αναπτύσσει κοινωνικές και φιλικές σχέσεις οι οποίες ενισχύουν την προσπάθειά του για ανεξαρτησία και απομάκρυνση από τους γονείς, ενισχύεται η αυτοεκτίμησή του και δημιουργεί νέα πρότυπα συμπεριφοράς

(Μανωλόπουλος,1987). Από πνευματική άποψη έχουμε την εμφάνιση της τυπικής λογικής και της αφηρημένης σκέψης(Piaget,1974).Στο συναισθηματικό τομέα η περίοδος αυτή χαρακτηρίζεται από μεγάλη ένταση και συνεχείς αλλαγές στην ψυχική διάθεση του εφήβου(Μακρη-Μπότσαρη,2008).

Θεμελιώδες έργο της εφηβείας αποτελεί η συγκρότηση της ταυτότητας του εφήβου, ενώ παράλληλα καθοριστικός παράγοντας στη διαμόρφωσή της αποτελεί το κοινωνικό πλαίσιο στο οποίο βρίσκεται. (Erikson, 1968). Οι νέοι που δέχονται θετική ενίσχυση από το περιβάλλον, σύμφωνα με τον Erikson, θα αναδυθούν από το στάδιο της εφηβείας με ισχυρή εμπιστοσύνη στις ικανότητές τους και δυνατή αίσθηση της ταυτότητάς τους, ενώ τα παιδιά που δεν δέχονται την κατάλληλη υποστήριξη θα νιώθουν μεγαλύτερη ανασφάλεια για τον εαυτό τους.

Ο έφηβος προσπαθεί να αυτονομηθεί σε όλους τους τομείς και επιζητά την αποδοχή από τους συνομηλίκους του(Μακρή-Μπότσαρη,2008).

Πιο συγκεκριμένα σύμφωνα με την θεωρία του Elkind , «ο έφηβος ενδιαφέρεται τόσο πολύ για τις αντιδράσεις των συνομηλίκων του, ώστε να προβαίνει σε ενέργειες που είναι αντίθετες με τη μέχρι τότε ανατροφή του, προκειμένου να συμμορφωθεί με τις απαιτήσεις της ομάδας (φανταστικό ακροατήριο)»(Γαλανάκη,2003, σελ. 15).

Επίσης, «ο έφηβος πιστεύει ότι είναι τόσο σημαντικό πρόσωπο, ώστε να τον προσέχουν διαρκώς οι άλλοι, άρα, φθάνει να θεωρεί τον εαυτό του και τα συναισθήματά του, ως κάτι μοναδικό και ξεχωριστό (προσωπικός μύθος)» (Γαλανάκη, 2003, σελ. 15).

Ο συνδυασμός των παραπάνω θεωριών μας δίνει μια πλήρη εικόνα για τις ψυχογονικές διεργασίες που πραγματοποιούνται κατά την διάρκεια της εφηβείας.

## 2.2 Έφηβοι και social media

Με έμφαση στην ισχυρή επιθυμία για σύνδεση με συνομηλίκους, οι έφηβοι χρησιμοποιούν τα social media πιο συχνά από οποιαδήποτε άλλη ηλικιακή ομάδα(Belenioti, 2015).

Σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα, οι νέοι χρησιμοποιούν τα social media για αρκετούς λόγους, όπως για διασκέδαση, για την διαμόρφωση της προσωπικής τους ταυτότητας, για την κοινωνικοποίηση και την διατήρηση των κοινωνικών τους σχέσεων (Ifinedo, 2016). Τα social media παρέχουν την δυνατότητα σύνδεσης και επανασύνδεσης με άλλα άτομα , ξεπερνώντας εμπόδια όπως η απόσταση και ο χρόνος(Hall, Kearney, & Xing, 2018).

Από την έρευνα που πραγματοποίησε το Ελληνικό κέντρο Ασφαλούς Διαδικτύου ITE το 2019, διαπιστώθηκε πως το 94% των παιδιών Γυμνασίου/Λυκείου διαθέτουν προσωπικό λογαριασμό σε κάποιο κοινωνικό δίκτυο, το 24% των μαθητών αυτών αποδέχεται αιτήματα φιλίας από αγνώστους και το 34% έχει συναντηθεί με κάποιον που γνώρισε στο Διαδίκτυο.

Οι έφηβοι αφιερώνουν περισσότερο χρόνο από ποτέ στα social media, γεγονός που ενισχύει το κοινωνικό δίλλημα για τον αν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν θετική ή αρνητική επίδραση στους εφήβους.

## 2.3 Θετικά αποτελέσματα χρήσης των social media

Η χρήση των social media προσφέρει πολλά οφέλη. Αναλυτικότερα, οι χρήστες έχουν την δυνατότητα να δημιουργούν και να διατηρούν κοινωνικές σχέσεις με μεγάλο αριθμό ατόμων(Reich, 2012) , ανεξάρτητα από την απόσταση που έχουν μεταξύ τους ,καθώς και να

επιλέγουν ανάμεσα από μεγάλο πλήθος κοινωνικών ομάδων , αυτήν που τους ταιριάζει και εκφράζει περισσότερο. Έτσι , έρχονται σε επαφή με άτομα από διαφορετικούς πολιτισμούς, διευρύνουν τις γνώσεις και αναπτύσσουν τον πνευματικό τους ορίζοντα. Οι νέοι μπορούν να αξιοποιήσουν τις ευκαιρίες που προσφέρουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για την ελεύθερη έκφραση των ιδεών τους και ενίσχυση της δημιουργικότητάς τους(Boyd,2008), αλλά και για εκπαιδευτικούς σκοπούς(Ito, 2009).

Η online επικοινωνία μεταξύ των εφήβων μπορεί να ενισχύσει την εξωστρέφεια και την αίσθηση ότι "ανήκουν" κάπου και να υποστηρίξει την προσπάθεια των εφήβων για την διαμόρφωση της ταυτότητάς τους (Davis, 2012).

Οι έφηβοι που χρησιμοποιούν τα social media αναφέρουν ότι χάρη σε αυτά αισθάνονται πιο κοντά στους φίλους τους (78%), είναι περισσότερο ενημερωμένοι (49%) και ότι επικοινωνούν με μέλη της οικογένειάς τους (42%) (AP-NORC, 2017a).

## 2.4 Αρνητικά αποτελέσματα της χρήσης των social media

Παρόλου που τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν ένα χρήσιμο εργαλείο, η υπερβολική χρήση τους συνεπάγεται ένα σημαντικό αριθμό αρνητικών επιπτώσεων (Odaci& Celik, 2013).

Όλα όσα συμβαίνουν στο διαδίκτυο εντάσσονται σε ένα πλαίσιο το οποίο θεωρείται μη ελεγχόμενο για τους ενήλικες (Boyd, 2008), πόσο μάλλον για τους εφήβους.

Έχει διαπιστωθεί ότι τα social media επηρεάζουν αρνητικά την αυτοεκτίμηση των εφήβων, την διάθεσή τους, την εικόνα που έχουν για το σώμα τους και αυξάνουν το άγχος ( Hamilton,2020 Jiang & Ngien,2020).

Η υπερβολική έκθεση των ατόμων σε μη ρεαλιστικές εικόνες και πρότυπα ομορφιάς-εξωτερικής εμφάνισης δημιουργούν το αίσθημα της ζήλιας/σύγκρισης και λανθασμένης αντίληψης σχετικά με τις ζωές άλλων ανθρώπων. Τα κορίτσια είναι αυτά που επηρεάζονται περισσότερο, δημιουργούν στο μυαλό τους την εικόνα του "ιδανικού" σώματος, βιώνουν δυσαρέσκεια για το σώμα τους, υιοθετούν μη υγιείς διατροφικές συνήθειες, με σκοπό την απώλεια βάρους (Meier & Gray, 2014).

### 2.4.1 Σύνδρομο FOMO

Το σύνδρομο FOMO (Fear of Missing Out), δηλαδή ο φόβος απουσίας, είναι μια μορφή κοινωνικού άγχους, το άτομο συνεχώς ανησυχεί ότι θα χάσει κάποιο σημαντικό γεγονός και θα μείνει εκτός από όσα συμβαίνουν γύρω του. Το αίσθημα αυτό πυροδοτείται και ενισχύεται από την χρήση των social media( Dossey,2014). Ο φόβος του αποκλεισμού και της απουσίας αποτελεί αιτία της υψηλής χρήσης των social media. Το φαινόμενο αυτό εμφανίζεται συχνότερα σε νέα άτομα και συνδέεται με αισθήματα λύπης και δυστυχίας, τα οποία ωθούν το άτομο σε ακόμα μεγαλύτερη χρήση των social. Η αυξανόμενη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης οδηγεί σε μεγαλύτερα ποσοστά άγχους, το άτομο προτιμά την online επικοινωνία, νιώθει περισσότερο απομονωμένος και μπαίνει σε έναν φαύλο κύκλο που επαναλαμβάνεται ( Dossey, 2014). Πέρα από την κατάχρηση των social media, τα άτομα που έχουν αυξημένο το αίσθημα του φόβου απουσίας μπορεί να οδηγηθούν να βιώνουν αρνητικά συναισθήματα και κατάθλιψη(Baker,2016).

#### 2.4.2 Εθισμός στο διαδίκτυο

Η υπερβολική χρήση των social media μπορεί να οδηγήσει σε αυτό που είναι ευρύτερα γνωστό με τον όρο “εθισμός στο Διαδίκτυο”.

Η εξάρτηση από την χρήση του Διαδικτύου διαπιστώνεται όταν το άτομο ανησυχεί για το ίντερνετ και έχει την ανάγκη να το χρησιμοποιεί ολοένα και περισσότερο, αισθάνεται απορροφημένο και δεν μπορεί να σταματήσει ή να περιορίσει τη χρήση του. Επιπλέον, το άτομο παραμένει συνδεδεμένο για περισσότερο χρόνο από όσο αρχικά σκόπευε, θέτει σε κίνδυνο να χάσει ή έχει χάσει σημαντικές εργασίες εξαιτίας του Ίντερνετ, λέει ψέματα σε μέλη της οικογένειάς του για να κρύψει την έκταση της χρήσης που κάνει και τέλος, χρησιμοποιεί το Διαδίκτυο ως ένα τρόπο απόδρασης από τα προβλήματα ή για να ανακουφίσει την δυσφορία του( αισθήματα ενοχής, άγχος, κατάθλιψη, μελαγχολία) ( Young,1998 & Beard,2005). Τα άτομα που παρουσιάζουν εξάρτηση από το διαδίκτυο, αφιερώνουν 40 έως 80 ώρες την εβδομάδα (Young, 2009).

Η εξάρτηση από το Διαδίκτυο και τις εφαρμογές του είναι το αποτέλεσμα της παθολογικής και επαναλαμβανόμενης χρήσης του , η οποία προκαλεί αλλαγές στη διάθεση, εθισμό σε ουσίες, απώσωση και συγκρούσεις( Griffith,1998). Συγχρόνως Παρουσιάζεται μειωμένη λειτουργικότητα του ατόμου στον ακαδημαϊκό , κοινωνικό, εργασιακό και οικογενειακό περιβάλλον ( Tomer, 2001).

Στην Ελλάδα, σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε από τη Μονάδα Εφηβικής Υγείας, της Β΄ Παιδιατρικής Κλινικής του Πανεπιστημίου Αθηνών διαπιστώθηκε ότι οι έφηβοι παρουσιάζουν συχνά σχετικά με την κατάχρηση του διαδικτύου, δηλαδή βρίσκονται σε μια κατάσταση πριν από τον εθισμό. Πιο συγκεκριμένα το 26% χρησιμοποιεί καθημερινά το διαδίκτυο, το 1% παρουσιάζει συμπτώματα εθισμού και το 8% χρησιμοποιεί το διαδίκτυο 20 ώρες την εβδομάδα. Παρατηρήθηκε επίσης ότι η χρήση του διαδικτύου για περισσότερες από 10 ώρες την εβδομάδα ενισχύει την πιθανότητα υπερβολικής χρήσης.

#### 2.4.3 Ηλεκτρονικός εκφοβισμός

Ο ηλεκτρονικός εκφοβισμός γνωστός και ως cyberbullying, αποτελεί τη νεότερη και πιο σύγχρονη μορφή σχολικού εκφοβισμού. Τα τελευταία χρόνια, η τεχνολογία παρέχει στα παιδιά και στους νέους ένα καινούριο μέσο πληροφόρησης , ενημέρωσης, εκπαίδευσης αλλά και ένα νέο μέσο εκφοβισμού. Με την χρήση της τεχνολογίας επιτρέπεται στους εκφοβιστές να παρενοχλούν τα θύματά τους μέσω των διάφορων μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Χαρακτηριστικά παραδείγματα ηλεκτρονικού εκφοβισμού αποτελούν η αποστολή υβριστικών ή απειλητικών μηνυμάτων, φωτογραφίες και βίντεο με χυδαίο περιεχόμενο, η τοποθέτηση και ο διαμοιρασμός ευαίσθητων και προσωπικών πληροφοριών που αφορούν άλλα άτομα.

Κοινό χαρακτηριστικό όλων των παραπάνω εκδηλώσεων είναι το προσβλητικό και απειλητικό περιεχόμενό τους με σκοπό την ταπείνωση και την απειλή του παιδιού (Πρεκατέ, 2008).

Η ανωνυμία και η δυνατότητα που παρέχεται στους χρήστες του διαδικτύου να αποκρύψουν τις πραγματικές τους ταυτότητες αποτελεί παράγοντα για την αύξηση περιστατικών ηλεκτρονικού εκφοβισμού( Smith,2006).

Ο ηλεκτρονικός εκφοβισμός έχει σκοπό να προκαλέσει ντροπή, ανασφάλεια, άγχος, νευρικότητα, και γενικά αρνητικά συναισθήματα.

## 2.5 Ο ρόλος της οικογένειας

Ο ρόλος της οικογένειας είναι καθοριστικός για την προστασία του εφήβου από τους κινδύνους των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Έχει αποδειχθεί ότι οι έφηβοι επηρεάζονται σημαντικά από τον τρόπο συμπεριφοράς των ενηλίκων όσον αφορά τη χρήση του διαδικτύου και γενικότερα της τεχνολογίας ( Lerner & Steinberg, 2009). Ακόμη, ο χρόνος που αφιερώνουν οι γονείς στο διαδίκτυο και οι γνώσεις τους σχετικά με αυτό είναι παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη του εθισμού του εφήβου στο διαδίκτυο ( Siomos, 2012).

Οι γονείς οφείλουν να παρακολουθούν την δραστηριότητα των νέων στο διαδίκτυο, να τους ενημερώνουν για τους κινδύνους που εγκυμονεί η χρήση του αλλά και να τους προτείνουν τρόπους με τους οποίους μπορούν να προστατευτούν και να περιηγηθούν με ασφάλεια ( Nikken & De Haan, 2015).

Από έρευνα που πραγματοποιήθηκε από το Ελληνικό Κέντρο Ασφαλούς Διαδικτύου του ΙΤΕ το 2019, διαπιστώθηκε πως υπάρχει ανάγκη για περισσότερη επίβλεψη των παιδιών από τους γονείς, ώστε οι ανήλικες χρήστες να είναι περισσότερο προστατευμένοι. Αναλυτικότερα, σύμφωνα με την έρευνα το 40% των μαθητών Γυμνασίου και Λυκείου δεν συζητά με τους γονείς του θέματα που αφορούν την ασφαλή χρήση του διαδικτύου και το 60% της ίδιας ηλικιακής ομάδας δεν έχει δεχθεί όρια από τους γονείς είτε αυτά είναι χρονικά είτε αφορά το περιεχόμενο στο οποίο οι μαθητές επιτρέπεται να έχουν πρόσβαση.

## Κεφάλαιο 3

### 3. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

#### 3.1 Εισαγωγή

Κατά την παρούσα ερευνητική προσπάθεια, επιχειρήθηκε να διερευνηθούν οι επιδράσεις των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην ζωή των εφήβων. Για την εκπλήρωση αυτού του σκοπού μοιράστηκαν ερωτηματολόγια σε μαθητές Γυμνασίου και Λυκείου που φοιτούν σε ελληνικά σχολεία, από τα οποία θα εξαχθούν συμπεράσματα για την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από τους έφηβους και τον βαθμό επίδρασής τους .

#### 3.2 Μεθοδολογία έρευνας

Στην παρούσα έρευνα, επιλέχθηκε η εφαρμογή ποσοτικής έρευνας ,καθώς αυτό που διερευνάται είναι η σχέση-επίδραση των εφήβων από τα social media βάσει συγκεκριμένων

κριτηρίων και δεν επικεντρωνόμαστε σε περιγραφική έρευνα για την οποία θα ήταν απαραίτητα ποιοτικά εργαλεία μέτρησης.

### 3.3 Αναγκαιότητα και σκοπός της έρευνας

Η σημαντικότητα της παρούσας έρευνας βασίζεται στο γεγονός ότι δεν έχουν πραγματοποιηθεί πολλές έρευνες με αντίστοιχο θέμα που να φορά τους Έλληνες εφήβους. Από τις απαντήσεις των εφήβων στα ερωτηματολόγια θα διερευνηθεί η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από τους εφήβους, η επιρροή που δέχονται από αυτά και η ύπαρξη ελέγχου και προστασίας από τους γονείς. Η καταγραφή των αποτελεσμάτων και η ανάλυσή τους μπορεί να αποτελέσει χρήσιμο εργαλείο για μελλοντικές μελέτες.

### 3.4 Στόχοι έρευνας

Αρχικός στόχος της έρευνας αποτελεί η θεωρητική μελέτη και ανάλυση της έννοιας των social media και οι εφαρμογές της καθώς και η έννοια της εφηβείας, ενώ ερευνητικοί στόχοι αποτελούν οι επιδράσεις των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στις ζωές των εφήβων και η χρήση τους από αυτούς.

### 3.5 Άξονες έρευνας

Στην έρευνα αυτή διερευνάται η επίδραση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στους παρακάτω 5 παράγοντες που αφορούν τους εφήβους:

- i. Social media και εθισμός εφήβων
- ii. Social media και κοινωνική απομόνωση εφήβων
- iii. Social media και αυτοπεποίθηση εφήβων
- iv. Social media και διαδικτυακός εκφοβισμός/ασφάλεια εφήβων
- v. Social media και έλεγχος/τήρηση κανόνων

### 3.6 Ερευνητικό εργαλείο

Για την διενέργεια της έρευνας έχει δημιουργηθεί ένα διαδικτυακό ερωτηματολόγιο μέσω της πλατφόρμας Google Forms, το οποίο περιλαμβάνει ερωτήσεις για την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, την συμπεριφορά των εφήβων και ερωτήσεις για τον προσδιορισμό των δημογραφικών στοιχείων του δείγματος.

Αποτελείται από 40 ερωτήσεις, οι 3 τελευταίες αποτελούν τα βιογραφικά στοιχεία και για τις υπόλοιπες έχουν χρησιμοποιηθεί διχοτομικές κλίμακες, κλίμακες πολλαπλής επιλογής, κλίμακες απλής επιλογής και κλίμακες Likert με 5 τιμές απαντήσεων που κυμαίνονται από το «καθόλου» μέχρι το «πάρα πολύ» για να καταγραφεί ο βαθμός συμφωνίας σε κάθε πρόταση.

Οι 37 αυτές ερωτήσεις χωρίζονται σε 6 κατηγορίες:

- 1<sup>η</sup> κατηγορία 1-6: ερωτήσεις που αφορούν τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από τους εφήβους
- 2<sup>η</sup> κατηγορία 7-16: ερωτήσεις που αφορούν τον εθισμό των εφήβων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης
- 3<sup>η</sup> κατηγορία 17-18: ερωτήσεις που αφορούν την κοινωνική απομόνωση
- 4<sup>η</sup> κατηγορία 9-27: ερωτήσεις που αφορούν την αυτοπεποίθηση εφήβων
- 5<sup>η</sup> κατηγορία 28-33: ερωτήσεις που αφορούν τον διαδικτυακό εκφοβισμό/ασφάλεια
- 6<sup>η</sup> κατηγορία 34-37: ερωτήσεις που αφορούν τα όρια/επίβλεψη από τους γονείς

Το ερωτηματολόγιο έχει κοινοποιηθεί σε μαθητές από την 24<sup>η</sup> Δεκεμβρίου και η συλλογή των δεδομένων συνεχίζεται ακόμα.



## Βιβλιογραφικές αναφορές

### Ξένη βιβλιογραφία

- AP-NORC (2017a) American teens are taking breaks from social media; some step back deliberately, but other breaks are involuntary. Ανακτήθηκε από: [http://www.apnorc.org/PDFs/Teen%20Taking%20Breaks/APNORC\\_Teens\\_SocialMedia\\_Breaks\\_2017\\_FINAL.pdf](http://www.apnorc.org/PDFs/Teen%20Taking%20Breaks/APNORC_Teens_SocialMedia_Breaks_2017_FINAL.pdf)
- Baker, S.A. & Walsh, M.J. (2018). 'Good Morning Fitfam': Top posts, hashtags and gender display on Instagram. *New Media and Society*, 20(12), 4553-4570. Ανακτήθηκε από: <http://dx.doi.org/10.1177/1461444818777514>
- Baker, Z., Krieger, H. and LeRoy, A., 2016. Fear of missing out: Relationships with depression, mindfulness, and physical symptoms. *Translational Issues in Psychological Science*, 2(3), pp.275-282.
- Beard, K. W. (2005). Internet Addiction: A Review of Current Assessment Techniques and Potential Assessment Questions. *Cyber Psychology & Behavior*, 8, 7-14.  
Ανακτήθηκε από: <http://dx.doi.org/10.1089/cpb.2005.8.7>
- Belenioti Z. (2015), A snapshot of Greek Social Media Users
- Boyd, D.M., Ellison, N.B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13(1), 210–230. Ανακτήθηκε από: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Boyd, D. M. (2008). Taken out of context: American teen sociality in networked publics. (Ph.D.). University of California, Berkeley.
- Boyd D. (2008) Why youth (heart) social network sites: the role of networked publics in teenage social life. In: Buckingham D (ed.) *Youth, Identity, and Digital Media*. Cambridge, MA: The MIT Press, pp.119–142.
- Cayari (2011), *The YouTube Effect: How YouTube Has Provided New Ways to Consume, Create, and Share Music*
- Davis, K. (2012). Friendship 2.0: Adolescents' experiences of belonging and self-disclosure online. *Journal of Adolescence*, 35, 1527–1536. Ανακτήθηκε από: doi:10.1016/j.adolescence.2012.02.013
- Di Gennaro, C., & Dutton, W.H. (2007). Reconfiguring Friendships: Social relationships and the Internet. *Information, Communication & Society*, 10(5), 591-618. Ανακτήθηκε από: <https://doi.org/10.1080/13691180701657949>

- Dossey, L., 2014. FOMO, Digital Dementia, and Our Dangerous Experiment. *EXPLORE*, 10(2), pp.69-73.
- Ellison, N., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of facebook "friends": Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4).
- Ellison, N.B., Steinfield, C. & Lampe, C. (2008). The Benefits of Facebook “Friends:” Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication* 12(4), 1143–1168. Ανακτήθηκε από: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>
- Erik H. Erikson - Identity Youth and Crisis 1(1968, W. W. Norton & Company) (1)
- Griffiths, M.D. (1998). Internet addiction: Does it really exist? In J. Gackenbach (Ed.), *Psychology and the Internet: Intrapersonal, Interpersonal and Transpersonal Applications*. pp. 61-75. New York: Academic Press.
- Hall, J. A., Kearney, M. W., & Xing, C. (2018). Two tests of social displacement through social media use. *Information Communication and Society*. Ανακτήθηκε από: doi: 10.1080/1369118X.2018.1430162
- Hamilton, J. L., Nesi, J., & Choukas-Bradley, S. (2020). Teens and social media during the COVID-19 pandemic: Staying socially connected while physically distant.
- Ifinedo, P. (2016). Applying uses and gratifications theory and social influence processes to understand students’ pervasive adoption of social networking sites: Perspectives from the Americas. *International Journal of Information Management*, 36, 192-206.
- Ito M, Baumer S, Bittanti M, et al. (2009) *Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out: Kids Living and Learning with New Media*. Cambridge, MA: The MIT press.
- Jiang S. & Ngien A. (2020), The Effects of Instagram Use, Social Comparison, and Self-Esteem on Social Anxiety: A Survey Study in Singapore
- Lerner, R. & Steinberg, L. (Eds.) (2009) *Handbook of adolescent psychology, volume 1: individual bases of adolescent development*. Hoboken, New Jersey: John Wiley and Sons.
- McQuail, D. (1994), *Mass communication theory: An introduction*. Sage, London, 6<sup>th</sup> Edition.
- Meier E. & Gray J.(2013), Facebook Photo Activity Associated with Body Image Disturbance in Adolescent Girls November 2013 *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 17(4)  
Ανακτήθηκε από: DOI:10.1089/cyber.2013.0305
- Nadkarni, A. & Hoffman, S. G. (2012). Why do people use Facebook? *Personality and Individual Differences*. 52(3), 243-249. Ανακτήθηκε από: <https://doi.org/10.1016/j.paid.2011.11.007>
- Nikken P., De Haan J. (2015). Guiding young children’s Internet use at home. *Journal of psychosocial research on cyberspace*, 9 (1), 1-14.
- Odaci,H.,&Celik,C.(2013).Whoareproblematicinternetusers?Aninvestigationofthecorrelationsbetweenproblematicinternetuseandshyness,loneliness,narcissism, aggression,self-perceptions.*ComputersinHumanBehavior*,29(6),2382-2387.
- Piaget J. (1954), *L’education artistique et la psychologie de l’enfant*, σελ. 22-23

- Reich, S., Schneider, F. M., & Heling, L. (2018). Zero Likes – Symbolic interactions and need satisfaction online. *Computers in Human Behavior* 80, 97–102. Ανακτήθηκε από: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.10.043>
- Reich SM, Subrahmanyam K and Espinoza G (2012) Friending, IMing, and hanging out face-to-face: overlap in adolescents' online and offline social networks. *Developmental Psychology* 48(2): 356–368.
- Siomos, K., Floros, G., Fisoun, V. et al. Evolution of Internet addiction in Greek adolescent students over a two-year period: the impact of parental bonding. *Eur Child Adolesc Psychiatry* 21, 211–219 (2012) Ανακτήθηκε από: <https://doi.org/10.1007/s00787-0120254-0>
- Smith P. ,2006 Cyberbullying: Its nature and impact in secondary school pupils  
May 2008 *Journal of Child Psychology and Psychiatry* 49(4):376-85  
DOI:10.1111/j.1469-7610.2007.01846.x
- Steinfeld, C., Ellison, N. B., & Lampe, C. (2008) Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29, 434-445.
- Subramanian, K . R. (2017). Influence of Social Media in Interpersonal Communication. *International Journal of Scientific Progress and Research (IJSPR)*, 38(109), 70-75. Retrieved from: [https://www.researchgate.net/publication/319422885\\_Influence\\_of\\_Social\\_Media\\_in\\_Interpersonal\\_Communication](https://www.researchgate.net/publication/319422885_Influence_of_Social_Media_in_Interpersonal_Communication)
- Tomer, J.F. (2001). Addictions are not rational: a socio-economic model of addictive behavior. *The Journal of Socio-Economics*, 30(3), 243-261.
- Young, K.S. (1999a). Internet addiction: Symptoms, evaluation, and treatment. In Vande-Creek, L., and Jackson, T. (eds.), *Innovations in Clinical Practice: A Source Book*, 17: 19–31, Ανακτήθηκε από: <http://doi.org/10.1089/cpb.1998.1.25>
- Young, K. (2009). Internet addiction: diagnosis and treatment considerations. *Journal of Contemporary Psychotherapy*, 39(4), 241-246.
- Young, K.S. (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *Cyberpsychology & Behavior*, 1(3), 237-244.
- Young, K. (2009). Internet addiction: diagnosis and treatment considerations. *Journal of Contemporary Psychotherapy*, 39(4), 241-246
- Young, K.S. (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *Cyberpsychology & Behavior*, 1(3), 237-244.

#### Ελληνική βιβλιογραφία

- Γαλανάκη, Ε. (2003). *Θέματα αναπτυξιακής ψυχολογίας, Γνωστική - κοινωνική συναισθηματική ανάπτυξη*. Αθήνα: Ατραπός.
- Κασκαντάμη, Μ. & Καλογερόπουλος, Ν. (2010). *Διαδικτυακή συνεργασία: Επικοινωνούμε – Συζητάμε – Μαθαίνουμε: ένα εκπαιδευτικό κοινωνικό δίκτυο*.

Μανωλόπουλος, Σ. (1987).” Η ψυχοσυναισθηματική ανάπτυξη του εφήβου”, στο Σύγχρονα Θέματα Παιδοψυχιατρικής. Γ. Τσιάντης & Σ. Μανωλόπουλος (Επιμ.). Αθήνα: Καστανιώτης.

Μακρή – Μπότσαρη, Ε.(2008). Σύγχρονα προβλήματα εφηβείας. Παιδαγωγική Επιμόρφωση Εκπαιδευτικών του Ο.Α.ΕΔ. Ανακτήθηκε από:  
[http://repository.edull.gr/edull/bitstream/10795/1090/3/1090\\_01\\_oaed\\_enotita03b\\_v03.pdf/](http://repository.edull.gr/edull/bitstream/10795/1090/3/1090_01_oaed_enotita03b_v03.pdf/)

Πρεκατέ, Β.(2008). Η Κακοποίηση του παιδιού στο Σχολείο & στην Οικογένεια. Αθήνα: ΒΗΤΑ Ιατρικές Εκδόσεις ΜΕΠΕ.

Christakis, N. A. & Fowler, J. H. (2010). Συνδεδεμένοι: Η εκπληκτική δύναμη των κοινωνικών δικτύων και πώς αυτά διαμορφώνουν τη ζωή μας. Αθήνα: Κάτοπτρο

#### Διαδίκτυο

<https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-greece/2022/01/>

<https://www.ot.gr/wp-content/uploads/2022/09/%CE%94%CE%B5%CE%AF%CF%84%CE%B5-%CE%B5%CE%B4%CF%8E-%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%AD%CF%81%CE%B5%CF%85%CE%BD%CE%B1.pdf>

<https://humble.gr/insights/Your-Mom-Is-On-TikTok!.pdf>

<https://saferinternet4kids.gr/nea/apotelesmata-ereynas-19-20/>

<https://www.statista.com/>

## Ερωτηματολόγιο

### A. ΚΥΡΙΟ ΜΕΡΟΣ

1. Χρησιμοποιείς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;
  - Ναι
  - Όχι
2. Πόσα χρόνια ασχολείσαι με social media;
  - λιγότερο από έναν χρόνο
  - 1-2 χρόνια
  - 3-4 χρόνια
  - Περισσότερα από 4 χρόνια
3. Πόσο χρόνο αφιερώνεις καθημερινά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;
  - λιγότερο από μία ώρα
  - 1-2 ώρες
  - 2-4 ώρες
  - περισσότερο από 4 ώρες
4. Χρησιμοποιείς τα social media κυρίως;
  - Στο σπίτι
  - Στη βόλτα
  - Στο σχολείο
5. Ποιοι από τους παρακάτω λόγους σε οδήγησαν να χρησιμοποιείς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;
  - Για να κρατάω επαφή με φίλους και γνωστούς
  - Είναι της μόδας
  - Για να ενημερώνομαι για εκδηλώσεις, πάρτι, κ.λπ.
  - Για να κάνω καινούριους φίλους
  - Για να μάθω περισσότερα ή να αποκτήσω στενότερη επαφή με κάποια άτομα
  - Για διασκέδαση
  - Άλλο
6. Ποια εφαρμογή χρησιμοποιείς περισσότερο;
  - Instagram
  - Facebook
  - TikTok
  - Messenger
  - Viber/Whatsapp
  - Άλλη

Για τις ερωτήσεις που ακολουθούν, παρακαλώ βαθμολογίστε χρησιμοποιώντας την κλίμακα  
1=Καθόλου, 2=Λίγο, 3=Αρκετά, 4=Πολύ, 5=Πάρα πολύ

7. Συχνά ασχολούμαι με τα social περισσότερα από όσο σκόπευα
- 1            2            3            4            5

8. Συχνά παραμελώ τις εργασίες που μου έχουν ανατεθεί από το σχολείο εξαιτίας της χρήσης των social  
1            2            3            4            5
9. Ο χρόνος περνάει πολύ γρήγορα, χωρίς να το καταλαβαίνω, όταν χρησιμοποιώ τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης  
1            2            3            4            5
10. Η οικογένειά μου εκφράζει παράπονα για τον χρόνο που αφιερώνω στα social media  
1            2            3            4            5
11. Οι βαθμοί μου στο σχολείο έχουν επηρεαστεί εξαιτίας της ενασχόλησης μου με τα social  
1            2            3            4            5
12. Ακυρώνω εξόδους με φίλους, για να αφιερώσω τον χρόνο μου στα social media  
1            2            3            4            5
13. Σκέφτομαι τι συμβαίνει στα social media, όταν δεν είμαι συνδεδεμένος  
1            2            3            4            5
14. Θα με πείραζε αν για κάποιες μέρες δεν είχα πρόσβαση στα social media  
1            2            3            4            5
15. Νιώθω αποκομμένος από τους φίλους μου όταν δεν συνδέομαι στα social  
1            2            3            4            5
16. Θυμώνω όταν δεν μπορώ να συνδεθώ στα social media  
1            2            3            4            5
17. Προτιμώ να επικοινωνώ με άλλους κυρίως μέσω των social  
1            2            3            4            5
18. Τα social media παίζουν καθοριστικό ρόλο στις κοινωνικές μου επαφές  
1            2            3            4            5
19. Ανησυχώ για τον αριθμό των ακολούθων μου στα διάφορα social media  
○ Ναι  
○ Όχι
20. Ακολουθώ άτομα που δεν γνωρίζω, ώστε να αυξηθεί ο αριθμός των ακολούθων μου  
○ Ναι  
○ Όχι
21. Ανησυχώ για τον αριθμό των likes στις δημοσιεύσεις μου  
○ Ναι  
○ Όχι
22. Πόσες φορές κοιτάς τα likes αμέσως μετά την δημοσίευση:  
○ Καμία  
○ Λίγες  
○ Πολλές
23. Πως αισθάνεσαι όταν μια δημοσίευση πάρει τον επιθυμητό αριθμό likes;  
 Νιώθω πιο αποδεκτός  
 Δημοσιεύω σύντομα και άλλο περιεχόμενο  
 Δεν με ενδιαφέρει
24. Πως αισθάνεσαι όταν μια δημοσίευση δεν έχει τον επιθυμητό αριθμό likes:  
 Θυμό  
 Απογοήτευση

- Στενοχώρια
- Αδιαφορία
- Δεν αισθάνομαι κάτι
- Άλλο

25. Αν μια δημοσίευση δεν έχει τον επιθυμητό αριθμό likes, θα προβώ στην διαγραφή της;

- Ναι
- Ίσως
- Όχι

26. Χρησιμοποιώ συστηματικά φίλτρα στις φωτογραφίες που δημοσιεύω;

- Ναι
- όχι

27. Η αυτοπεποίθησή μου επηρεάζεται από τις δημοσιεύσεις που κοινοποιούν φίλοι μου ή διάσημοι;

1                      2                      3                      4                      5

28. Έχεις πέσει ποτέ θύμα διαδικτυακού εκφοβισμού;

- Ναι
- Όχι

29. Αν ναι, πως το αντιμετώπισες;

- Το ανέφερα σε κάποιον ενήλικα ζητώντας στήριξη
- Προσπάθησα να το αντιμετωπίσω μόνος μου
- Το αγνόησα
- Άλλο

30. Αποδέχεσαι αιτήματα φιλίας από αγνώστους;

- Ναι
- Όχι

31. Έχεις συνομιλήσει στο διαδίκτυο με άτομα που δεν γνωρίζεις στην πραγματική ζωή;

- Ναι
- Όχι

32. Έχεις συναντήσει άτομα που γνώρισες στο διαδίκτυο;

- Ναι
- Όχι

33. Έχεις μπλοκάρει κάποιον μέσω των διαθέσιμων εργαλείων που υπάρχουν στα social media;

- Ναι
- Όχι

34. Χρησιμοποιείς τα social media μόνος σου ή υπό την επίβλεψη των γονιών σου;

- Μόνος μου
- Υπό την επίβλεψη των γονιών μου

35. Σου έχουν επιβληθεί περιορισμοί από τους γονείς σου στη χρήση των social media;

- Ναι
- Όχι

36. Αν ναι, τι είδους περιορισμοί:

- Χρονικά όρια
- Δεν επιτρέπεται να μπω συγκεκριμένες ώρες (π.χ το βράδυ)
- Οι γονείς μου έχουν εγκαταστήσει εργαλεία γονικού ελέγχου
- Άλλο

37. Τηρείς τα όρια που έχουν τεθεί;

- Ναι
- Όχι
- Δεν μου έχουν τεθεί όρια

**Δημογραφικά στοιχεία**

Φύλο: Άνδρα  Γυναίκα

Ηλικία:

- 12
- 13
- 14
- 15
- 16
- 17
- 18

Τάξη:

- Α΄ Γυμνασίου
- Β΄ Γυμνασίου
- Γ΄ Γυμνασίου
- Α΄ Λυκείου
- Β΄ Λυκείου
- Γ΄ Λυκείου