

ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

Η χρήση του Facebook από τους προπτυχιακούς φοιτητές

Πτυχιακή εργασία της φοιτήτριας
Αναστασίας Κουτσιμπέλη
(ΑΜ: 9983201500051)

Επιβλέπων: Δημήτριος Γκούσκος

Αθήνα, Ιούνιος 2019

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Εισαγωγή:σελ. 4	σελ. 4
Κριτική επισκόπηση της βιβλιογραφίας:σελ. 6	σελ. 6
Κεφάλαιο 1 «Social media»:σελ. 8	σελ. 8
Κεφάλαιο 1.1 «Τι είναι τα social media;».....σελ. 8	σελ. 8
Κεφάλαιο 1.2 «Γιατί χρησιμοποιούμε τα social media;».....σελ. 11	σελ. 11
Κεφάλαιο 1.3 «Επηρεάζουν τα social media την ψυχολογία των χρηστών τους;».....σελ. 13	σελ. 13
Κεφάλαιο 2 «Facebook»:σελ. 16	σελ. 16
Κεφάλαιο 2.1 «Το φαινόμενο “Facebook”»:.....σελ. 16	σελ. 16
Κεφάλαιο 2.2 «Ο ρόλος του Facebook στην ακαδημαϊκή ζωή»:.....σελ. 19	σελ. 19
Κεφάλαιο 3 «Μεθοδολογία έρευνας»:σελ. 24	σελ. 24
Κεφάλαιο 3.1 «Ερευνητικά ερωτήματα»:.....σελ.24	σελ.24
Κεφάλαιο 3.2 «Μεθοδολογία ερωτηματολογίων και συνεντεύξεων»:.....σελ. 24	σελ. 24
Κεφάλαιο 3.3 «Ερωτήσεις συνεντεύξεων»:.....σελ. 25	σελ. 25
Κεφάλαιο 4 «Αποτελέσματα Έρευνας»:σελ. 26	σελ. 26
Κεφάλαιο 4.1 «Ανάλυση αποτελεσμάτων ερωτήσεων σχετικών με την ποιότητα και την ποσότητα χρήσης του Facebook (πρώτο ερευνητικό ερώτημα)»:.....σελ. 26	σελ. 26
4.1.1 «Απαντήσεις φοιτητών τμήματος Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης»:.....σελ. 26	σελ. 26

4.1.2 «Απαντήσεις φοιτητών τμήματος Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού»:	σελ. 31
Κεφάλαιο 4.2 «Ομοιότητες και διαφορές μεταξύ των αποτελεσμάτων των απαντήσεων των προπτυχιακών φοιτητών του τμήματος ΕΜΜΕ ΕΚΠΑ και του τμήματος ΕΜΠΟ Παντείου»:	σελ.35
Κεφάλαιο 5 «Αποτελέσματα Συνεντεύξεων»:	σελ. 38
Κεφάλαιο 5.1 «Ανάλυση συνεντεύξεων χρηστών Facebook»:	σελ. 38
Κεφάλαιο 5.2 «Ανάλυση συνεντεύξεων ατόμων που δεν είναι χρήστες Facebook»:	σελ. 40
Επίλογος:	σελ. 42
Παράρτημα 1 «Ερωτηματολόγιο και ερωτήσεις συνεντεύξεων»:	σελ. 44
1.1 «Ερωτηματολόγιο»:	σελ. 44
1.2 «Ερωτήσεις συνεντεύξεων»:	σελ. 62
Παράρτημα 2 «Απαντήσεις συνεντεύξεων»:	σελ. 64
2.1 «Απαντήσεις χρηστών Facebook»:	σελ. 64
2.2 «Απαντήσεις ατόμων που δεν χρησιμοποιούν το Facebook»:	σελ. 73
Βιβλιογραφία:	σελ. 76

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα εργασία πραγματεύεται την χρήση που κάνουν στο Facebook οι φοιτητές προπτυχιακού δύο τμημάτων, του τμήματος Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης του Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών και του τμήματος Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού του Παντείου Πανεπιστημίου.

Αρχικά, το θέμα της εργασίας προσεγγίστηκε θεωρητικά, με παρουσίαση του θεωρητικού κομματιού των social media, ως προς το τι είναι, γιατί τα χρησιμοποιούμε και πώς επηρεάζουν την ψυχολογία των χρηστών τους. Έπειτα, στο δεύτερο κεφάλαιο, προσεγγίστηκε θεωρητικά το ίδιο το Facebook, ως προς την πορεία του από την μέρα της δημιουργίας του ως σήμερα και τον ρόλο που στην ακαδημαϊκή ζωή, των φοιτητών χρηστών του.

Στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάστηκε το πρωτεύον ερευνητικό ερώτημα της παρούσας εργασίας, που είναι το ποια χρήση κάνουν οι φοιτητές των δύο τμημάτων σε ποσοτικό και ποιοτικό επίπεδο, δηλαδή πόσο, πώς και γιατί χρησιμοποιούν το Facebook. Έπειτα, παρουσιάστηκε το δεύτερο ερευνητικό ερώτημα, που είναι να εντοπιστούν τυχόν ομοιότητες ή διαφορές στην χρήση που κάνουν οι προπτυχιακοί φοιτητές των προαναφερθέντων τμημάτων. Μετά, έγινε εισαγωγή στην μεθοδολογία της έρευνας που διεκπεραιώθηκε α) μέσω ερωτηματολογίου στους φοιτητές των δύο τμημάτων, οι οποίοι είναι χρήστες του Facebook, ώστε να διαπιστωθεί η χρήση που κάνουν σε αυτό, καθώς και να εντοπιστούν πιθανές ομοιότητες και διαφορές μεταξύ των φοιτητών των δύο τμημάτων και β) μέσω συνεντεύξεων σε χρήστες και μη χρήστες του Facebook, ώστε να παρατηρηθούν αξιοσημείωτα σημεία στο γιατί χρησιμοποιούν ή δεν χρησιμοποιούν το Facebook.

Στο τέταρτο κεφάλαιο αναλύθηκαν τα αποτελέσματα της έρευνας του ερωτηματολογίου, για να απαντηθούν ένα προς ένα τα ερευνητικά ερωτήματα.

Στο πέμπτο κεφάλαιο αναλύθηκαν οι απαντήσεις των συμμετεχόντων της συνέντευξης, για να σχολιαστούν ορισμένα σημεία των απαντήσεων που θα βγάλουν σε κάποια συμπεράσματα σχετικά με τη χρήση ή μη χρήση που κάνουν οι εκάστοτε συνεντευξιζόμενοι.

Η ερευνητική προσέγγιση που επιλέχθηκε για το θέμα διαφέρει από τη βιβλιογραφία που μελετήθηκε, ως προς το ότι η έρευνα γίνεται σε φοιτητές συγκεκριμένων τμημάτων, από διαφορετικά πανεπιστήμια, σχετικά με την γενικότερη χρήση που κάνουν στο Facebook, όχι

σε φοιτητές όλων των τμημάτων ενός πανεπιστημίου σχετικά με την επιρροή που έχει το Facebook στην ακαδημαϊκή τους πορεία, όπως αποφαίνονται οι περισσότερες έρευνες που γίνονται σε φοιτητές σχετικά με το Facebook.

ΚΡΙΤΙΚΗ ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

Το θέμα της παρούσας εργασίας, όπως αναφέρθηκε, είναι η παρουσίαση της χρήσης που κάνουν στο Facebook οι προπτυχιακοί φοιτητές του τμήματος Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης του Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών και του τμήματος Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού του Παντείου Πανεπιστημίου.

Οι έρευνες που μελετήθηκαν και εισήχθησαν στη βιβλιογραφία της παρούσας εργασίας (Feng et.al, 2018 – Manasijevic et.al, 2015 –Przepiorka et.al, 2016 – Stefanica, 2014) , δεν εστίαζαν σε γενικότερη χρήση του Facebook από τους προπτυχιακούς φοιτητές, παρά εστίαζαν στην επιρροή που έχει το Facebook στην ακαδημαϊκή τους καριέρα. Προ πάντων, δεν εστίαζαν την έρευνά τους σε προπτυχιακούς φοιτητές συγκεκριμένων τμημάτων, παρά ολόκληρων πανεπιστημίων. Οι έρευνες αυτές συνήθως κατέληγαν στο συμπέρασμα ότι το Facebook συνδέεται με την αναβλητικότητα των φοιτητών να ανταπεξέρχονται στις ακαδημαϊκές τους υποχρεώσεις, όμως σε γενικές γραμμές οι περισσότερες έρευνες εστίαζαν στα οφέλη του Facebook. Οι έρευνες επιλέχθηκαν ως πηγές στην παρούσα εργασία, ώστε να παρουσιαστούν διάφορες πλευρές χρήσης της πλατφόρμας του Facebook από προπτυχιακούς φοιτητές γενικότερα, πριν παρουσιαστεί η έρευνα που έγινε στους προπτυχιακούς φοιτητές των δύο προαναφερθέντων τμημάτων.

Υπάρχουν έρευνες στην βιβλιογραφία που δεν εστίαζαν σε φοιτητές συγκεκριμένα, αλλά στη χρήση που γίνεται γενικότερα στο Facebook (Khalis & Mikami, 2018 – Macrynica & Miranda, 2019) και εντόπιζαν τις παραμέτρους στις οποίες η χρήση του Facebook γίνεται μη ωφέλιμη.

Ακόμα υπάρχουν στην βιβλιογραφία πηγές που μιλούν θεωρητικά για τα social media γενικότερα (Ellison et.al, 2007 – Figueroa-Sarriera, 1999 – Kaplan & Haenlein, 2010 – Kemp, 2019 - Kent & Leaver, 2014 – McMahon, 2019 – Taprial & Kanwar, 2012 – Wellman & Gulia, 1999) και πηγές που μιλούν θεωρητικά για το Facebook (Kirkpatrick, 2010 – Pemppek, 2009 – Quan-Hasse & Young, 2010 – Webb et.al, 2012). Οι παραπάνω πηγές επιλέχθηκαν ώστε να πλαισιώσουν θεωρητικά το ζήτημα του Facebook και των social media, στα οποία ανήκει.

Όπως γίνεται αντιληπτό, η παρούσα εργασία συγκεντρώνει θεωρητικά στοιχεία για τα social media και το Facebook ειδικότερα και μέσω της έρευνας που πραγματοποιήθηκε, εστιάζει στην χρήση, τόσο ποιοτική όσο και ποσοτική, δηλαδή ευρύτερη χρήση, που κάνουν οι

προπτυχιακοί φοιτητές δύο συγκεκριμένων τμημάτων, του τμήματος Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών και του τμήματος Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού του Παντείου Πανεπιστημίου. Τα παραπάνω στοιχεία δεν εντοπίστηκαν σε καμία έρευνα που μελετήθηκε ή/και επιλέχθηκε ως βιβλιογραφία. Επίσης, η έρευνα της παρούσας εργασίας είναι εν μέρει συγκριτική, εφόσον ένας από τους στόχους της είναι να εντοπίσει ομοιότητες και διαφορές μεταξύ των προαναφερθέντων τμημάτων. Καμία από τις έρευνες που επιλέχθηκαν ως πηγές δεν είναι συγκριτική και δεν εντοπίστηκαν σχετικές με το θέμα έρευνες που να είναι συγκριτικές.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: SOCIAL MEDIA

1.1 Τι είναι τα social media;

Είναι ευρέως γνωστό πως η χρήση των κοινωνικών μέσων (social media), έχει επεκταθεί στην καθημερινή ζωή και είναι αναπόσπαστο κομμάτι, πλέον, σε πολλούς τομείς της, όπως, π.χ οι επιχειρήσεις, οι οποίες χρησιμοποιούν τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης ως μέσο για την διεκπεραίωση ενός μέρους της μάρκετινγκ στρατηγικής τους. Παρ' όλα αυτά, δεν υπάρχει κάποιος κοινά αποδεκτός ορισμός για το τι είναι τα social media, επομένως η πλειοψηφία των χρηστών τους καταπιάνεται με αυτά μηχανικά, εφόσον καταλαμβάνουν μεγάλο χώρο στην κουλτούρα του διαδικτύου.

Ξεκινώντας γενικά, μπορούμε να πούμε πως τα κοινωνικά μέσα, τα social media δηλαδή, είναι μέσα που δίνουν την δυνατότητα στους χρήστες τους να γίνονται «κοινωνικοί», μέσα από τον διαμοιρασμό περιεχομένου (φωτογραφίες, πληροφορίες, κ.λπ) σε άλλους χρήστες (Taprial & Kanwar, 2012, p.8). Οι Taprial και Kanwar (2012,p. 8), αναφέρουν, μεταξύ άλλων, τον ορισμό του διαδικτυακού λεξικού Merriam-Webster για τα social media, τα οποία περιγράφονται ως «μορφές ηλεκτρονικής επικοινωνίας (όπως ιστοσελίδες για κοινωνική δικτύωση και microblogging¹) μέσα από τις οποίες οι χρήστες δημιουργούν διαδικτυακές κοινότητες για να μοιραστούν πληροφορίες, ιδέες, προσωπικά μηνύματα και άλλο περιεχόμενο (όπως βίντεο)». ²

Όπως φάνηκε από τα παραπάνω, μπορεί να μην υπάρχει κάποιος κοινός ορισμός για το τι είναι τα κοινωνικά μέσα, όμως όλοι οι ορισμοί έχουν μερικές κοινές λέξεις όπως «διαμοιρασμός», «περιεχόμενο», «κοινωνικός», κι αυτό γιατί όλα τα social media, όσο κι αν διαφέρουν μεταξύ τους, έχουν έναν κοινό σκοπό: να διαμοιράζεται εύκολα και γρήγορα η οποιαδήποτε πληροφορία μεταξύ χρηστών.

Σε αυτό το σημείο, θα γίνει ένας διαχωρισμός μεταξύ κοινωνικών μέσων (social media) και κοινωνικής δικτύωσης (social network). Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, τα social media είναι ιστοσελίδες και πλατφόρμες που παρέχουν την δυνατότητα επικοινωνίας μεταξύ χρηστών μέσω του διαμοιρασμού οποιασδήποτε πληροφορίας. Η κοινωνική δικτύωση όμως, είναι μια ομάδα ανθρώπων που έχουν κάποια σύνδεση μεταξύ τους, είτε διαδικτυακά είτε στην

¹ Η διαδικασία της δημιουργίας μικρών αναρτήσεων σε μικρά blog, π.χ τα tweets στο Twitter

² <https://www.merriam-webster.com/dictionary/social%20media>

πραγματική ζωή (McMahon, 2019), χωρίς να απαιτείται κάποια ηλεκτρονική διαμεσολάβηση. Παρ' όλα αυτά, ορισμένα social media δημιουργούν κοινότητες χρηστών που συνδέονται μεταξύ τους, δημιουργώντας έτσι μια κοινωνική δικτύωση. Επομένως, γι' αυτό μερικά από τα κοινωνικά μέσα ονομάζονται και σελίδες κοινωνικής δικτύωσης, γιατί ένα βασικό τους στοιχείο είναι ότι οι χρήστες τους έχουν ο καθένας το δικό του δίκτυο χρηστών με τους οποίους συνδέονται και μοιράζονται περιεχόμενο.

Η επιτυχία των κοινωνικών μέσων, σύμφωνα με τους Taprial και Kanwar (2012), οφείλεται σε ορισμένες ιδιότητες που έχουν, τις οποίες δεν διαθέτουν τα παραδοσιακά μέσα. Πιο συγκεκριμένα, τα social media διαθέτουν:

- Προσβασιμότητα: Τα μέσα αυτά είναι εύκολα προσβάσιμα από τον οποιονδήποτε, χωρίς να χρειάζονται ειδικές δεξιότητες για την χρήση τους, λόγω της ευκολίας σε αυτήν. Επιπλέον είναι δωρεάν, γι' αυτό και επιλέγονται ως μέσο προώθησης επιχειρήσεων κ.λπ.
- Ταχύτητα: Τα κοινωνικά μέσα καθιστούν την οποιαδήποτε πληροφορία διαθέσιμη σε όλους άμεσα. Επιπλέον, φιλοξενούν, τα περισσότερα, πλατφόρμες ανταλλαγής μηνυμάτων, επομένως προσφέρουν μορφή καθαρής επικοινωνίας και άμεσου διαλόγου.
- Διαδραστικότητα: Είτε πρόκειται για επικοινωνία μεταξύ δύο ατόμων, είτε περισσότερων από δύο, τα social media διαθέτουν διάφορους τρόπους με τους οποίους οι χρήστες αλληλεπιδρούν μεταξύ τους, όπως το να κάνουν ερωτήσεις ο ένας στον άλλον, να συζητούν για διάφορα θέματα, προϊόντα ή υπηρεσίες, να μοιράζονται απόψεις, κ.λπ.
- Μακροβιότητα-Μεταβλητότητα: Τα περιεχόμενα στα social media είναι διαθέσιμα για μεγάλο χρονικό διάστημα, αν δεν σβηστούν από τον χρήστη που τα «ανέβασε» και μπορούν πάντα να τεθούν υπό επεξεργασία ή να προστεθεί κάτι σε αυτά. Αυτό κάνει τα κοινωνικά μέσα αρκετά βολικά και ευέλικτα, βοηθώντας τους χρήστες να αναζητήσουν περιεχόμενο και πληροφορίες από οποιοδήποτε χρονικό διάστημα.
- Απήχηση: Τα social media έχουν απεριόριστη απήχηση σε όλους και από παντού, εφόσον ο οποιοσδήποτε μπορεί να δει το περιεχόμενο τους από οποιαδήποτε συσκευή έχει πρόσβαση σε διαδίκτυο, σε οποιοδήποτε σημείο του κόσμου. Αντίστοιχα, οι χρήστες που κοινοποιούν περιεχόμενο, έχουν τη δυνατότητα να το κοινοποιήσουν σε όσους θέλουν (Taprial & Kanwar, 2012, p. 29).

Ακριβώς επειδή συνδυάζουν τόσες πολλές ιδιότητες οι οποίες τα καθιστούν ελκυστικά στην πλειοψηφία των χρηστών του διαδικτύου, οι άνθρωποι που τα χρησιμοποιούν ενεργά, αγγίζουν τα 3,5 δισεκατομμύρια, δηλαδή περίπου το 45% του παγκόσμιου πληθυσμού, σύμφωνα με έρευνα του Kemp από το We Are Social (2019). Συγκεκριμένα, η 3^η ιστοσελίδα με τις περισσότερες επισκέψεις είναι κοινωνικό μέσο και είναι το Facebook (2019).

Όπως γίνεται φανερό από τα παραπάνω, τα social media συγκεντρώνουν ένα σημαντικό ποσοστό των χρηστών του διαδικτύου παγκοσμίως. Υπάρχουν ιστοσελίδες που είναι κοινωνικά μέσα, χωρίς να μοιράζονται το ίδιο πρότυπο με διάσημα social media, όπως το Facebook ή το Twitter, τα οποία έχουν σημαντικές διαφορές μεταξύ τους. Όπως αναφέρουν οι Taprial και Kanwar (2012, p. 30), έχει γίνει ένας διαχωρισμός των social media σε έξι τύπους, από τους Kaplan και Haenlein (2010), ώστε να κατανοηθούν περισσότερο οι δυνατότητες που παρέχονται στους χρήστες από την κάθε πλατφόρμα. Οι έξι τύποι είναι οι εξής:

1. *Συνεργατικά*: Ιστοσελίδες οι οποίες παρέχουν πληροφορίες με τη συμβολή των χρηστών, όπως είναι π.χ το Wikipedia.
2. *Blogs και μικροblogs*: Ιστοσελίδες που παρέχουν την δυνατότητα στους χρήστες να φτιάξουν το δικό τους blog, ή μικροblog, με μικρές αναρτήσεις, όπως είναι το Twitter.
3. *Κοινότητες περιεχομένου*: Ιστοσελίδες που επιτρέπουν στους χρήστες να δημιουργήσουν και να κοινοποιήσουν σε εαυτές το δικό τους, κατά κύριο λόγο, περιεχόμενο, όπως είναι το YouTube.
4. *Ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης*: Ιστοσελίδες των οποίων οι χρήστες μοιράζονται πληροφορίες και περιεχόμενο και ανταλλάσσουν μηνύματα με άλλους χρήστες, με τους οποίους έχουν συνδεθεί, π.χ Facebook.
5. *Εικονικοί κόσμοι παιχνιδιών*: Παιχνίδια, συνήθως διαδικτυακά, που βάζουν τους χρήστες να παίζουν σε έναν εικονικό κόσμο, π.χ: World of Warcraft.
6. *Εικονικοί κοινωνικοί κόσμοι*: Παιχνίδια διαδικτυακά που προσομοιάζουν την πραγματική ζωή και δίνουν την δυνατότητα στους χρήστες να δημιουργήσουν τον χαρακτήρα τους (avatar) όπως θέλουν και να ζουν την εικονική ζωή τους όπως επιθυμούν, π.χ: Second Life.

Επομένως, υπάρχουν πολλές πλατφόρμες που δίνουν την ευκαιρία στους χρήστες τους να γίνονται κοινωνικοί, με διάφορους τρόπους και χωρίς να ανήκουν στην κατηγορία των

ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης, που είναι η πιο γνωστή μορφή social media. Εφόσον όλο και περισσότεροι άνθρωποι στρέφονται στα social media στην καθημερινή τους ζωή, παρακάτω θα αναλυθεί το γιατί νιώθουν αυτή την ανάγκη, που εντείνεται, αν αναλογιστεί κανείς πως οι χρήστες των social media αυξάνονται περίπου 9% κάθε χρόνο (Kemp, 2019).

1.2 Γιατί χρησιμοποιούμε τα social media;

Με βάση τα στατιστικά που αναφέρθηκαν παραπάνω και το γεγονός πως τα social media καταλαμβάνουν πλέον χώρο στις καθημερινές ζωές των χρηστών τους, γεννιέται η απορία σχετικά με το γιατί οι άνθρωποι τείνουν να τα επιλέγουν για να δημοσιεύσουν προσωπικές τους πληροφορίες και να συλλέξουν αντίστοιχες πληροφορίες από άλλους χρήστες, καθώς και γιατί είναι η πρώτη επιλογή στην δημιουργία και ανταλλαγή περιεχομένου.

Το διαδίκτυο, προσφέρει στους χρήστες του την επιλογή της ανωνυμίας, παρ' όλα αυτά οι περισσότεροι αποφασίζουν να αποκαλύπτουν τα πραγματικά τους στοιχεία στα social media, κι αυτό γιατί συναναστρέφονται με άλλους ανθρώπους, οι οποίοι επίσης αναφέρουν το πραγματικό τους όνομα. Όλοι έχουν μια ταυτότητα, για τον εαυτό τους, όμως όπως αναφέρει η Figueroa-Sarriera (1999, σελ. 189), η ταυτότητα φτιάχνεται μέσα από τις σχέσεις με άλλους ανθρώπους. Αυτό αμφισβητείται στο διαδίκτυο και ειδικότερα στα social media, καθώς το πώς απεικονίζουν οι άνθρωποι τον εαυτό τους εκεί, μπορεί να διαφέρει, ή ακόμα και να συγκρούεται με την πραγματική ζωή (1999, σελ. 189). Επομένως, μπορεί κάποιος να δηλώνει το πραγματικό του όνομα στο προφίλ του στα κοινωνικά μέσα, αλλά παράλληλα να συμπεριφέρεται εκεί με διαφορετικό τρόπο από ότι στην πραγματικότητα και να εκφράζει αλλιώς τον εαυτό του ή τις προτιμήσεις του. Τα social media, λοιπόν, προσφέρουν ευκαιρίες να διαμορφώσει ο κάθε χρήστης τον εαυτό του όπως θέλει να τον δείξει στους άλλους χρήστες. Υπό αυτή την έννοια, τα κοινωνικά μέσα αποτελούν για τους χρήστες τους μια εικονική εμπειρία, και η Figueroa-Sarriera (1999, σελ. 202) αναφέρει τρεις τρόπους με τους οποίους κάποιος χρησιμοποιεί αυτή την εμπειρία:

1. Για να αποδράσει από την πραγματική του ζωή,
2. Για να αποκτήσει κάποια κοινωνική κινητικότητα, π.χ.: πολλούς φίλους στο Facebook, ή πολλούς ακολούθους στο Instagram, που θα του προσφέρουν κάποιο κύρος
3. Ως μέσο για να αντισταθεί.

Ο εαυτός του κάθε χρήστη, τον οποίο παρουσιάζει στα κοινωνικά μέσα, αν διαφέρει από τον πραγματικό του εαυτό, του δίνει την ιδέα πως μπορεί να φτάσει στο επίπεδο δυνατοτήτων που παρουσιάζει ότι έχει. Ο εικονικός εαυτός, κατά κάποιον τρόπο, βάζει στόχο στον πραγματικό εαυτό, για να φτιάξει όντως αυτή την ταυτότητα (1999, σελ. 202). Δεν υπάρχει επομένως καλύτερος χώρος από τα social media για να ξεδιπλώσει κάποιος τον εαυτό του, με οποιονδήποτε τρόπο θέλει, είτε απέχει είτε συγκλίνει από τον αληθινό του εαυτό.

Άλλωστε, όπως αναφέρουν και οι Targial και Kanwar (2012, p. 18), το διαδίκτυο από νωρίς έγινε ένας χώρος στον οποίο οι χρήστες ήθελαν να μοιράζονται το περιεχόμενό τους και να επικοινωνούν με άλλους χρήστες και γι' αυτό δημιουργήθηκαν και οι ιστοσελίδες που προσέφεραν την λειτουργία της «κοινωνικής δικτύωσης», όπως την έχουμε αναφέρει. Σύντομα οι χρήστες κατάλαβαν ότι τα social media ικανοποιούσαν την ανάγκη τους για ανταλλαγή πληροφοριών και περιεχομένου, καθώς και επικοινωνίας και στράφηκαν προς αυτά.

Τα social media συνδυάζουν και δύο έννοιες πολύ αντίθετες · ενώ είναι πολύ προσωπικά, εφόσον εκεί οι άνθρωποι μοιράζονται προσωπικές τους πληροφορίες, που είτε τις μοιράζονται με όλους, είτε με λίγους χρήστες, σαν μέσα είναι αποκλειστικά δημόσια. Οι πληροφορίες μεταδίδονται δημόσια, αλλά οι χρήστες τις κρατούν, αν θέλουν, ιδιωτικές, όσο γίνεται (McMahon, 2019). Ορίζοντάς τα με ψυχολογικούς όρους, «τα social media είναι διαδικτυακές υπηρεσίες που ενθαρρύνουν τους χρήστες τους να ψηφιοποιούν και να μοιράζονται δημόσια προσωπικές πληροφορίες, που πριν ήταν ιδιωτικές» (2019).

Οι άνθρωποι θέλουν να μοιράζονται αυτές τις πληροφορίες, επειδή τους αρέσει να μιλούν για τον εαυτό τους. Ως κοινωνικά όντα, οι άνθρωποι αφιερώνουν πολύ χρόνο στην ζωή τους να μιλούν για τον εαυτό τους, συγκεκριμένα το 60% των συζητήσεων, είναι για εκείνους, ενώ όταν πρόκειται για social media, το 80% της επικοινωνίας είναι για τον εαυτό τους (Naaman et.al, 2010). Γι' αυτό το λόγο, οι χρήστες επενδύουν τόσο πολύ στην επικοινωνία και την προβολή της προσωπικής τους ζωής μέσω social media. Επιπλέον, στην πραγματική ζωή και την επικοινωνία πρόσωπο-με-πρόσωπο είναι πιο περίπλοκο να παρουσιάσει κάποιος τον εαυτό του, ενώ το διαδίκτυο του δίνει τον χρόνο να τοποθετήσει τον εαυτό του όπου εκείνος θέλει.

Τα πλεονεκτήματα που προσφέρουν τα social media στους χρήστες τους, δημιουργούν τεράστια ευκολία στο να τα χρησιμοποιούν όλο και περισσότερο, όλο και περισσότεροι.

Σύμφωνα με τους Taprial και Kanwar (2012, pp. 36-37), τα εμπειρικά πλεονεκτήματα των κοινωνικών μέσων είναι τα εξής:

- *Προσωπική χρήση:* Οι άνθρωποι μπορούν να τα χρησιμοποιήσουν για προσωπικό τους όφελος, με οποιοδήποτε τρόπο, π.χ. για ενημέρωση, επικοινωνία, χόμπι, κοινοποίηση περιεχομένου, παιχνίδια, κ.λπ.
- *Δημιουργικότητα:* Τα κοινωνικά μέσα βοηθούν τους χρήστες να αξιοποιήσουν τη δημιουργικότητα και τα talέντα τους, όποια κι αν είναι αυτά, και να τα προωθήσουν σε μεγαλύτερο κοινό.
- *Κοινωνική αλληλεπίδραση:* Ειδικότερα οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, βοηθούν τους χρήστες να συνδέονται με όσους χρήστες θέλουν και προσφέρουν δυνατότητες επικοινωνίας όπως κλήσεις μέσω τηλεφώνου, μηνυμάτων, βιντεοκλήσεων, κ.λπ.
- *Παίρνουν τη δύναμη στα χέρια τους:* Τα κοινωνικά μέσα έδωσαν την ευκαιρία στους χρήστες να αποκτήσουν «εξουσίες» που τα παραδοσιακά μέσα δεν τους έδιναν. Μπορούν, π.χ. να πουν την γνώμη τους για ένα προϊόν ή μία υπηρεσία και αυτή την γνώμη να την μάθει το δίκτυό τους και μετά να διαμοιραστεί και σε άλλους, κ.ο.κ. Έτσι μεταδίδονται οι πληροφορίες γρήγορα σε μεγάλο κοινό και οι καταναλωτές ή οι πολίτες, μπορούν να διεκδικούν περισσότερα πράγματα.

Όπως γίνεται φανερό από τα παραπάνω, τα social media έχουν μεγάλη δύναμη και εξαπλώνονται ραγδαία. Οι χρήστες τους βασίζονται σε αυτά με πολλούς τρόπους. Η ανάλυση θα συνεχιστεί με το κοινωνικό μέσο που «τα ξεκίνησε όλα» και έως σήμερα είναι το δημοφιλέστερο παγκοσμίως · το Facebook.

1.3 Επηρεάζουν τα social media την ψυχολογία των χρηστών τους;

Ένα σημαντικό ερώτημα που εγείρεται περισσότερο, όσο τα social media γίνονται αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας των χρηστών τους, είναι κατά πόσο τους κάνουν καλό στην ψυχολογία, για παράδειγμα στην αυτοπεποίθηση, την μοναχικότητα, κ.λπ. Δεδομένου ότι τα social media κυριαρχούνται από εικόνες, και συγκεκριμένα εικόνες των χρηστών, μερικές από τις οποίες παρουσιάζουν τις ζωές τους, όπως θέλουν οι ίδιοι να φαίνονται, είναι λογικό να υπάρχει η ερώτηση κατά πόσο νιώθουν καλά οι χρήστες βλέποντας τις ζωές των άλλων, που ενδεχομένως δεν μοιάζουν με τις δικές τους.

Ας μην ξεχνάμε πως social media δεν χρησιμοποιούν μόνο «άνθρωποι της διπλανής πόρτας», αλλά και διάσημοι, celebrities, πολιτικοί, που μάλιστα συγκεντρώνουν εκατομμύρια ακολούθους στα κοινωνικά δίκτυα. Πώς επηρεάζει όλη αυτή η προβολή τους χρήστες;

Αρχικά, υπάρχει η αδιαμφισβήτητη άποψη, πως για μερικούς ανθρώπους τα social media λειτουργούν βοηθητικά στην αύξηση της αυτοπεποίθησής τους και στην ικανοποίηση αυτής, εφόσον αποτελούν μια καλή ευκαιρία στο να παρουσιάσει ο εκάστοτε χρήστης την ζωή του όπως θέλει και συνήθως σε άτομα που είναι φίλοι του στα κοινωνικά μέσα ή τους «ακολουθούν», παίρνοντας έτσι την αποδοχή που θέλει (Stefanica, 2014). Από την άλλη, υπάρχει και η άποψη πως τα social media «θρέφουν» τον ναρκισσισμό ορισμένων χρηστών με αυτό τον τρόπο (2014).

Έχει διαπιστωθεί, επίσης, πως τα social media, για παράδειγμα το Facebook, χρησιμοποιείται πιο τακτικά από χρήστες που είναι εξωστρεφείς, οι οποίοι συνήθως κοινοποιούν συχνότερα περιεχόμενο σχετικά με τον εαυτό τους, παρά από εσωστρεφείς, οι οποίοι το χρησιμοποιούν περισσότερο παθητικά (παρακολουθούν, δεν κοινοποιούν τόσο συχνά) (2014).

Επιπλέον, σύμφωνα με τους Ellison κ.α (2007) και Wellman & Gulia (1999), όπως αναφέρουν οι Kent και Leaver (2014, p. 111), τα social media μπορούν να προσφέρουν συναισθηματική και κοινωνική στήριξη στους χρήστες τους, μέσα από την δημιουργία περιεχομένου και τους δεσμούς που ενδεχομένως θα δημιουργήσουν με άλλους χρήστες.

Ακόμα, μπορούν να έχουν και οφέλη στους αγχώδεις ανθρώπους, οι οποίοι μπορούν να εκφράζονται καλύτερα μέσω των κοινωνικών μέσων, όπου υπάρχει περισσότερος χρόνος και ελευθερία να διατυπώσουν μια άποψη ή να επικοινωνήσουν με κάποιον (Khalis & Mikami, 2018).

Φαίνεται όμως πως η χρήση των social media επηρεάζει θετικά την ψυχολογία μόνο όσων τα χρησιμοποιούν τακτικά και ενεργά, όπως αναφέρθηκε παραπάνω. Συγκεκριμένα, όσον αφορά το Facebook, σύμφωνα με τις Macrynikola και Miranda (2019), το είδος της χρήσης σχετίζεται με την διάθεση των χρηστών και την ψυχική τους υγεία. Η ενεργή χρήση σχετίζεται με καλύτερα κοινωνικά και συναισθηματικά αποτελέσματα και μειωμένη αίσθηση μοναξιάς, ενώ η παθητική χρήση σχετίζεται με αρνητικά συναισθήματα, όπως αυξημένη αίσθηση μοναξιάς, ζήλεια, κ.λπ (2019). Αυτό συμβαίνει

επειδή οι χρήστες που είναι ενεργοί στα social media, κοινοποιούν περιεχόμενο σχετικό με τον εαυτό τους, χωρίς απαραίτητα αυτό να αντικατοπτρίζει την πραγματικότητα, επομένως «χτίζουν» μια ταυτότητα και μια πραγματικότητα για όσους βλέπουν αυτό που κοινοποιούν στα social media. Οι άνθρωποι που κάνουν παθητική χρήση, από την άλλη, δεν δημιουργούν ή συντηρούν μια εικόνα για τον εαυτό τους, αλλά αντίθετα παρακολουθούν και βλέπουν τις εικόνες των άλλων, με αποτέλεσμα ενδεχομένως να ζηλεύουν ή να νιώθουν κατώτεροι σε σχέση με ό,τι οι άλλοι προβάλλουν.

Ο φαύλος κύκλος των social media: όσοι κοινοποιούν ενεργά περιεχόμενο, είναι εξωστρεφείς και αποκτούν αυτοπεποίθηση κάνοντάς το, ενώ όσοι απλά παρακολουθούν είναι εσωστρεφείς και δεν έχουν αρκετή αυτοπεποίθηση για να κοινοποιήσουν περιεχόμενο, ενώ αν κοινοποιούσαν, ίσως αποκτούσαν λίγη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: FACEBOOK

2.1 Το φαινόμενο “Facebook”

Τα social media άρχισαν να κάνουν την εμφάνισή τους στο διαδίκτυο από τη δεκαετία του '80, όχι όμως με τη μορφή που τα ξέρουμε σήμερα. Τότε, ήταν μόνο χώροι στο διαδίκτυο που εκτελούσαν ο καθένας μία και μόνο λειτουργία, ενώ όπως είδαμε τα σημερινά κοινωνικά μέσα εξυπηρετούν πολλούς σκοπούς. Υπήρχαν, για παράδειγμα, τα Internet Relay Chats (IRCs), ή διαδικτυακές συζητήσεις αναμετάδοσης, σε μετάφραση (Hendricks, 2013). Η πρώτη ιστοσελίδα που θύμιζε την μορφή των σημερινών social media, δημιουργήθηκε το 1997 και ήταν το Six Degrees, στο οποίο οι χρήστες δημιουργούσαν προφίλ και μπορούσαν να συνδεθούν με άλλους χρήστες (2013). Αυτό που «εκτόξευσε» την δημιουργία ιστοσελίδων κοινωνικών μέσων, ήταν η άνθιση των blogs, περίπου το 1999 (2013).

Η δεκαετία του 2000 έκανε την αρχή για την δημιουργία των πιο δημοφιλών social media, μερικά από τα οποία επιβιώνουν έως σήμερα. Ιστοσελίδες όπως το MySpace, το LinkedIn, το YouTube, το Twitter και φυσικά το Facebook, είναι μερικά από αυτά. Αυτό που ξεχώρισε και ξεχωρίζει ακόμη, είναι η ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης Facebook, η οποία κατέχει τον τίτλο του κοινωνικού μέσου με τους περισσότερους χρήστες · περίπου δύομιση δισεκατομμύρια χρήστες παγκοσμίως, έως το πρώτο τέταρτο του 2019.³

Το Facebook δημιουργήθηκε στις 4 Φεβρουαρίου 2004, από τον Μαρκ Ζούκερμπεργκ, έναν φοιτητή στο τμήμα Επιστήμης Υπολογιστών στο Χάρβαρντ (Kirkpatrick, 2010, p. 19). Ο Ζούκερμπεργκ, μαζί με τους συγκατοίκους του στον κοιτώνα, εμπνεύστηκαν την δημιουργία της πλατφόρμας, από τους καταλόγους που χρησιμοποιούσαν οι φοιτητές μόλις πήγαιναν στο Χάρβαρντ για να γνωριστούν μεταξύ τους, οι οποίοι αποτελούνταν από την φωτογραφία τους και μερικές πληροφορίες γι' αυτούς, και ονομάζονταν “facebook”, δηλαδή «βιβλία προσώπων» (2010, p. 19).

Αρχικά, η πλατφόρμα του Ζούκερμπεργκ ονομαζόταν Thefacebook και είχαν πρόσβαση σε αυτήν μόνο φοιτητές από το Χάρβαρντ, συνδεδεμένοι με το e-mail της σχολής τους. Σκοπός της ήταν να συνδέονται φοιτητές μεταξύ τους μέσω κοινωνικής δικτύωσης, κάτι που είχε τεράστια επιτυχία, καθώς μέσα σε τέσσερις μέρες, απариθμούσε εξακόσια πενήντα (650)

³ <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>

μέλη και σε τρεις εβδομάδες, περίπου έξι χιλιάδες (6,000) χρήστες (Kirkpatrick, 2010, p. 30 & 34).

Η αρχική του μορφή διέφερε αρκετά, είχε όμως τον ίδιο προσανατολισμό με το Facebook όπως είναι σήμερα. Οι χρήστες μοιράζονταν περιεχόμενο που δημιουργούσαν οι ίδιοι και προσκαλούσαν άλλα άτομα να γίνουν φίλοι τους μέσα στην πλατφόρμα, ενώ μπορούσαν να δουν και ένα διάγραμμα από το δίκτυο φίλων τους. Οι φοιτητές το χρησιμοποιούσαν για να βρουν ερωτικό σύντροφο, αλλά και για ακαδημαϊκούς σκοπούς, εφόσον δημιουργούσαν ομάδες για διάβασμα, κάτι που διευκόλυνε πολύ η ίδια η πλατφόρμα, αφού υπήρχε η επιλογή να αναζητήσει ο χρήστης κάποιο μάθημα της σχολής του και να δει ποιοι άλλοι από τη σχολή το είχαν επιλέξει (2010, pp. 31-32).

Λόγω της επιτυχίας του, υπήρχαν πιέσεις από άλλα πανεπιστήμια, ώστε να μπορούν και εκείνα να συμμετέχουν στο Thefacebook. Τον Μάρτιο του 2004, έναν μήνα μετά την δημιουργία του, οι φοιτητές των πανεπιστημίων Columbia, Yale και Stanford μπορούσαν να γίνουν μέλη, όμως οι χρήστες μπορούσαν να συνδεθούν μόνο με μέλη της ίδιας σχολής (2010, p. 36). Μέσα σε λίγο καιρό, συνδέθηκαν φοιτητές από τα περισσότερα πανεπιστήμια της Αμερικής και του Καναδά και ενεργοποιήθηκε η δυνατότητα να συνδέονται όλα τα μέλη μεταξύ τους, ανεξαρτήτως πανεπιστημίου (2010, p. 37).

Τον επόμενο χρόνο, το εγχείρημα του Ζούκερμπεργκ και των συμφοιτητών του είχε γίνει μια κανονική επιχείρηση, πάνω στην οποία άνθρωποι επένδυναν εκατομμύρια και κατοχυρώθηκε επίσημα το όνομα “Facebook”. Η ομάδα του Ζούκερμπεργκ αύξανε διαρκώς τους servers της επιχείρησης, για να μπορεί να ανταπεξέλθει στην τεράστια επιτυχία της πλατφόρμας. Από τον Σεπτέμβριο του 2006, το Facebook άνοιξε σε όλους, όχι μόνο σε φοιτητές, αρκεί να ήταν άνω των 13 ετών (2010, p. 41).

Με τον καιρό και όσο αυξανόταν η επιτυχία του και ο αριθμός των χρηστών του, το Facebook έγινε απαραίτητο κοινωνικό εργαλείο, τόσο στις φιλικές όσο και τις ερωτικές σχέσεις. Το Facebook διευκόλυνε πολύ το φλερτ μεταξύ χρηστών και αν κάποιος δεν δεχόταν το αίτημα φιλίας κάποιου άλλου, ήταν πολύ κακό σημάδι για την οποιαδήποτε σχέση τους (2010, p. 91).

Αργότερα, εισήχθηκε στα προφίλ των χρηστών η έννοια του «τοίχου» (wall). Ο κάθε χρήστης είχε στο προφίλ του έναν «τοίχο», στον οποίο μπορούσε να κοινοποιήσει περιεχόμενο ο ίδιος, αλλά και να του κοινοποιήσουν και οι φίλοι του (2010, p. 93). Το

Facebook, λοιπόν, έδινε ποικίλες ευκαιρίες για επικοινωνία στους χρήστες του και τους έκανε όλο και πιο «εξαρτημένους» σε αυτό. Οι χρήστες το καθιστούσαν απαραίτητο κομμάτι στις σχέσεις τους, μέσω των μηνυμάτων, του περιεχομένου στον τοίχο τους, των ομάδων στις οποίες άνηκαν, των ατόμων που γνώριζαν μέσα από εκεί, κ.λπ.

Όσο περνούσε ο καιρός και η επιτυχία του Facebook ήταν, πλέον, αδιαμφισβήτητη, ο Ζούκερμπεργκ και η ομάδα του είχαν στα χέρια τους δεδομένα από εκατομμύρια χρήστες. Το κύριο μέλημά τους ήταν η ιδιωτικότητα. Γι' αυτό τον λόγο, το Facebook είναι σχεδιασμένο ώστε ο καθένας να έχει μόνο ένα προφίλ, έτσι ώστε οι χρήστες να αναρωτηθούν πόσα θέλουν να δείξουν από τον εαυτό τους στους άλλους. Στο ίδιο προφίλ που κάποιος έχει φίλους τους φίλους του, έχει π.χ. και το αφεντικό του, οπότε έχει μόνο μια ευκαιρία να διαμορφώσει το προφίλ του όπως θέλει. Όπως ανέφερε και ο Ζούκερμπεργκ «έχετε μόνο μία ταυτότητα» (Kirkpatrick, 2010, p. 199), οπότε και ένα προφίλ. Το ίδιο το Facebook διαγράφει προφίλ που δεν έχουν επιβεβαιωμένη διεύθυνση email ή πειστικό ονοματεπώνυμο.

Ενώ ο ίδιος ο Ζούκερμπεργκ ήταν θερμός υποστηρικτής της ιδιωτικότητας, ο τεράστιος αριθμός δεδομένων που καλούταν να διαχειριστεί η εταιρεία του, έφερε στο προσκήνιο ζητήματα σχετικά με την ιδιωτικότητα. Κανείς δεν ήταν σίγουρος για το πού καταλήγουν αυτά τα δεδομένα. (2010, pp. 201-202). Μόλις το 2018 αποκαλύφθηκε πως, αν και ο Ζούκερμπεργκ είχε σαν πρώτο μέλημα την ιδιωτικότητα των χρηστών, η εταιρεία Cambridge Analytica, βρετανική εταιρεία που ειδικευόταν στην ανάλυση δεδομένων για πολιτικούς σκοπούς (Ingram, 2018), εξασφάλιζε δεδομένα από χρήστες του Facebook, χωρίς οι ίδιοι να το γνωρίζουν και τα χρησιμοποιούσε για πολιτικούς σκοπούς (Cadwalladr & Graham-Harrison, 2018). Το σκάνδαλο αυτό ήταν τόσο μεγάλο, που ο Μαρκ Ζούκερμπεργκ κλήθηκε να καταθέσει μπροστά στο Αμερικανικό Κογκρέσο⁴. Η Cambridge Analytica έκλεισε την ίδια χρονιά.

Έπειτα από το σκάνδαλο της Cambridge Analytica που επηρέασε 87 εκατομμύρια προφίλ (Kozłowska, 2018), των οποίων τα δεδομένα χρησιμοποιήθηκαν για τις καμπάνιες των Τεντ Κρουζ και Ντόναλντ Τραμπ το 2015 και 2016, για το Brexit το 2016 και τις Μεξικανικές εκλογές του 2018 (Cadwalladr & Graham-Harrison, 2018), τα προβλήματα με την ιδιωτικότητα συνεχίζονταν για την εταιρεία του Ζούκερμπεργκ. Στις αρχές του 2019 έγινε γνωστό πως πάνω από 200 εκατομμύρια κωδικοί χρηστών του Facebook, αποθηκεύονταν μη κρυπτογραφημένοι, με αποτέλεσμα να έχουν πρόσβαση σε αυτούς περίπου δύο χιλιάδες

⁴ https://www.youtube.com/watch?v=mZaec_mlg9M

υπάλληλοι του Facebook. Η απάντηση της εταιρείας ήταν πως κανένας υπάλληλος δεν καταγράστηκε δεδομένα και πως οι κωδικοί μοιράστηκαν μόνο εσωτερικά της εταιρείας⁵.

Παρ' όλα τα σκάνδαλα, το Facebook εξακολουθεί να κατέχει τη θέση του κοινωνικού μέσου με τα περισσότερα μέλη. Ο ίδιος ο Ζούκερμπεργκ ήθελε να δημιουργήσει με αυτό έναν παγκόσμιο κολοσσό και τα κατάφερε. Το Facebook πέτυχε τόσο επειδή η διεπαφή του χρήστη με την πλατφόρμα ήταν απλή, η όψη της ιστοσελίδας παραμένει απλοϊκή και δεν παραπέμπει σε κάτι πολύπλοκο, ο κάθε χρήστης επιλέγει τι περιεχόμενο θα βλέπει στην αρχική του σελίδα, υπάρχει μετάφραση στις κοινοποιήσεις και η πλατφόρμα είναι ανοιχτή στο να δημιουργούν οι χρήστες εφαρμογές συμβατές με το Facebook (Kirkpatrick, 2010, p. 276). Το Facebook κατάφερε να κρατήσει 15 χρόνια, συνεχίζοντας να έχει την πρωτιά, και να ενσωματωθεί στην σύγχρονη ζωή και την κουλτούρα κάθε χώρας (2010, p. 334).

2.2 Ο ρόλος του Facebook στην ακαδημαϊκή ζωή

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, το Facebook είναι μια πλατφόρμα που δημιουργήθηκε από φοιτητές, για φοιτητές και ήταν αυτοί που συνέβαλαν στην τεράστια επιτυχία του και το έκαναν μια επιχείρηση παγκόσμιου βεληνεκούς. Ακριβώς γι' αυτό τον λόγο, το Facebook παραμένει δημοφιλές ειδικότερα σε φοιτητές παγκοσμίως (Webb et al., 2012, p.3). Είναι η μορφή του τέτοια, ώστε έχει επηρεάσει την κοινωνική δραστηριότητα και ζωή των χρηστών με πολλούς τρόπους, λόγω της φιλικότητας προς αυτούς (Taprial & Kanwar, 2012).

Το Facebook έχει τεράστια επιρροή στην ζωή των φοιτητών παγκοσμίως. Το 94-97% των φοιτητών προπτυχιακού σε όλο τον κόσμο χρησιμοποιούν το Facebook (Khalis & Mikami, 2018). Ειδικότερα οι φοιτητές που σπουδάζουν σε διαφορετική περιοχή, μακριά από το σπίτι τους, που επικοινωνούν τόσο με άτομα από την ίδια σχολή ή/ και καινούργιους φίλους, όσο και με τους παλιούς τους φίλους, βρίσκουν το Facebook ένα πολύ σημαντικό εργαλείο επικοινωνίας και κοινωνικής συναναστροφής (Webb et al., 2012, p.3). Σύμφωνα με μία έρευνα των Ρεμπέκ κ.α (2009), όπως αναφέρουν οι Webb κ.α (2012, p. 3), φοιτητές χρησιμοποιούσαν το Facebook περίπου μισή ώρα την ημέρα, σαν κομμάτι της καθημερινής τους ρουτίνας.

⁵ https://www.lifo.gr/now/world/230892/to-facebook-paradexthike-pos-ypalliloi-toy-eixan-prosvase-600-ekatommyria-kodikoyxriston?fbclid=IwAR3UnSIKQUWuxJWO1VWMJGRGb2ftqu3v9XqxNeHWyF7gGEiS77d-C_VreO4

Η κοινωνική συναναστροφή μέσω διαδικτύου, και κατά περίπτωση μέσω Facebook, είναι λιγότερο περίπλοκη από την δια ζώσης και το άτομο έχει τον χρόνο, τον χώρο και τις ευκαιρίες να εκφραστεί όπως θέλει, χωρίς περιορισμούς, κάτι το οποίο διευκολύνει αρκετά τους φοιτητές που ξεκινούν την ακαδημαϊκή τους καριέρα και είναι ντροπαλοί, ή γενικότερα τα άτομα που είναι εσωστρεφή, να νιώθουν το αίσθημα του «ανήκειν» (Webb et al., 2012, p. 5).

Σαν κοινωνικό μέσο, το Facebook είναι δημοφιλές σε φοιτητές, επειδή προσφέρει πολλές λειτουργίες και αυτό τους ελκύει, εφόσον είναι άτομα τα οποία επιδίδονται σε διάφορες δραστηριότητες και ενδιαφέροντα. Μια έρευνα των Quan-Hasse και Young (2010), όπως αναφέρουν οι Webb κ.α (2012, p. 6), έδειξε πως υπάρχουν έξι λειτουργίες του Facebook για τους χρήστες:

1. Μπορεί να λειτουργεί σαν μέσο για να περνάει κάποιος τον χρόνο του,
2. σαν εργαλείο που επηρεάζει τους χρήστες,
3. σαν κάτι που επιβάλλει η μόδα της εποχής,
4. σαν μέσο να μοιράζονται οι χρήστες τα προβλήματά τους,
5. σαν εργαλείο κοινωνικότητας και
6. σαν μέσο για να εισπράττουν οι χρήστες κοινωνικές πληροφορίες.

Παρ' όλα αυτά, το Facebook δεν είναι μονάχα ένα χρήσιμο κοινωνικό εργαλείο για τους φοιτητές, αλλά και ένα χρήσιμο ακαδημαϊκό εργαλείο. Οι ραγδαίες τεχνολογικές αλλαγές και ο μεγάλος ρόλος των social media στις ζωές των ανθρώπων, έχουν φέρει αλλαγές και στα πανεπιστήμια (Stefanica, 2014). Τα ίδια τα πανεπιστήμια χρησιμοποιούν τα social media και ειδικότερα το Facebook, για να επικοινωνούν με φοιτητές, ενώ ενθαρρύνουν και την χρήση τους καθώς μέσω αυτής οι φοιτητές ενημερώνονται για ζητήματα της σχολής τους και μπορούν να συμμετέχουν και σε ομάδες συζήτησης (2014). Μια έρευνα που διεξήγαγε η Stefanica (2014) σε φοιτητές πανεπιστημίων της Ρουμανίας με ενεργή σελίδα στο Facebook, έδειξε μεν ότι οι φοιτητές χρησιμοποιούν το Facebook για να διατηρήσουν σχέσεις με φίλους και συναδέλφους από τη σχολή, αλλά το χρησιμοποιούν και για να ενημερώνονται για τις δραστηριότητες της σχολής τους, καθώς επίσης και για να δημιουργούν ομάδες συζήτησης σχετικά με ζητήματα της σχολής, ή να επικοινωνούν απευθείας με καθηγητές και αντιπροσώπους της σχολής (2014).

Οι φοιτητές που ανήκουν στην γενιά του διαδικτύου, είναι δηλαδή ομάδες νέων που εκτίθενται σε περιβάλλοντα με υπολογιστές στην καθημερινή τους, επαγγελματική και

κοινωνική, ζωή (Feng et al., 2018), έχουν συνηθίσει στις νέες μεθόδους διαμοιρασμού τις πληροφορίες, τόσο για ψυχαγωγικούς όσο και για ακαδημαϊκούς σκοπούς. Επομένως, είναι δύσκολο να εντοπίσουν από μόνοι τους αν η χρήση των social media γίνεται χωρίς να επηρεάζει, αν επηρεάζει, την ακαδημαϊκή τους καριέρα, έστω σαν κάτι που τους αποπροσανατολίζει προσωρινά από κάποια εργασία.

Τίθεται λοιπόν το ερώτημα, κατά πόσο η τόσο εκτεταμένη χρήση του Facebook από φοιτητές μπορεί να έχει κάποια αρνητική επίδραση στην ακαδημαϊκή τους πορεία ή την καθημερινή τους ζωή γενικότερα. Αρχικά, σύμφωνα με τον Jones (2002), όπως αναφέρουν οι Feng κ.α (2018), οι φοιτητές χρησιμοποιούν το Facebook με τρεις τρόπους:

1. Βαριά χρήση, συνήθως από άτομα που άρχισαν να το χρησιμοποιούν πολύ νωρίς.
2. Για να βελτιστοποιήσουν την εκπαιδευτική τους πορεία
3. Για να επιφέρουν αλλαγές στην κοινωνική τους ζωή.

Είναι εξίσου σημαντικό στις ζωές των φοιτητών, επομένως, να χρησιμοποιούν το διαδίκτυο γενικότερα, τόσο για ακαδημαϊκούς σκοπούς, όπως αναζήτηση πηγών ή βοήθεια από άλλα άτομα σχετικά με αντικείμενο της σχολής τους, όσο και για κοινωνικούς ή ψυχαγωγικούς σκοπούς, όπως για να βλέπουν ταινίες ή να μιλούν με τους φίλους τους, κ.α (Feng et al., 2018). Επισκιάζει όμως η ψυχαγωγική χρήση την ακαδημαϊκή;

Υπάρχει ο όρος «ακαδημαϊκός περισπασμός» (“academic distraction”), δηλαδή η διαδικασία κατά την οποία η ικανότητα των φοιτητών να εκτελούν εργασίες και δραστηριότητες σχετικά με τη σχολή τους, με ακρίβεια και προσοχή, επηρεάζεται από εξωτερικούς και εσωτερικούς παράγοντες (Feng et. al., 2018). Ένας τέτοιος εξωτερικός παράγοντας θα μπορούσε να είναι η χρήση του Facebook. Δεδομένου ότι το Facebook για τους φοιτητές είναι επέκταση της κοινωνικής τους ζωής και σημαντικό εργαλείο για τις κοινωνικές τους διασυνδέσεις, νιώθουν την ανάγκη να το χρησιμοποιούν όσο το δυνατόν συχνότερα. Ειδικότερα η δυνατότητα των άμεσων μηνυμάτων (Instant Messaging, IM) μέσω Facebook, θα μπορούσε να αποσπά την προσοχή των φοιτητών όταν καταπιάνονται με κάποια δραστηριότητα της σχολής (2018). Μια έρευνα του Kessler (2011), όπως αναφέρουν οι Feng κ.α (2018), έδειξε πως το 73% των φοιτητών δήλωσαν πως δεν μπορούν να διαβάσουν χωρίς να χρησιμοποιούν κάποιο προϊόν τεχνολογίας, ενώ το 38% δήλωσε πως δεν μπορεί να διαβάσει πάνω από 10 λεπτά χωρίς να χρησιμοποιήσει κάποια ηλεκτρονική συσκευή.

Η έρευνα που διεξήγαγαν οι Feng κ.α (2018), για να διαπιστώσουν αν υπάρχει σύνδεση μεταξύ της χρήσης του διαδικτύου και του Facebook, και της απόσπασης προσοχής από τις ακαδημαϊκές δραστηριότητες ή τις ακαδημαϊκές επιτυχίες, έδειξε ότι:

1. Αν οι φοιτητές περνούν περισσότερο χρόνο στο διαδίκτυο για ψυχαγωγικούς σκοπούς, η συγκέντρωσή τους στις ακαδημαϊκές δραστηριότητες κλονίζεται
2. Αν οι φοιτητές χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για ακαδημαϊκή χρήση, δεν επηρεάζει τη συγκέντρωσή τους στις ακαδημαϊκές δραστηριότητες
3. Ασχέτως από τη χρήση που κάνουν στο Facebook οι φοιτητές, αν το χρησιμοποιούν περισσότερο μέσα στην ημέρα, μειώνεται η συγκέντρωσή τους στις ακαδημαϊκές δραστηριότητες.
4. Φοιτητές που είχαν πολλούς φίλους στο Facebook, συγκεντρώνονταν λιγότερο στις υποχρεώσεις τους για τη σχολή
5. Οι φοιτητές που δεν συγκεντρώνονταν, απέδιδαν λιγότερο στη σχολή τους

Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα της έρευνας, φαίνεται να υπάρχει σχέση μεταξύ της υπερβολικής χρήσης του Facebook και του διαδικτύου (για ψυχαγωγικούς σκοπούς) από τους φοιτητές και της μειωμένης απόδοσής τους στις ακαδημαϊκές τους υποχρεώσεις. Το φαινόμενο αυτό, όμως, είναι κάτι που συνεχίζει να αμφισβητείται.

Μια άλλη έρευνα των Manasijevic κ.α, σε φοιτητές ενός τμήματος του Πανεπιστημίου στο Βελιγράδι, δείχνει πως το Facebook θα μπορούσε να έχει θετικά αποτελέσματα στην ακαδημαϊκή επίδοση των φοιτητών (Manasijevic et.al., 2015). Η έρευνα έδειξε πως κατά κύριο λόγο, οι φοιτητές χρησιμοποιούσαν το Facebook για κοινωνικούς σκοπούς, για να εντοπίζουν και να κρατούν επαφές με φίλους (2015). Όμως, το 23,1% των φοιτητών βρίσκει το Facebook πολύ χρήσιμο για ακαδημαϊκούς σκοπούς, εφόσον οι φοιτητές μέσω αυτού δημιουργούν ομάδες με συμμαθητές τους, που έχουν ως κοινή θεματική ζητήματα της σχολής, διακινώντας έτσι πληροφορίες (2015). Οι ίδιοι οι καθηγητές μπορούν να εκμεταλλευτούν το γεγονός αυτό, επικοινωνώντας με τους φοιτητές μέσω τέτοιων υπηρεσιών του Facebook (2015). Παρ' όλα αυτά, τα αποτελέσματα οποιασδήποτε έρευνας, δεν μπορούν να γενικευθούν και να αποτελέσουν έναν γενικό κανόνα, για όλους τους φοιτητές.

Επίσης, ένας ακόμη λόγος που αμφισβητούνται τα αποτελέσματα σχετικά με την επίδραση του Facebook στις ακαδημαϊκές επιδόσεις, είναι το γεγονός ότι δεν κάνουν όλοι την ίδια χρήση και δεν έχουν όλοι τον ίδιο τρόπο ζωής. Για παράδειγμα, τα άτομα που

είναι αναβλητικά, αναβάλουν δηλαδή, συχνά, τις υποχρεώσεις τους, χρησιμοποιούν το Facebook περισσότερο, επομένως είναι λογικό να μην αποδίδουν το ίδιο με τα άτομα που είναι πιο τακτικά ή σχολαστικά (Przeriorka et.al., 2016).

Παρακάτω, θα ακολουθήσει η έρευνα που διεξήχθη μέσω ερωτηματολογίου και συνεντεύξεων, στους προπτυχιακούς φοιτητές των τμημάτων Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών και Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού του Παντείου Πανεπιστημίου, σχετικά με τη χρήση που κάνουν στο Facebook.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

3.1 Ερευνητικά ερωτήματα:

Η έρευνα που διεξήχθη με δύο τρόπους, α) μέσω ερωτηματολογίου σε χρήστες του Facebook, ειδικότερα φοιτητές προπτυχιακού του τμήματος Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών και φοιτητές προπτυχιακού του τμήματος Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού του Παντείου Πανεπιστημίου και β) μέσω συνέντευξης μέσω email, σε άτομα που χρησιμοποιούν το Facebook και έχουν απαντήσει το ερωτηματολόγιο, ως συμπλήρωμα, αλλά και σε άτομα που δεν χρησιμοποιούν το Facebook.

Στόχοι του ερωτηματολογίου είναι:

1. Να αναλυθεί η χρήση που κάνουν οι φοιτητές των δύο τμημάτων στο Facebook (ποσοτικά και ποιοτικά, δηλαδή πώς το χρησιμοποιούν, πόσο και γιατί)
2. Να εντοπιστούν ομοιότητες και διαφορές στην χρήση που κάνουν οι φοιτητές, μεταξύ των δύο τμημάτων.

Στόχος των συνεντεύξεων είναι να προκύψουν ενδιαφέροντα σημεία στους τρόπους με τους οποίους κάνουν χρήση του Facebook οι συνεντευξιζόμενοι, αλλά και στις αντιλήψεις σχετικά με το Facebook όσων δεν κάνουν χρήση αυτού.

3.2 Μεθοδολογία ερωτηματολογίων και συνεντεύξεων:

Το ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε μέσω της διαδικτυακής πλατφόρμας της Google για κατασκευή ερωτηματολογίων, τον ιστόχωρο «Φόρμες Google» (“Google Forms”)⁶ και διανεμήθηκε διαδικτυακά στις ομάδες που έχουν δημιουργήσει οι προπτυχιακοί φοιτητές των δύο τμημάτων, στο Facebook, στις οποίες είναι μέλη. Η ανάλυση των αποτελεσμάτων έγινε με τη χρήση της υπηρεσίας στην οποία δημιουργήθηκαν τα ερωτηματολόγια, η οποία προσφέρει τον αριθμό των ποσοστών των απαντήσεων στην κάθε ερώτηση, αλλά και μέσω του προγράμματος Excel, όπου για κάθε ερωτηματολόγιο σημειώθηκαν ξεχωριστά όλες οι απαντήσεις ώστε να διαπιστωθούν μοτίβα σχετιζόμενων απαντήσεων.

⁶ https://www.google.com/intl/el_gr/forms/about/

Οι συνεντεύξεις για χρήστες του Facebook, έγιναν σε άτομα τα οποία ενδιαφέρθηκαν βλέποντας σχετική σημείωση στο ερωτηματολόγιο, στο οποίο αναγραφόταν πως «σε περίπτωση που κάποιος ενδιαφέρεται να συμμετέχει σε συνέντευξη μέσω e-mail, σχετική με το θέμα του ερωτηματολογίου, παρακαλώ να επικοινωνήσει στην διεύθυνση [...]». Οι συνεντεύξεις για τους μη χρήστες του Facebook, έγιναν σε άτομα που δεν χρησιμοποιούν το Facebook, είτε μέσω προσωπικής πρότασης, είτε μέσω πρότασης από τρίτους. Οι ερωτήσεις και των δύο ομάδων, στάλθηκαν στους συμμετέχοντες μέσω e-mail.

Οι συμμετέχοντες τόσο των ερωτηματολογίων, όσο και των συνεντεύξεων, έχουν διατηρηθεί ανώνυμοι στην κατασκευή της παρούσας εργασίας.

3.3 Ερωτηματολόγιο και ερωτήσεις συνεντεύξεων:

Το ερωτηματολόγιο κατασκευάστηκε με σκοπό οι απαντήσεις που θα δοθούν από τους συμμετέχοντες να αναδείξουν τα ερευνητικά ερωτήματα που αναφέρθηκαν στο 3.1. Επομένως, οι ερωτήσεις σχετικά με την χρήση του Facebook αφορούν την εμπειρία από την ποσότητα της χρήσης, την ποιότητά της, καθώς και την ασφάλειά της. Το ερωτηματολόγιο βρίσκεται στο Παράρτημα 1 (βλ.σελ. 44).

Οι ερωτήσεις των συνεντεύξεων των χρηστών του Facebook, είναι κατασκευασμένες για να εμβαθύνουν περισσότερο σε ζητήματα που τίγονται στο ερωτηματολόγιο, αλλά και όπως αναφέρθηκε, να βοηθήσουν στο να προσδιοριστούν ενδιαφέροντα σημεία όσον αφορά τη χρήση της πλατφόρμας του Facebook. Οι ερωτήσεις βρίσκονται στο Παράρτημα 1 (βλ.σελ. 62).

Οι ερωτήσεις των συνεντεύξεων για τα άτομα που δεν χρησιμοποιούν το Facebook, εστιάζουν στους λόγους αυτής τους της επιλογής, αλλά και στην συμπεριφορά που έχουν στο διαδίκτυο, εκτός της χρήσης Facebook και παραθέτονται στο Παράρτημα 1 (βλ.σελ. 62).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

4.1 Ανάλυση αποτελεσμάτων ερωτήσεων σχετικών με την ποιότητα και την ποσότητα χρήσης του Facebook (πρώτο ερευνητικό ερώτημα)

4.1.1 Απαντήσεις φοιτητών τμήματος Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης:

Αρχικά, θα αναφερθούν τα δημογραφικά και γενικά στοιχεία των συμμετεχόντων. Τα ποσοστά σε όλη την καταγραφή των απαντήσεων (σελ. 26-35 της παρούσας εργασίας) είναι σε στρογγυλοποίηση. Το ερωτηματολόγιο απάντησαν 59 άτομα, εκ των οποίων 76 % είναι γυναίκες και το 24% άντρες. Όσον αφορά την ηλικία, οι συμμετέχοντες ανήκουν σε ποσοστό 75% στην ηλικιακή ομάδα 18-22 ετών, σε ποσοστό 20% στην ομάδα 23-27 ετών και σε ποσοστό 5% στην ομάδα μεγαλύτεροι των 27 ετών. Τα ποσοστά αυτά βγάζουν νόημα, καθώς οι ηλικίες των φοιτητών προπτυχιακού είναι συνήθως 18-22 ετών. Η περιοχή κατοικίας των συμμετεχόντων είναι σε ποσοστό 93% η Αττική και σε ποσοστό 7% άλλες περιοχές της Ελλάδας.

Στα γενικά στοιχεία για τη χρήση του Facebook ή/και άλλων social media, η πλειοψηφία των συμμετεχόντων έφτιαξε προφίλ στο Facebook σε ηλικία από 12-15 ετών (63%) («16-19 ετών – 22%», «μικρότεροι των 12 ετών – 10%», «μεγαλύτεροι των 22 ετών – 3%» και «20-22 ετών – 2%»). Επίσης, στην πλειοψηφία, ήταν οι ίδιοι που έφτιαξαν το προφίλ τους στο Facebook (76%) (Το έφτιαξαν «συγγενείς – 12%», «φίλοι – 7%», «γονείς – 5%»). Εκτός από Facebook, οι συμμετέχοντες δήλωσαν πως έχουν λογαριασμό στο Instagram (88%) ή/και στο YouTube (75%) ή/και στο Twitter (51%). Το 100% των συμμετεχόντων χρησιμοποιεί το Facebook από smartphone, το 83,1% και από υπολογιστή, ενώ το 6,8% και από τάμπλετ.

Το πρώτο ερευνητικό ερώτημα της παρούσας έρευνας είναι σχετικά με την ποιοτική και ποσοτική χρήση που κάνουν οι φοιτητές των δύο τμημάτων, του Καποδιστριακού και του Παντείου. Οι ερωτήσεις που αντιστοιχούσαν στο πρώτο ερευνητικό ερώτημα, είναι ερωτήσεις σχετικά με το πώς, πόσο και το γιατί χρησιμοποιούν το Facebook. Θα αναλυθούν πρώτα οι απαντήσεις των φοιτητών του τμήματος **Επικοινωνίας και ΜΜΕ** του Καποδιστριακού.

Σχετικά με το πώς χρησιμοποιείται το Facebook από τους φοιτητές, οι ερωτήσεις που αντιστοιχούσαν στο ερωτηματολόγιο ήταν 23. Οι ερωτήσεις, στην πλειοψηφία τους, δημιουργήθηκαν με την κλίμακα Likert (από 1-διαφωνώ απόλυτα, έως 5-συμφωνώ απόλυτα). Σε ένα γενικό συμπέρασμα, από τις **απαντήσεις των φοιτητών του τμήματος ΕΜΜΕ ΕΚΠΑ**⁷, σχετικά με το πώς χρησιμοποιούν το Facebook προέκυψε πως κάνουν γενικότερα μια φειδωλή, και όσο γίνεται ασφαλή χρήση. Η πλειοψηφία αυτών, με βάση τις ερωτήσεις που αντιστοιχούσαν στην ποιότητα της χρήσης, απάντησαν πως:

- έχουν στο Facebook φίλους άτομα που γνωρίζουν (απαντήσεις 4-συμφωνώ 42% και 5-συμφωνώ απόλυτα 42% επίσης),
- πως δεν κοινοποιούν συχνά περιεχόμενο στο προφίλ τους (1-διαφωνώ απόλυτα στην πρόταση «Κοινοποιώ συχνά περιεχόμενο στο προφίλ μου» με ποσοστό 41% και 2-διαφωνώ με ποσοστά 34%),
- πως σχολιάζουν περισσότερο σε προφίλ φίλων τους (4-συμφωνώ 29% και 5-συμφωνώ απόλυτα 25%),
- πως τα like και οι αντιδράσεις στις δημοσιεύσεις τους δεν είναι σημαντικά για εκείνους («Νιώθω ότι τα like και οι αντιδράσεις στις δημοσιεύσεις μου είναι σημαντικά», 1-διαφωνώ απόλυτα 31%, 2-διαφωνώ 29%),
- πως δεν εκφράζουν τις πολιτικές ή άλλες απόψεις στο προφίλ τους («Εκφράζω τις πολιτικές μου απόψεις μέσω Facebook», 1-διαφωνώ απόλυτα 63% και «Εκφράζω απόψεις για ζητήματα που με απασχολούν μέσω Facebook», 1-διαφωνώ απόλυτα 44%, 2-διαφωνώ 25%),
- πως ενώ δεν έχουν διαγράψει φίλο από το Facebook λόγω αυτών που ανέβαζε στο προφίλ του («Έχω διαγράψει άτομο/α από το Facebook επειδή δεν συμφωνούσα με τις πολιτικές απόψεις που εξέφραζε στο προφίλ του», 1-διαφωνώ απόλυτα 42%, 2-διαφωνώ 12%), αλλά έχουν απορρίψει αίτημα φιλίας για τον ίδιο λόγο (4-συμφωνώ 37%, 5-συμφωνώ απόλυτα 29%), παρ'όλα αυτά όχι άτομο που τους ενδιέφερε ερωτικά («Έχω απορρίψει ερωτικά άτομο επειδή δεν μου άρεσαν αυτά που κοινοποιούσε στο προφίλ του», 1-διαφωνώ απόλυτα 42%, 2-διαφωνώ 17%),
- πως έχουν αναζητήσει το προφίλ στο Facebook ατόμου που τους ενδιέφερε ερωτικά (5-συμφωνώ απόλυτα 70%) ή ατόμου που έψαχναν (5-συμφωνώ απόλυτα 59%) ή απλά ατόμου που τους εμφανίστηκε στους προτεινόμενους φίλους (4-συμφωνώ 29%, 5-συμφωνώ απόλυτα 30%),

⁷ Τμήμα ΕΜΜΕ = Τμήμα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης

- πως είναι μέλη σε ομάδα ή ομάδες στο Facebook (5-συμφωνώ απόλυτα 68%)
- πως έχουν πάει σε κάποια εκδήλωση επειδή τους προτάθηκε μέσω Facebook (4-συμφωνώ 25%, 5-συμφωνώ απόλυτα 25%)
- πως έχουν κοινοποιήσει την τοποθεσία στην οποία βρίσκονταν (check-in) (4-συμφωνώ 22%, 5-συμφωνώ απόλυτα 36%)
- πως ο κωδικός τους στο Facebook είναι ισχυρός (5-συμφωνώ απόλυτα, 59%), αλλά δεν τον αλλάζουν όσο συχνά προτείνει το Facebook (“Αλλάζω τον κωδικό μου στο Facebook” περισσότερο από 6 μήνες, 78%)
- πως δεν μοιράζονται τον κωδικό τους με άλλους («Έχω δώσει τον κωδικό μου στο Facebook σε άλλα άτομα (σύντροφος, γονέας, φίλος, κ.λπ)», 1-διαφωνώ απόλυτα 86%)
- πως οι δημοσιεύσεις στο προφίλ τους είναι ιδιωτικές ή τις βλέπουν μόνο οι φίλοι τους (5-συμφωνώ απόλυτα 54%),
- πως στο προφίλ τους φαίνονται προσωπικές τους πληροφορίες όπως τόπος διαμονής, ηλικία, χώρος εργασίας/σπουδών, κ.λπ (4-συμφωνώ 27%, 5-συμφωνώ απόλυτα 27%)
- πως δεν αποδέχονται αιτήματα φιλίας από αγνώστους («Αποδέχομαι αιτήματα φιλίας από αγνώστους στο Facebook», 1-διαφωνώ απόλυτα 68%)
- και πως χρησιμοποιούν το Facebook λιγότερο από παλιά (5-συμφωνώ απόλυτα 51%).

Διαπιστώθηκαν τα εξής, με βάση τις παραπάνω απαντήσεις:

- Οι χρήστες που δεν εκφράζουν πολιτικές απόψεις στο προφίλ τους, δεν εκφράζουν γενικά προσωπικές απόψεις, ενώ οι χρήστες που εκφράζονται πολιτικά στο προφίλ τους, εκφράζονται και σε άλλα ζητήματα που τους απασχολούν.
- Οι περισσότεροι που δήλωσαν πως δεν έχουν διαγράψει άτομο από τη λίστα φίλων τους λόγω αυτών που ανέβαζε στο προφίλ του, έχουν απορρίψει παράλληλα αίτημα φιλίας για τον ίδιο λόγο. Αυτό σημαίνει πως ντρέπονται να σβήσουν κάποιον γνωστό τους από το Facebook, εφόσον οι ίδιοι ως επί το πλείστον έχουν μόνο άτομα που γνωρίζουν στη λίστα φίλων τους.
- Όσοι δήλωσαν πως χρησιμοποιούν το Facebook λιγότερο από ότι παλαιότερα, δήλωσαν, παράλληλα, πως δεν θα το χρησιμοποιούν λιγότερο από τώρα στο μέλλον.

Σχετικά με το πόσο χρησιμοποιείται το Facebook από τους φοιτητές, οι ερωτήσεις που αντιστοιχούσαν στο ερωτηματολόγιο ήταν έξι (6). Οι ερωτήσεις, στην πλειοψηφία τους, δημιουργήθηκαν με την κλίμακα Likert (από 1-διαφωνώ απόλυτα, έως 5-συμφωνώ απόλυτα). Η γενική εικόνα των απαντήσεων όσον αφορά την συχνότητα χρήσης της πλατφόρμας, έδειξε πως η φοιτητές δεν υπερβάλλουν στον χρόνο που χρησιμοποιούν το Facebook. Η πλειοψηφία αυτών, με βάση τις ερωτήσεις που αντιστοιχούσαν στην ποσότητα και συχνότητα της χρήσης, απάντησαν πως:

- Χρησιμοποιούν το Facebook πολλές φορές τη μέρα, σε ποσοστό 78%.
- Δεν χρησιμοποιούν το Facebook, όμως, πολλές ώρες την ημέρα («Περνάω πολλές ώρες της ημέρας στο Facebook», 3-ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ 32%, 2-διαφωνώ 31%)
- Έχουν διαπιστώσει πως ορισμένες φορές ανοίγουν το Facebook ασυναίσθητα (5-συμφωνώ απόλυτα 29%, 4-συμφωνώ 27%)
- Δεν χάνουν την αίσθηση του χρόνου χρησιμοποιώντας το Facebook («Χάνω την αίσθηση του χρόνου όταν χρησιμοποιώ το Facebook», 2-διαφωνώ 31%, 1-διαφωνώ απόλυτα 24%)
- Δεν έχουν ξενυχτήσει χρησιμοποιώντας το Facebook («Έχω κοιμηθεί πολύ αργά τη νύχτα επειδή χάξευα στο Facebook», 2-διαφωνώ 29%, 1-διαφωνώ απόλυτα 27%)
- Δεν διακόπτουν κάτι που κάνουν για να χρησιμοποιήσουν το Facebook («Διακόπτω συχνά κάτι που κάνω για να κοιτάξω το Facebook», 2-διαφωνώ 46%, 1-διαφωνώ απόλυτα 22%)

Επίσης, διαπιστώθηκαν τα εξής:

- Οι περισσότεροι που απάντησαν πως επισκέπτονται το Facebook μία φορά την ημέρα (19%), απάντησαν σχεδόν όλες τις ερωτήσεις σχετικά με την ποσότητα/συχνότητα, στην κλίμακα 1 ή 2, δηλαδή διαφωνούσαν απόλυτα ή διαφωνούσαν. Παρ'όλα αυτά, στην πρόταση «Το Facebook μου είναι απαραίτητο μέσα στην ημέρα» είτε απαντούσαν στην κλίμακα 3 – ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, είτε στην 4 ή 5 (συμφωνώ και συμφωνώ απόλυτα αντίστοιχα).

- Όλοι όσοι απάντησαν πως επισκέπτονται το Facebook μία φορά την ημέρα, δήλωσαν πως επισκέπτονται άλλα social media στα οποία έχουν λογαριασμό, πολλές φορές την ημέρα. Όλοι δήλωσαν πως είχαν λογαριασμό στο Instagram, οι περισσότεροι και στο YouTube.
- Όσοι απάντησαν στην πρόταση «Περνάω πολλές ώρες της ημέρας στο Facebook» στην κλίμακα 4 (συμφωνώ) ή 5 (συμφωνώ απόλυτα) (συνολικό ποσοστό 32,2%), απάντησαν με παρόμοιο τρόπο και στις περισσότερες ερωτήσεις για την ποσότητα/συχνότητα χρήσης. Από αυτό διαπιστώνουμε πως έχουν την τάση να κάνουν υπερβολική χρήση.

Σχετικά με το **γιατί**, δηλαδή **για ποιους λόγους** χρησιμοποιούν οι φοιτητές το Facebook, οι ερωτήσεις που αντιστοιχούσαν στο ερωτηματολόγιο ήταν μία (1) κύρια ερώτηση και τρεις (3) συμπληρωματικές. Η κύρια ερώτηση («Για ποιους λόγους χρησιμοποιείτε το Facebook;») είναι πολλαπλής επιλογής και οι συμμετέχοντες μπορούσαν να επιλέξουν όσες επιλογές τους ταίριαζαν. Οι τρεις συμπληρωματικές, είναι ερωτήσεις κλίμακας Likert (από 1-διαφωνώ απόλυτα, έως 5-συμφωνώ απόλυτα). Η πλειοψηφία των φοιτητών απάντησε τα παρακάτω:

- Οι τρεις λόγοι χρήσης του Facebook με τις περισσότερες απαντήσεις ήταν για «επικοινωνία με φίλους» σε ποσοστό 97%, για «ενημέρωση» σε ποσοστό 73% και για «ενημέρωση σχετικά με εκδηλώσεις» σε ποσοστό 59%. Φυσικά, όπως θα αναλυθεί παρακάτω, η πλειοψηφία των συμμετεχόντων δεν έδωσαν μόνο μία απάντηση.
- Στην πρόταση «Ο κύριος τρόπος ενημέρωσής μου είναι ειδησεογραφικές σελίδες στο Facebook», οι απαντήσεις ήταν σχεδόν ίδιων ποσοστών και στα 5 επίπεδα της κλίμακας: 1-διαφωνώ απόλυτα 24%, 2-διαφωνώ 20%, 3-ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ 20%, 4-συμφωνώ 24% και 5-συμφωνώ απόλυτα 12%.
- Το Facebook έχει φανεί χρήσιμο στο να τους προτείνει μέρη να επισκεφθούν, και το έχουν κάνει (4-συμφωνώ 29%).
- Έχουν χρησιμοποιήσει το Facebook για να παίξουν παιχνίδια (5-συμφωνώ απόλυτα 36%).

Παρατηρήθηκαν, επίσης, τα εξής:

- Η πλειοψηφία όσων απάντησαν πως χρησιμοποιούν το Facebook για επικοινωνία με φίλους, απάντησε επίσης πως το χρησιμοποιεί επίσης για «επικοινωνία με συγγενείς» ή/και «επικοινωνία με καθηγητές/συμφοιτητές», ή/και «ενημέρωση», ή/και «συμμετοχή σε ομάδες ενδιαφέροντος». Οι απαντήσεις αυτές ήταν οι πιο συνηθισμένες μεταξύ αυτών που απάντησαν πως το χρησιμοποιούν για «επικοινωνία με φίλους».
- Συνήθως, όσοι δήλωναν πως χρησιμοποιούν το Facebook και για ενημέρωση, απαντούσαν χαμηλά στην κλίμακα στην πρόταση «Ο κύριος τρόπος ενημέρωσής μου είναι ειδησεογραφικές σελίδες στο Facebook», δηλαδή στο 2-διαφωνώ ή το 3-ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ.

4.1.2 Απαντήσεις φοιτητών τμήματος Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού:

Αρχικά, θα αναφερθούν τα δημογραφικά και γενικά στοιχεία των συμμετεχόντων, όπως έγινε και για τους συμμετέχοντες φοιτητές του προηγούμενου τμήματος. Το ερωτηματολόγιο απάντησαν 60 άτομα, εκ των οποίων 83% είναι γυναίκες και το 17% άντρες. Όσον αφορά την ηλικία, οι συμμετέχοντες ανήκουν σε ποσοστό 67% στην ηλικιακή ομάδα 18-22 ετών, σε ποσοστό 20% στην ομάδα 23-27 ετών και σε ποσοστό 13% στην ομάδα μεγαλύτεροι των 27 ετών. Η περιοχή κατοικίας των συμμετεχόντων είναι σε ποσοστό 88% η Αττική και σε 12% άλλες περιοχές της Ελλάδας.

Όσον αφορά τα γενικά στοιχεία για τη χρήση του Facebook ή/και άλλων social media, η πλειοψηφία των συμμετεχόντων έφτιαξε προφίλ στο Facebook σε ηλικία από 12-15 ετών (55%) («16-19 ετών – 22%», «μεγαλύτεροι των 22 ετών – 17%», «μικρότεροι των 12 ετών – 3%», και «20-22 ετών – 3%»). Επίσης, στην πλειοψηφία, ήταν οι ίδιοι που έφτιαξαν το προφίλ τους στο Facebook (67%) (Το έφτιαξαν «φίλοι – 13%», «συγγενείς – 10%», «γονείς – 8%» και «σύντροφος – 2%»). Εκτός από Facebook, οι συμμετέχοντες δήλωσαν πως έχουν λογαριασμό στο Instagram (80%) ή/και στο YouTube (68%) ή/και στο Twitter (33%). Το 97% των συμμετεχόντων χρησιμοποιεί το Facebook από smartphone, το 48% και από υπολογιστή, ενώ το 8% και από τάμπλετ.

Προχωρώντας με τις απαντήσεις σχετικά με το πρώτο ερευνητικό ερώτημα, δηλαδή το πώς, πόσο και γιατί χρησιμοποιούν το Facebook οι προπτυχιακοί φοιτητές, θα ξεκινήσουν οι

απαντήσεις σχετικά με το πώς. Οι ερωτήσεις, στην πλειοψηφία τους, δημιουργήθηκαν με την κλίμακα Likert (από 1-διαφωνώ απόλυτα, έως 5-συμφωνώ απόλυτα). Σε ένα γενικό συμπέρασμα, από τις **απαντήσεις των φοιτητών του τμήματος ΕΜΠΟ Παντείου**⁸, σχετικά με το πώς χρησιμοποιούν το Facebook προέκυψε πως κάνουν και εκείνοι, ως επί το πλείστον ασφαλή και προσεγμένη χρήση. Η πλειοψηφία τους απάντησε τα παρακάτω:

- έχουν στο Facebook φίλους άτομα που γνωρίζουν (5-συμφωνώ απόλυτα 52%),
- πως δεν κοινοποιούν συχνά περιεχόμενο στο προφίλ τους («Κοινοποιώ συχνά περιεχόμενο στο προφίλ μου» 1-διαφωνώ απόλυτα 42% και 2-διαφωνώ 22%),
- πως σχολιάζουν σε δημοσιεύσεις στα προφίλ φίλων τους (3-ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ 33% και 4-συμφωνώ 18%),
- πως τα like και οι αντιδράσεις στις δημοσιεύσεις τους δεν είναι σημαντικά για εκείνους («Νιώθω ότι τα like και οι αντιδράσεις στις δημοσιεύσεις μου είναι σημαντικά», 1-διαφωνώ απόλυτα 32%, 2-διαφωνώ 30%),
- πως δεν εκφράζουν τις πολιτικές ή άλλες απόψεις στο προφίλ τους («Εκφράζω τις πολιτικές μου απόψεις μέσω Facebook», 1-διαφωνώ απόλυτα 68% και «Εκφράζω απόψεις για ζητήματα που με απασχολούν μέσω Facebook», 1-διαφωνώ απόλυτα 57%),
- πως ενώ δεν έχουν διαγράψει φίλο από το Facebook λόγω αυτών που ανέβαζε στο προφίλ του («Έχω διαγράψει άτομο/α από το Facebook επειδή δεν συμφωνούσα με τις πολιτικές απόψεις που εξέφραζε στο προφίλ του», 1-διαφωνώ απόλυτα 68%), αλλά έχουν απορρίψει αίτημα φιλίας για τον ίδιο λόγο (5-συμφωνώ απόλυτα 45%, 4-συμφωνώ 13%), παρ'όλα αυτά όχι άτομο που τους ενδιέφερε ερωτικά («Έχω απορρίψει ερωτικά άτομο επειδή δεν μου άρεσαν αυτά που κοινοποιούσε στο προφίλ του», 1-διαφωνώ απόλυτα 42%, 2-διαφωνώ 10%),
- πως έχουν αναζητήσει το προφίλ στο Facebook ατόμου που τους ενδιέφερε ερωτικά (5-συμφωνώ απόλυτα 55%) ή ατόμου που έψαχναν (5-συμφωνώ απόλυτα 68%) ή απλά ατόμου που τους εμφανίστηκε στους προτεινόμενους φίλους (5-συμφωνώ απόλυτα 40%, 4-συμφωνώ 22%),
- πως είναι μέλη σε ομάδα ή ομάδες στο Facebook (5-συμφωνώ απόλυτα 73%)
- πως έχουν πάει σε κάποια εκδήλωση επειδή τους προτάθηκε μέσω Facebook (5-συμφωνώ απόλυτα 38%, 4-συμφωνώ 25%)

⁸ Τμήμα ΕΜΠΟ = Τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων και Πολιτισμού Παντείου Πανεπιστημίου

- πως έχουν κοινοποιήσει την τοποθεσία στην οποία βρίσκονταν (check-in) (5-συμφωνώ απόλυτα 33%, 4-συμφωνώ 22%)
- πως ο κωδικός τους στο Facebook είναι ισχυρός (5-συμφωνώ απόλυτα 50%, 4-συμφωνώ 15%), αλλά δεν τον αλλάζουν όσο συχνά προτείνει το Facebook (“Αλλάζω τον κωδικό μου στο Facebook” περισσότερο από 6 μήνες, 78%)
- πως δεν μοιράζονται τον κωδικό τους με άλλους («Έχω δώσει τον κωδικό μου στο Facebook σε άλλα άτομα (σύντροφος, γονέας, φίλος, κ.λπ)», 1-διαφωνώ απόλυτα 82%)
- πως οι δημοσιεύσεις στο προφίλ τους είναι ιδιωτικές ή τις βλέπουν μόνο οι φίλοι τους (5-συμφωνώ απόλυτα 60%),
- πως στο προφίλ τους φαίνονται προσωπικές τους πληροφορίες όπως τόπος διαμονής, ηλικία, χώρος εργασίας/σπουδών, κ.λπ (5-συμφωνώ απόλυτα 25%, 4-συμφωνώ 23%,)
- πως δεν αποδέχονται αιτήματα φιλίας από αγνώστους («Αποδέχομαι αιτήματα φιλίας από αγνώστους στο Facebook», 1-διαφωνώ απόλυτα 72%)
- και πως χρησιμοποιούν το Facebook λιγότερο από παλιά (5-συμφωνώ απόλυτα 37%, 4-συμφωνώ 28%).

Διαπιστώθηκαν τα εξής, με βάση τις παραπάνω απαντήσεις:

- Η πλειοψηφία των φοιτητών που δεν εκφράζουν πολιτικές απόψεις στο προφίλ τους, δεν εκφράζουν γενικά προσωπικές απόψεις, ενώ συμβαίνει και το αντίθετο, δηλαδή όσοι εκφράζουν τις πολιτικές τους απόψεις, εκφράζονται και γενικά για ζητήματα που τους απασχολούν.
- Όπως συνέβη και με τις απαντήσεις των φοιτητών του τμήματος ΕΜΜΕ ΕΚΠΑ, η πλειοψηφία αυτών που δήλωσαν πως δεν έχουν διαγράψει άτομο από τη λίστα φίλων τους λόγω αυτών που ανέβαζε στο προφίλ του, έχουν απορρίψει παράλληλα αίτημα φιλίας για τον ίδιο λόγο.

Όσον αφορά το **πόσο** χρησιμοποιείται το Facebook από τους προπτυχιακούς φοιτητές του τμήματος ΕΜΠΟ Παντείου, οι απαντήσεις τους έδειξαν πως ούτε οι φοιτητές αυτού του τμήματος έδειξε υπερβάλλουν στον χρόνο που χρησιμοποιούν το Facebook. Η πλειοψηφία των απαντήσεών τους σχετικά με την ποσότητα και τη συχνότητα χρήσης έδειξε τα παρακάτω:

- Χρησιμοποιούν το Facebook πολλές φορές τη μέρα, σε ποσοστό 58%.
- Δεν χρησιμοποιούν το Facebook, όμως, πολλές ώρες την ημέρα («Περνάω πολλές ώρες της ημέρας στο Facebook», 3-ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ 28%, 2-διαφωνώ 28%)
- Μερικοί έχουν διαπιστώσει πως ορισμένες φορές ανοίγουν το Facebook ασυναίσθητα (5-συμφωνώ απόλυτα 28%), ενώ άλλοι πως δεν έχουν καταλάβει κάτι τέτοιο (1-διαφωνώ απόλυτα 27%).
- Δεν χάνουν την αίσθηση του χρόνου χρησιμοποιώντας το Facebook («Χάνω την αίσθηση του χρόνου όταν χρησιμοποιώ το Facebook», 1-διαφωνώ απόλυτα 33%, 2-διαφωνώ 30%,)
- Δεν έχουν ξενυχτήσει χρησιμοποιώντας το Facebook («Έχω κοιμηθεί πολύ αργά τη νύχτα επειδή χάζευα στο Facebook», 1-διαφωνώ απόλυτα 53%)
- Δεν διακόπτουν κάτι που κάνουν για να χρησιμοποιήσουν το Facebook («Διακόπτω συχνά κάτι που κάνω για να κοιτάξω το Facebook», 1-διαφωνώ απόλυτα 42%, 2-διαφωνώ 27%)

Επίσης, παρατηρήθηκε:

- Όπως διαπιστώθηκε και στις απαντήσεις των προπτυχιακών φοιτητών του τμήματος ΕΜΜΕ ΕΚΠΑ, η πλειοψηφία όσων απάντησαν πως επισκέπτονται το Facebook μία φορά την ημέρα, δήλωσαν πως επισκέπτονται άλλα social media στα οποία έχουν λογαριασμό, πολλές φορές την ημέρα. Οι περισσότεροι δήλωσαν πως έχουν λογαριασμό στο Instagram ή/και στο YouTube.

Σχετικά με το **γιατί**, δηλαδή **για ποιους λόγους** χρησιμοποιούν οι προπτυχιακοί φοιτητές το Facebook, οι απαντήσεις, πλειοψηφικά είναι οι παρακάτω:

- Οι τρεις λόγοι χρήσης του Facebook με τις περισσότερες απαντήσεις ήταν για «επικοινωνία με φίλους» σε ποσοστό 88%, για «ενημέρωση» σε ποσοστό 68% και για «επικοινωνία με καθηγητές/συμφοιτητές» σε ποσοστό 63%. Όπως συνέβη και με το τμήμα ΕΜΜΕ ΕΚΠΑ, οι ερωτηθέντες δεν έδωσαν μία απάντηση.

- Στην πρόταση «Ο κύριος τρόπος ενημέρωσής μου είναι ειδησεογραφικές σελίδες στο Facebook», η πλειοψηφία έδωσε απαντήσεις στις χαμηλές κλίμακες (1-διαφωνώ απόλυτα 30%, 2-διαφωνώ 32%).
- Το Facebook έχει βοηθήσει ορισμένους να βρουν μέρη να επισκεφθούν (5-συμφωνώ απόλυτα 30%), ενώ άλλους όχι (1-διαφωνώ απόλυτα 23%).
- Όσον αφορά το αν έχουν χρησιμοποιήσει το Facebook για να παίξουν παιχνίδια, οι απαντήσεις είναι διχασμένες, καθώς η κλίμακα 5-συμφωνώ απόλυτα συγκέντρωσε το υψηλότερο ποσοστό, 35%, ενώ η κλίμακα 1-διαφωνώ απόλυτα, το αμέσως μεγαλύτερο ποσοστό, 23%.

4.2 Ομοιότητες και διαφορές μεταξύ των αποτελεσμάτων των απαντήσεων των προπτυχιακών φοιτητών του τμήματος ΕΜΜΕ ΕΚΠΑ και του τμήματος ΕΜΠΟ Παντείου:

Σύμφωνα με τις παραπάνω απαντήσεις που δόθηκαν στις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου και απαντώντας στο κύριο ερευνητικό ερώτημα, το ποια είναι η χρήση που κάνουν οι προπτυχιακοί φοιτητές των επιλεγθέντων τμημάτων, σε ποσοτικό, ποιοτικό και αιτιακό επίπεδο, φαίνεται η χρήση που κάνουν οι δύο αυτές ομάδες να μην διαφέρει τόσο. Ωστόσο, οι διαφορές έγκεινται στις απαντήσεις που έδιναν. Σε κάθε περίπτωση, οι ομοιότητες είναι περισσότερες από τις διαφορές.

Ομοιότητες:

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, τα αποτελέσματα των απαντήσεων των προπτυχιακών φοιτητών και των δύο τμημάτων, ήταν σχεδόν ίδια. Σε κάθε ερώτηση, έδιναν τις ίδιες απαντήσεις, με αποτέλεσμα οι πλειοψηφίες να σχηματίζονται ίδιες στις προτάσεις και τις απαντήσεις. Συμπερασματικά, με βάση τις πλειοψηφίες των παραπάνω απαντήσεων, οι προπτυχιακοί φοιτητές των τμημάτων ΕΜΜΕ ΕΚΠΑ και ΕΜΠΟ Παντείου, κάνουν συνετή χρήση της πλατφόρμας του Facebook. Είναι προσεχτικοί σε όλες τις πτυχές χρήσης, τόσο ποιοτικά (π.χ δεν αποδέχονται αιτήματα φιλίας από αγνώστους, δεν εκφράζουν πολιτικές ή άλλες απόψεις στο προσωπικό τους προφίλ, κ.α), όσο και ποσοτικά (π.χ δεν περνούν πολλές ώρες της ημέρας στο Facebook, δεν διακόπτουν συχνά κάτι που κάνουν για να περάσουν

χρόνο στο Facebook, κ.α). Χρησιμοποιούν την πλατφόρμα του Facebook περισσότερο για επικοινωνία, είτε με φίλους, είτε με καθηγητές και συμφοιτητές, είτε με συγγενείς.

Παρ' όλα αυτά, στο ζήτημα της ασφάλειας παρατηρούνται ορισμένες ατέλειες. Για παράδειγμα, ενώ η πλειοψηφία των προπτυχιακών φοιτητών των δύο τμημάτων απάντησε πως διαθέτει ισχυρό κωδικό πρόσβασης στο Facebook, δεν τον αλλάζει όσο συχνά προτείνει το ίδιο το Facebook, δηλαδή κάθε τρεις με έξι μήνες.

Αξίζει να σημειωθεί πως ομοιότητες δεν υπάρχουν μόνο στις απαντήσεις της πλειοψηφίας, αλλά και της μειοψηφίας. Όλες οι ερωτήσεις συγκέντρωναν παρόμοια ποσοστά σε κάθε απάντηση και στα δύο τμήματα προπτυχιακών φοιτητών. Το γεγονός αυτό βγάζει νόημα, εφόσον είναι άτομα που ανήκουν, στην πλειοψηφία τους, στην ίδια γενιά, και έχουν συνηθίσει να χρησιμοποιούν την πλατφόρμα με έναν συγκεκριμένο τρόπο. Οι απαντήσεις μεταξύ των ερωτηθέντων των δύο τμημάτων που δεν έμοιαζαν πολύ μεταξύ τους, θα αναλυθούν παρακάτω.

Διαφορές:

Οι διαφορές στις απαντήσεις των φοιτητών του τμήματος ΕΜΜΕ ΕΚΠΑ και του τμήματος ΕΜΠΟ Παντείου δεν είναι πολλές, όπως έχει ήδη αναφερθεί. Από τις πιο αξιοσημείωτες διαφορές είναι ότι οι προπτυχιακοί φοιτητές του τμήματος ΕΜΠΟ Παντείου, ήταν πιο «κατηγορηματικοί» στις απαντήσεις τους, δηλαδή είχαν την τάση να απαντούν είτε την θέση 1-διαφωνώ απόλυτα, είτε την θέση 5-συμφωνώ απόλυτα στις ερωτήσεις με κλίμακα Likert.

Επίσης, ήταν μεγαλύτερο το ποσοστό των φοιτητών του τμήματος ΕΜΠΟ που έφτιαξαν προφίλ στο Facebook σε ηλικία μεγαλύτερη των 22 ετών (ποσοστό 17%), από τους φοιτητές του τμήματος ΕΜΜΕ, όπου το αντίστοιχο ποσοστό ήταν μόλις 3%. Επίσης, υπήρχε ένα ποσοστό 2% στο τμήμα ΕΜΠΟ των οποίων το προφίλ στο Facebook φτιάχτηκε από σύντροφό τους, ενώ στο τμήμα ΕΜΜΕ, αν και υπήρχε αυτή η επιλογή στην ερώτηση, δεν επιλέχθηκε από κανέναν ερωτηθέντα.

Μια ακόμα σημαντική διαφορά, είναι το γεγονός ότι στην ερώτηση «Σε ποια άλλα social media (εκτός του Facebook) έχετε λογαριασμό;», οι φοιτητές του τμήματος ΕΜΜΕ δήλωσαν σε ποσοστό 51% και το Twitter, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τους φοιτητές του τμήματος ΕΜΠΟ ήταν 33%.

Ακόμα, στην πρόταση «Ο κύριος τρόπος ενημέρωσής μου είναι ειδησεογραφικές σελίδες στο Facebook», οι απαντήσεις του τμήματος ΕΜΠΟ Παντείου, ήταν μοιρασμένες στην θέση 1-διαφωνώ απόλυτα και 2-διαφωνώ της κλίμακας, ενώ οι απαντήσεις του τμήματος ΕΜΜΕ ΕΚΠΑ ήταν μοιρασμένες με παρόμοια ποσοστά σε όλες τις θέσεις της κλίμακας. Επίσης, υπήρχαν αρκετές ερωτήσεις στις οποίες οι απαντήσεις του τμήματος ΕΜΠΟ ήταν διχασμένες στο 1-διαφωνώ απόλυτα και στο 5-συμφωνώ απόλυτα, ενώ οι αντίστοιχες απαντήσεις του τμήματος ΕΜΜΕ ήταν ξεκάθαρα μοιρασμένες είτε στην μία θέση, είτε στην άλλη. Ενδεικτικά, αναφέρονται δύο (2) ερωτήσεις στις οποίες παρατηρήθηκε το παραπάνω: Στην πρόταση «Έχω πιάσει τον εαυτό μου να ανοίγει το Facebook ασυναίσθητα», οι φοιτητές του τμήματος ΕΜΠΟ Παντείου μοίρασαν την πλειοψηφία των απαντήσεων στην θέση 1-διαφωνώ απόλυτα με ποσοστό 27% και στη θέση 5-συμφωνώ απόλυτα με ποσοστό 28%, ενώ οι φοιτητές του τμήματος ΕΜΜΕ ΕΚΠΑ απάντησαν με ποσοστό 29% τη θέση 5-συμφωνώ απόλυτα και με ποσοστό 27% τη θέση 1-διαφωνώ απόλυτα. Επίσης, στην πρόταση «Έχω παίζει παιχνίδια στο Facebook», οι φοιτητές του τμήματος ΕΜΠΟ Παντείου «διχάστηκαν» ανάμεσα στο 1-διαφωνώ απόλυτα (23%) και 5-συμφωνώ απόλυτα (35%), ενώ οι αντίστοιχες απαντήσεις του τμήματος ΕΜΜΕ τείνουν προς το 5-συμφωνώ απόλυτα (36%).

5.1 Ανάλυση συνεντεύξεων χρηστών Facebook:

Τα άτομα που ενδιαφέρθηκαν να λάβουν μέρος σε συνέντευξη μέσω e-mail, ώστε να ερωτηθούν πιο συγκεκριμένα σχετικά με την χρήση που κάνουν στο Facebook ήταν τρία (3), συγκεκριμένα και συμπτωματικά γυναίκες. Τους στάλθηκαν οι ερωτήσεις στις διευθύνσεις e-mail τους σε ένα αρχείο pdf και απάντησαν στέλνοντας ένα αρχείο με τις απαντήσεις τους, μπροστά από τις οποίες αναγραφόταν ο αριθμός που αντιστοιχούσε στην ερώτηση στην οποία απαντούσαν. Οι απαντήσεις των ατόμων βρίσκονται ολόκληρες στο Παράρτημα 2 (βλ.σελ.64). Οι συνεντευξιαζόμενες είχαν απαντήσει προηγουμένως στο ερωτηματολόγιο. Παρακάτω, βρίσκονται οι πιο αξιοσημείωτες απαντήσεις σε μερικές από τις ερωτήσεις.

Όσον αφορά την ερώτηση 1 «Είστε ενεργός χρήστης του Facebook;», οι συνεντευξιαζόμενες απάντησαν με παρόμοιες απαντήσεις με αυτές που είχαν δώσει στο ερωτηματολόγιο, σε όσες ερωτήσεις αντιστοιχούσαν σε ζητήματα χρήσης της πλατφόρμας. Δύο στους τρεις (2/3) συνεντευξιαζόμενους δήλωσαν πως δεν κάνουν συχνή χρήση του Facebook, παρά μόνο για δημοσιεύσεις που αφορούν τη σχολή τους και για επικοινωνία με φίλους, συγγενείς κ.λπ. Δήλωσαν επίσης πως επισκέπτονται το Facebook για να βλέπουν δημοσιεύσεις από δημοσιογραφικές σελίδες που ακολουθούν, ενώ μόνο στον ελεύθερο χρόνο το χρησιμοποιούν για ψυχαγωγικούς σκοπούς, όπως παρακολούθηση σελίδων σχετικών με σειρές και ταινίες, ή σελίδων με χιουμοριστικές εικόνες (memes). Στο ερωτηματολόγιο πράγματι απάντησαν πως χρησιμοποιούσαν το Facebook ως επί το πλείστον για «επικοινωνία με φίλους», «ενημέρωση», «επικοινωνία με καθηγητές/συμφοιτητές», όμως δεν ήταν οι ειδησεογραφικές σελίδες στο Facebook ο μόνος τρόπος ενημέρωσής τους (απάντηση στην θέση 2-διαφωνώ, σε αντίστοιχη ερώτηση).

Η συνεντευξιαζόμενη που απάντησε πως κάνει ενεργή χρήση του Facebook, δήλωσε πως κοινοποιεί περιεχόμενο στο προφίλ της 4-5 φορές την εβδομάδα, αντιδρά συχνά σε περιεχόμενο που δημοσιεύουν φίλοι και σελίδες που ακολουθεί και το χρησιμοποιεί επίσης για επικοινωνία με φίλους και συμφοιτητές. Οι απαντήσεις της συμβάδιζαν με εκείνες που έδωσε στο ερωτηματολόγιο (π.χ 4-συμφωνώ στην πρόταση «Κοινοποιώ συχνά περιεχόμενο στο Facebook»).

Στην ερώτηση 3 «Έχετε φοβηθεί για την ιδιωτικότητά σας στο Facebook;», είναι αξιοσημείωτο ότι και οι τρεις συνεντευξιαζόμενες απάντησαν πως δεν φοβούνται, επειδή γνωρίζουν πως οι ίδιες επιλέγουν να δημοσιεύουν και να μοιράζονται πληροφορίες τους, καθώς στο διαδίκτυο πουθενά δεν υπάρχει ιδιωτικότητα και αυτό συμβαίνει σε δισεκατομμύρια ανθρώπους. Στο ερωτηματολόγιο απάντησαν πως γνωρίζουν για τα σκάνδαλα γύρω από το απόρρητο των λογαριασμών στο Facebook.

Στην ερώτηση 4 «Ποια είναι η πιο θετική εμπειρία σας από το Facebook;», οι συνεντευξιαζόμενες απάντησαν πως είχαν θετικές εμπειρίες στην συμμετοχή τους σε ομάδες, είτε ως μέλη (ένιωθαν ωραία σε ομάδες ενδιαφέροντος, με άλλα άτομα που είχαν τα ίδια ενδιαφέροντα) είτε ως διαχειρίστριες, και από την ενημέρωση για νέα στις ζωές ατόμων με τα οποία δεν έχουν πια επαφή, παρά μόνο από το Facebook.

Στην ερώτηση 5 «Ποια είναι η πιο αρνητική εμπειρία σας από το Facebook;» οι απαντήσεις των δύο από τις τρεις συνεντευξιαζόμενες είχαν κοινό παρονομαστή: αγνώστους στο Facebook που τις προσέγγισαν και έγιναν κακοποιητικοί με διάφορους τρόπους.

Στην ερώτηση 6 «Είναι σημαντικός παράγοντας το Facebook στην επικοινωνία με τους φίλους σας; Αν όχι, με ποιους άλλους τρόπους επικοινωνείτε;», οι συνεντευξιαζόμενες απάντησαν πως είναι το κύριο μέσο, όμως χρησιμοποιούν κι άλλα, όπως το Viber. Στο ερωτηματολόγιο έδωσαν αντίστοιχη απάντηση σε παρόμοια ερώτηση.

Οι ερωτήσεις 7,9 και 11, οι οποίες είχαν να κάνουν με την ερωτική ζωή και το Facebook, έχουν ενδιαφέρουσες απαντήσεις. Μία από τις τρεις συνεντευξιαζόμενες απάντησε πως θα έσβηνε τον λογαριασμό της στο Facebook αν της το ζητούσε ο σύντροφός της, όμως δεν θα ζητούσε το ίδιο από εκείνον. Οι υπόλοιπες απάντησαν πως δεν θα έσβηναν τον λογαριασμό τους αν τους το ζητούσε ο σύντροφός τους, ενώ παράλληλα δήλωσαν πως δεν θα τις ενοχλούσε να έχει Facebook ο σύντροφός τους, καθώς είναι σημαντικός παράγοντας στην επικοινωνία. Και οι τρεις συνεντευξιαζόμενες δήλωσαν πως το Facebook παίζει ενεργό ρόλο στην επιλογή ερωτικού συντρόφου, εφόσον το προφίλ κάποιου στην πλατφόρμα δίνει σημαντικές πληροφορίες για το άτομο, και, όπως αναφέρθηκε, το Facebook βοηθά στην διατήρηση μιας επικοινωνίας με κάποιον.

5.2 Ανάλυση συνεντεύξεων ατόμων που δεν είναι χρήστες Facebook:

Για την συνέντευξη των ατόμων που δεν είναι χρήστες του Facebook, απάντησε μόνο ένα άτομο. Οι πλήρεις απαντήσεις βρίσκονται στο Παράρτημα 2 (βλ.σελ. 73). Στις επόμενες σελίδες θα αναλυθούν μερικές από αυτές.

Η συνεντευξιζόμενη έκανε παλαιότερα χρήση του Facebook και απενεργοποίησε τον λογαριασμό της το 2015. Στην ερώτηση 2 «Γιατί αποφασίσατε να μην έχετε λογαριασμό στο Facebook;» απάντησε πως απενεργοποίησε τον λογαριασμό της στην πλατφόρμα επειδή την έβρισκε «βαρετή». Παρ' όλα αυτά διατηρεί λογαριασμό στο κοινωνικό μέσο Instagram, το οποίο βρίσκει περισσότερο ενδιαφέρον, εύχρηστο και «πολύχρωμο».

Στην ερώτηση 4 «Πιστεύετε ότι το γεγονός πως δεν έχετε λογαριασμό στο Facebook σας έχει στερήσει ένα κομμάτι της επικοινωνίας με τους φίλους σας;», απάντησε αρνητικά.

Αξίζει να σημειωθεί πως στην ερώτηση 7 «Ποια είναι η πιο αρνητική σας εμπειρία χρησιμοποιώντας το διαδίκτυο;» η απάντηση ήταν κοινή με την πλειοψηφία των συνεντευξιζόμενων ατόμων που χρησιμοποιούν Facebook, καθώς η συνεντευξιζόμενη απάντησε πως η πιο αρνητική της εμπειρία στο διαδίκτυο ήταν χυδαία παρενόχληση από άγνωστο στο Facebook, τον οποίο μπλόκαρε.

Δήλωσε επίσης πως δεν νιώθει περισσότερο ασφαλής χωρίς Facebook, επειδή διαθέτει λογαριασμό σε άλλα social media, αλλά προσέχει να μην δίνει ευαίσθητες προσωπικές πληροφορίες σε τέτοιες πλατφόρμες και γενικά στο διαδίκτυο. Ακόμα, δεν πιστεύει πως το γεγονός ότι δεν διατηρεί λογαριασμό στο Facebook επηρεάζει αρνητικά την επικοινωνία με φίλους.

Όσον αφορά τις ερωτήσεις 11 και 13 που αφορούν την ερωτική ζωή και το Facebook, δήλωσε πως δεν θα ένιωθε ανασφάλεια αν ο σύντροφος της είχε λογαριασμό στην πλατφόρμα, ενώ η ίδια όχι (παρόμοιες απαντήσεις με τις χρήστριες Facebook) και πως δεν αναζητά άτομα που την ενδιαφέρουν ερωτικά μέσω φίλων της που έχουν λογαριασμό στην πλατφόρμα.

Αυτό που προκύπτει και από τις δύο ομάδες συνεντευξιζόμενων, είναι το θλιβερό γεγονός, πως, δυστυχώς, οι γυναίκες γίνονται συχνά στόχος παρενοχλήσεων μέσω των social media. Επίσης, σιγά σιγά, οι χρήστες του διαδικτύου δείχνουν να μην ανησυχούν ιδιαίτερα για την ασφάλειά τους και το απόρρητο των δεδομένων, εφόσον γνωρίζουν πως οικειοθελώς

μοιράζονται όσες πληροφορίες μοιράζονται. Ακόμα, το Facebook ναί μεν είναι σημαντικό στοιχείο στην επικοινωνία με φίλους, δεν είναι όμως το κύριο μέσο που εξυπηρετεί αυτή τη λειτουργία.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Συμπερασματικά, από την παρούσα εργασία, φαίνεται πως τα social media που τόσο έχουν μπει και συνεχίζουν να μπαίνουν στην καθημερινότητα των χρηστών τους, καθώς και η ναυαρχίδα τους, το Facebook, είναι ένα σημαντικό και πολυδιάστατο κομμάτι μελέτης, το οποίο ήδη έχει ξεκινήσει να απασχολεί ακαδημαϊκά, παγκοσμίως.

Τα social media αποτελούν ένα μεγάλο μέρος της ημέρας των χρηστών τους και είναι ενδιαφέρον να εντοπίζονται οι λόγοι δημοφιλίας τους καθώς και ο τρόπος με τον οποίο επηρεάζουν την ψυχολογία του εκάστοτε χρήστη. Όπως διαπιστώθηκε, τα social media έχουν πετύχει τόσο επειδή προωθούν την ελευθερία έκφρασης της ταυτότητας του ατόμου που τα χρησιμοποιεί και ικανοποιούν την ανάγκη των χρηστών να μοιράζονται στιγμές από τη ζωή τους με άλλους χρήστες, αλλά και να βλέπουν και τις στιγμές των άλλων χρηστών εξίσου.

Το Facebook ειδικότερα, ένα μέσο φτιαγμένο από φοιτητές για φοιτητές, κατάφερε να γίνει το δημοφιλέστερο κοινωνικό δίκτυο στον πλανήτη και να γίνει προσβάσιμο σε όλους, διαθέτοντας όλα τα χαρακτηριστικά ενός κοινωνικού μέσου, διατηρώντας ακόμη την εκπαιδευτική του λειτουργία στην ακαδημαϊκή ζωή των χρηστών, μέσω των ομάδων που φτιάχνουν οι φοιτητές για ζητήματα που αφορούν τις σχολές τους.

Όσον αφορά την χρήση που κάνουν οι προπτυχιακοί φοιτητές των δύο τμημάτων που μελετήθηκαν, είναι ενδιαφέρον το ότι στην πλειοψηφία τους οι προπτυχιακοί φοιτητές κάνουν συνετή χρήση, χωρίς υπερβολές, ούτε στην ποσότητα χρήσης αλλά ούτε και στην ποιότητα (με την έννοια του πώς χρησιμοποιούν την πλατφόρμα). Ενδιαφέρον είναι επίσης, το ότι μεταξύ των δύο τμημάτων, υπήρχαν περισσότερες ομοιότητες στην χρήση του Facebook, γεγονός που πιθανότατα απορρέει από το ότι οι προπτυχιακοί φοιτητές των δύο τμημάτων ανήκουν στην ίδια γενιά, έχοντας μεγαλώσει μέσα στην εποχή του διαδικτύου και γνωρίζοντας ενδεχόμενους κινδύνους. Αυτό φάνηκε και στις συνεντεύξεις των χρηστών Facebook, οι οποίοι αναγνωρίζουν πως οικειοθελώς έχουν μοιραστεί τις πληροφορίες τους στο διαδίκτυο και στα social media, αλλά και στη συνέντευξη μη χρήστη της πλατφόρμας, που δήλωσε πως δεν νιώθει περισσότερη ασφάλεια χωρίς λογαριασμό στο Facebook, εφόσον χρησιμοποιεί το διαδίκτυο και εκθέτει με παρόμοιο τρόπο εκεί προσωπικές πληροφορίες.

Το σίγουρο είναι πως όταν γίνεται προσεκτική χρήση των social media, οι κίνδυνοι και οι αρνητικές συνέπειες μειώνονται και πως πλέον οι προσωπικές πληροφορίες των χρηστών του διαδικτύου βρίσκονται εκτεθειμένες στους παρόχους υπηρεσιών διαδικτύου και τις

ιστοσελίδες, ακόμη κι αν δεν διαθέτουν οι ίδιοι λογαριασμό στα social media. Τα κοινωνικά μέσα δεν χρειάζεται να δαιμονοποιούνται, καθώς έχουν αρκετά οφέλη στις ζωές των χρηστών τους.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΚΑΙ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΩΝ

1.1 «Ερωτηματολόγιο»

Σύνδεσμος διαδικτυακού ερωτηματολογίου: <https://forms.gle/rC7erfQYSqhN2vyU7>

Παρακάτω παρατίθεται το ερωτηματολόγιο της έρευνας. Με το σύμβολο (*) σημειώνονται οι ερωτήσεις που ήταν υποχρεωτικές.

Στοιχεία ταυτότητας: Επιλέξτε την απάντηση που σας ταιριάζει

1. Φύλο *

- Άντρας
- Γυναίκα
- Άλλο

2. Ηλικία *

- <18 ετών
- 18-22 ετών
- 23-27 ετών
- >27 ετών

3. Περιοχή κατοικίας *

- Ανατολική Μακεδονία και Θράκη
- Κεντρική Μακεδονία
- Δυτική Μακεδονία
- Ήπειρος
- Θεσσαλία
- Ιόνιοι Νήσοι
- Δυτική Ελλάδα
- Στερεά Ελλάδα
- Αττική
- Πελοπόννησος

- Βόρειο Αιγαίο
- Νότιο Αιγαίο
- Κρήτη

4. Επαγγελματική κατάσταση (επιλέξτε όσα ταιριάζουν) *

- Ιδιωτικός Υπάλληλος
- Ελεύθερος Επαγγελματίας
- Άνεργος (αναζητώ εργασία)
- Άεργος (δεν δουλεύω και δεν αναζητώ εργασία)
- Φοιτητής
- Μαθητής

5. Επίπεδο εκπαίδευσης *

- Απολυτήριο Δημοτικού
- Απολυτήριο Γυμνασίου
- Απολυτήριο Λυκείου
- Φοιτητής
- Πτυχίο Ανώτερης Εκπαίδευσης
- Πτυχίο Ανώτατης Εκπαίδευσης
- Μεταπτυχιακός τίτλος
- Διδακτορικός τίτλος

Χρήση του Facebook ή/και άλλων social media: Σε αυτές τις ερωτήσεις απαντήστε για την χρήση που κάνετε αυτό το διάστημα στο Facebook ή/και άλλα social media.

6. Σε ποια ηλικία φτιάξατε προφίλ στο Facebook; *

- <12 ετών
- 12-15 ετών
- 16-19 ετών
- 20-22 ετών
- >22 ετών

7. Ποιος έφτιαξε το προφίλ σας στο Facebook; *

- Ο ίδιος / Η ίδια
- Φίλοι
- Γονείς
- Συγγενείς
- Σύντροφος

8. Κάθε πότε επισκέπτεστε το Facebook; *

- Πολλές φορές την ημέρα
- Μία φορά την ημέρα
- Μερικές μέρες την εβδομάδα
- Μια φορά την εβδομάδα
- Μερικές μέρες τον μήνα
- Σχεδόν ποτέ
- Ποτέ

9. Από ποιες συσκευές επισκέπτεστε το Facebook; (επιλέξτε όσες χρησιμοποιείτε) *

- Από smartphone
- Από tablet
- Από υπολογιστή
- Από smart TV
- Δεν το επισκέπτομαι

10. Για ποιους λόγους χρησιμοποιείτε το Facebook; (επιλέξτε όσους ταιριάζουν) *

- Επικοινωνία με φίλους
- Επικοινωνία με συγγενείς
- Επικοινωνία με συναδέλφους
- Επικοινωνία με καθηγητές/συμφοιτητές
- Ενημέρωση
- Έκφραση απόψεων
- Συμμετοχή σε ομάδες ενδιαφέροντος
- Ενημέρωση σχετικά με εκδηλώσεις
- Παιχνίδια
- Επαγγελματικοί λόγοι

- Διαφημιστικοί λόγοι
- Εκπαιδευτικοί λόγοι
- Δεν το χρησιμοποιώ
- Άλλο:

11. Σε ποια άλλα social media έχετε λογαριασμό; (επιλέξτε όσα ταιριάζουν) *

- Instagram
- Youtube
- Twitter
- Tumblr
- Snapchat
- Pinterest
- Reddit
- LinkedIn
- We Heart It
- Κανένα άλλο
- Άλλο:

12. Κάθε πότε επισκέπτεστε τα παραπάνω social media;

- Πολλές φορές την ημέρα
- Μία φορά την ημέρα
- Μερικές μέρες την εβδομάδα
- Μια φορά την εβδομάδα
- Μερικές μέρες τον μήνα
- Σχεδόν ποτέ
- Ποτέ

13. Από ποιες συσκευές επισκέπτεστε τα παραπάνω social media; (επιλέξτε όσες χρησιμοποιείτε)

- Από smartphone
- Από tablet
- Από υπολογιστή
- Από smart TV

- Δεν τα επισκέπτομαι

Εμπειρία από τη συχνότητα χρήσης του Facebook: Στις προτάσεις που ακολουθούν, επιλέξτε την απάντηση με την οποία συμφωνείτε περισσότερο.

(1 = διαφωνώ απόλυτα, 2=διαφωνώ, 3=ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, 4=συμφωνώ, 5= συμφωνώ απόλυτα)

14. Περνάω πολλές ώρες της ημέρας στο Facebook *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

15. Έχω πιάσει τον εαυτό μου να ανοίγει το Facebook ασυναίσθητα *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

16. Έχω πιάσει τον εαυτό μου να ανοίγει το Facebook απλά για να χαζέψει *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

17. Όταν χρησιμοποιώ το Facebook δεν έχω αίσθηση του χρόνου *

- 1
- 2
- 3
- 4

- 5

18. Έχω κοιμηθεί πολύ αργά τη νύχτα επειδή χάζενα στο Facebook *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

19. Διακόπτω συχνά κάτι που κάνω για να κοιτάξω το Facebook *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

20. Αν δεν είχα Facebook για λίγο καιρό, θα μου έλειπε πολύ *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

21. Το Facebook μου είναι απαραίτητο μέσα στην ημέρα *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

22. Νιώθω ότι έχω ως ένα βαθμό εξάρτηση από το Facebook *

- 1
- 2

- 3
- 4
- 5

Εμπειρία από την ποιότητα χρήσης του Facebook: Στις προτάσεις που ακολουθούν, επιλέξτε την απάντηση με την οποία συμφωνείτε περισσότερο.

(1 = διαφωνώ απόλυτα, 2=διαφωνώ, 3=ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, 4=συμφωνώ, 5= συμφωνώ απόλυτα)

23. Οι φίλοι μου στο Facebook είναι στην πλειοψηφία άτομα που γνωρίζω *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

24. Το Facebook με έχει βοηθήσει να βρω άτομα με τα οποία είχα χαθεί *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

25. Μου φαίνεται περίεργο αν κάποιος μου πει ότι δεν έχει Facebook *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

26. Έφτιαξα το προφίλ μου στο Facebook επειδή είχαν προφίλ οι φίλοι μου *

- 1
- 2

- 3
- 4
- 5

27. Κοινοποιώ συχνά περιεχόμενο στο Facebook *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

28. Σχολιάζω ή αντιδρώ συχνά σε δημοσιεύσεις φίλων/γνωστών μου *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

29. Σχολιάζω ή αντιδρώ συχνά σε δημοσιεύσεις αγνώστων/διάσημων ατόμων *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

30. Σχολιάζω ή αντιδρώ συχνά σε δημοσιεύσεις από σελίδες που ακολουθώ *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

31. Νιώθω ότι τα like και οι αντιδράσεις στις δημοσιεύσεις μου είναι σημαντικά *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

32. Έχω σβήσει κάποια δημοσίευσή μου επειδή δεν πήρε αρκετά like ή αντιδράσεις *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

33. Επικοινωνώ με φίλους κυρίως μέσω Messenger *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

34. Επικοινωνώ με συγγενείς μέσω Messenger *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

35. Επικοινωνώ με συναδέλφους/καθηγητές/συμφοιτητές μέσω Messenger, για τις ανάγκες της δουλειάς/σχολής μου *

- 1
- 2
- 3
- 4

- 5

36. Ο κύριος τρόπος ενημέρωσής μου είναι ειδησεογραφικές σελίδες στο Facebook *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

37. Εκφράζω τις πολιτικές μου απόψεις μέσω Facebook *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

38. Εκφράζω απόψεις για ζητήματα που με απασχολούν μέσω Facebook *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

39. Έχω διαγράψει άτομο/α από το Facebook επειδή δεν συμφωνούσα με τις πολιτικές απόψεις που εξέφραζε στο προφίλ του *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

40. Έχω απορρίψει αίτημα φιλίας επειδή δεν μου άρεσαν αυτά που κοινοποιούσε το άτομο στο προφίλ του *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

41. Έχω απορρίψει ερωτικά άτομο επειδή δεν μου άρεσαν αυτά που κοινοποιούσε στο προφίλ του *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

42. Έχω αναζητήσει στο Facebook το προφίλ ατόμου που με ενδιέφερε ερωτικά *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

43. Έχω αναζητήσει στο Facebook το προφίλ κάποιου ατόμου που έψαχνα *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

44. Έχω αναζητήσει στο Facebook το προφίλ ατόμου που μου εμφανίστηκε στην στήλη "Άτομα που ίσως γνωρίζετε" *

- 1
- 2
- 3

- 4
- 5

45. Είμαι μέλος σε ομάδα/ες στο Facebook *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

46. Έχω πάει σε κάποια εκδήλωση επειδή μου προτάθηκε μέσω Facebook *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

47. Το Facebook με έχει βοηθήσει να βρω μέρη να επισκεφτώ (όπως εστιατόρια, μπαρ, καφετέριες, κ.λπ) *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

48. Έχω κοινοποιήσει την τοποθεσία μου στο Facebook (check-in) *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

49. Έχω παίζει παιχνίδια στο Facebook *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

50. Το Facebook με έχει βοηθήσει επαγγελματικά (μέσω κοινοποίησης θέσης εργασίας, πρόωξης προσωπικής δουλειάς, κ.λπ) *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

51. Έχω αγοράσει κάτι επειδή μου παρουσιάστηκε σαν διαφήμιση στο Facebook *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Εμπειρία από την ασφάλεια στο Facebook: Στις προτάσεις που ακολουθούν, επιλέξτε την απάντηση με την οποία συμφωνείτε περισσότερο.

(1 = διαφωνώ απόλυτα, 2=διαφωνώ, 3=ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, 4=συμφωνώ, 5= συμφωνώ απόλυτα)

52. Ο κωδικός μου στο Facebook είναι ισχυρός *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

53. Αλλάζω τον κωδικό μου στο Facebook: *

- Κάθε 3-6 μήνες
- Συχνότερα από 3 μήνες
- Περισσότερο από 6 μήνες

54. Έχω δώσει τον κωδικό μου στο Facebook σε άλλα άτομα (σύντροφος, γονέας, φίλος, κ.λπ) *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

55. Άλλα άτομα έχουν μοιραστεί τον κωδικό τους στο Facebook μαζί μου *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

56. Έχει παραβιαστεί έστω μία φορά ο λογαριασμός μου στο Facebook *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

57. Οι δημοσιεύσεις μου στο Facebook είναι ιδιωτικές ή τις βλέπουν μόνο οι φίλοι μου *

- 1
- 2
- 3
- 4

- 5

58. Στο προφίλ μου φαίνονται προσωπικές μου πληροφορίες (τόπος διαμονής, ηλικία, χώρος εργασίας/σπουδών, κ.λπ) *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

59. Λαμβάνω αιτήματα φιλίας από αγνώστους στο Facebook *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

60. Αποδέχομαι αιτήματα φιλίας από αγνώστους στο Facebook *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

61. Δίνω το όνομα του προφίλ μου σε όποιον το ζητήσει *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

62. Έχω δεχτεί ενοχλητικά/προσβλητικά μηνύματα από αγνώστους στο Facebook *

- 1

- 2
- 3
- 4
- 5

63. Έχω μπλοκάρει άτομα που με παρενοχλούσαν στο Facebook *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

64. Με έχουν προσεγγίσει άτομα ερωτικά μέσω Facebook *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

65. Έχω προσεγγίσει άτομα ερωτικά μέσω Facebook *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

66. Φοβάμαι για την ιδιωτικότητά μου στο Facebook *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

67. Νιώθω ασφαλής στο Facebook *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

68. Γνωρίζω για τα σκάνδαλα γύρω από το απόρρητο των λογαριασμών στο Facebook *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

69. Έχω σκεφτεί να διαγράψω τον λογαριασμό μου στο Facebook λόγω των πρόσφατων σκανδάλων για το απόρρητο του Facebook *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Γενικές πληροφορίες για τη χρήση του Facebook : Στις προτάσεις που ακολουθούν, επιλέξτε την απάντηση με την οποία συμφωνείτε περισσότερο.

(1 = διαφωνώ απόλυτα, 2=διαφωνώ, 3=ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, 4=συμφωνώ, 5= συμφωνώ απόλυτα)

70. Χρησιμοποιώ λιγότερο το Facebook από ότι παλαιότερα *

- 1
- 2
- 3
- 4

- 5

71. Βρίσκω άλλα social media πιο ενδιαφέροντα από το Facebook *

- Ναι
- Όχι

72. Αν ναι, ποια; (επιλέξτε όσα ταιριάζουν)

- Instagram
- Youtube
- Twitter
- Tumblr
- Snapchat
- Pinterest
- Reddit
- Google+
- LinkedIn
- We Heart It
- Άλλο:

73. Στο μέλλον θα χρησιμοποιώ το Facebook περισσότερο από όσο τώρα *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

1.2 «Ερωτήσεις συνεντεύξεων»

Οι ερωτήσεις των χρηστών του Facebook έχουν ως εξής:

1. Είστε ενεργός χρήστης του Facebook; Πώς το χρησιμοποιείτε;
2. Νιώθετε «αποκομμένοι» αν δεν το χρησιμοποιείτε για κάποιο διάστημα;
3. Έχετε φοβηθεί για την ιδιωτικότητά σας στο Facebook;
4. Ποια είναι η πιο θετική εμπειρία σας από το Facebook;
5. Ποια είναι η πιο αρνητική εμπειρία σας από το Facebook;
6. Είναι σημαντικός παράγοντας το Facebook στην επικοινωνία με τους φίλους σας; Αν όχι, με ποιους άλλους τρόπους επικοινωνείτε;
7. Θα απενεργοποιούσατε τον λογαριασμό σας στο Facebook αν το ζητούσε ο/η σύντροφός σας;
8. Έχετε ξαφνιαστεί όταν κάποιος σας έχει πει ότι δεν έχει λογαριασμό στο Facebook;
9. Είναι σημαντικός «βοηθός» στην επιλογή συντρόφου;
10. Είστε ικανοποιημένοι από την ασφάλεια στο Facebook; Αν όχι, με ποιες παραμέτρους θα νιώθατε πιο ασφαλείς;
11. Θα νιώθατε καλύτερα αν ο/η σύντροφός σας δεν είχε λογαριασμό στο Facebook; Αν ναι, γιατί; Αν όχι, γιατί

Οι ερωτήσεις των μη χρηστών είναι οι παρακάτω:

1. Από πότε δεν χρησιμοποιείτε το Facebook;
2. Γιατί αποφασίσατε να μην έχετε λογαριασμό στο Facebook;
3. Χρησιμοποιείτε άλλα social media; Αν ναι, ποια και γιατί; Τι πλεονεκτήματα έχουν έναντι του Facebook;
4. Πιστεύετε ότι το γεγονός πως δεν έχετε λογαριασμό στο Facebook σας έχει στερήσει ένα κομμάτι της επικοινωνίας με τους φίλους σας;
5. Έχετε νιώσει πίεση για να ανοίξετε λογαριασμό στο Facebook;
6. Προσέχετε την ιδιωτικότητά σας στο διαδίκτυο; Αν ναι, με ποιους τρόπους;
7. Ποια είναι η πιο αρνητική σας εμπειρία χρησιμοποιώντας το διαδίκτυο;
8. Οι φίλοι σας ή οι κοντινοί σας άνθρωποι έχουν λογαριασμό στο Facebook; Αν ναι, είναι τακτικοί χρήστες; (από όσο γνωρίζετε).
9. Νιώθετε περισσότερο ασφαλής χωρίς Facebook; Αν ναι, γιατί;
10. Έχετε δεχθεί περίεργες αντιδράσεις όταν λέτε ότι δεν έχετε λογαριασμό στο Facebook; Έχετε προτρέψει κάποιον άλλον να σβήσει το προφίλ του;

11. Θα νιώθατε ανασφάλεια αν ο/η συντροφός σας είχε λογαριασμό στο Facebook ενώ εσείς όχι;
12. Έχετε χάσει πληροφορίες σχετικά με ζητήματα της σχολής σας επειδή δεν έχετε λογαριασμό στο Facebook;
13. Έχετε ψάξει το προφίλ στο Facebook κάποιου ατόμου που σας ενδιέφερε ερωτικά, από λογαριασμό φίλου/φίλης σας;

2.1 Απαντήσεις χρηστών Facebook:

- Συνέντευξη 1:

1: Είστε ενεργός χρήστης του Facebook; Πώς το χρησιμοποιείτε;

- Το χρησιμοποιώ συχνά αλλά σίγουρα όχι όσο άλλα άτομα που είναι κάθε μέρα μέσα στην πλατφόρμα. Θα έλεγα πως μπαίνω μερικές φορές τη βδομάδα για να διαβάσω τυχόν δημοσιεύσεις/ενημερώσεις από άλλους φοιτητές ή καθηγητές μας που μπορεί να με αφορούν. Πέρα από το πανεπιστήμιο, χρησιμοποιώ το Facebook για την επικοινωνία μέσω μηνυμάτων που προσφέρει με φίλους, συμφοιτητές ή μέλη της οικογένειάς μου. Επιπλέον, στον ελεύθερό μου χρόνο παρακολουθώ πολλά memes και κάνω likes σε σελίδες που αφορούν ταινίες, τηλεοπτικές σειρές, ηλεκτρονικά παιχνίδια και anime (δηλαδή χρήση για ψυχαγωγικούς σκοπούς).

Ερώτηση 2: Νιώθετε «αποκομμένοι» αν δεν το χρησιμοποιείτε για κάποιο διάστημα;

- Όχι δεν θα το έλεγα. Έχει τύχει να μην το χρησιμοποιήσω για αρκετές μέρες, μάλλον μια εβδομάδα περίπου, απλά επειδή είχα καλύτερα πράγματα να κάνω και το βαριόμουν λίγο. Γενικά δεν είναι κάτι που το έχω ανάγκη, εφόσον όσα μου προσφέρει μπορώ πλέον να τα βρω από άλλες πηγές στο ίντερνετ ή διαφορετικά social media, όπως το Twitter που επίσης χρησιμοποιώ.

Ερώτηση 3: Έχετε φοβηθεί για την ιδιωτικότητά σας στο Facebook;

- Όχι. Ποτέ. Γνωρίζω ότι αυτό είναι ένα ζήτημα που αναφέρεται συχνά όταν κάποιος μιλάει για το Facebook αλλά εμένα δεν με επηρεάζει. Έχω μέλη της οικογένειάς μου που το παράτησαν, σταμάτησαν να χρησιμοποιούν το Facebook επειδή άκουσαν από άλλους γνωστούς τους ότι «τους παρακολουθεί» ή ότι «τους κλέβει τα δεδομένα και μπορεί να τα χρησιμοποιήσει εναντίον τους». Όπως και να 'χει, προσωπικά μου φαίνονται ανόητες τέτοιου είδους εκφράσεις ή απόψεις. Από τη στιγμή που έχεις οποιονδήποτε λογαριασμό ή δραστηριότητα στο ίντερνετ γενικά θα υπάρξουν άτομα που με κάποιο τρόπο μπορούν να σε «παρακολουθούν» χωρίς εσύ να το ξέρεις. Είναι απλά στη φύση του διαδικτύου.

Είχα παρακολουθήσει μια ομιλία στο Πανεπιστήμιό μου πρόσφατα που μας ανέλυαν τα Big Data που χρησιμοποιεί η Google και άλλες μεγάλες εταιρίες. Εάν συμπεριλαμβάνομαι κι εγώ σε αυτή τη κατηγορία, όντας ένας απλός αριθμός ανάμεσα στα δισεκατομμύρια του πλανήτη τότε δεν με φοβίζει αυτή η σκέψη.

Ερώτηση 4: Ποια είναι η πιο θετική εμπειρία σας από το Facebook;

- Δεν ξέρω αν θεωρείται μια εμπειρία ακριβώς... αλλά θα έλεγα την συμμετοχή σε διαδικτυακές ομάδες. Το αίσθημα ότι ανήκεις σε μια κοινότητα όπου υπάρχουν κι άλλα άτομα με τα ίδια ενδιαφέροντα. Αυτό ήταν πολύ σημαντικό για εμένα κατά τη διάρκεια της εφηβείας μου γιατί ανήκα σε μια κατηγορία που λέγεται otaku. Επειδή μάλλον δεν θα γνωρίζετε τον όρο θα σας πω με λίγα λόγια ότι περιλαμβάνει άτομα που τους αρέσουν τα βιντεοπαιχνίδια, anime, η γιαπωνέζικη κουλτούρα κλπ. αλλά χρησιμοποιείται συχνά σαν αρνητικός σχολιασμός. Για να μην τα πολυλογώ, το να βλέπω δημοσιεύσεις στο Facebook για θέματα που ήδη μου άρεσαν με χαροποιούσε και μέχρι σήμερα μου έχει μείνει σαν κάτι θετικό.

Ερώτηση 5: Ποια είναι η πιο αρνητική εμπειρία σας από το Facebook;

- Αυτό είναι εύκολο. Άντρες. Άντρες που από τα 15 μου μέχρι και σήμερα που είμαι 20 μου στέλνουν άσχετα μηνύματα προσπαθώντας να πιάσουν συζήτηση ή «να μου την πέσουν» όπως λέμε. Το πιο έντονο αρνητικό γεγονός που μου έχει μείνει στο μυαλό (Δυστυχώς!) είναι μια πρόταση φιλίας που μου είχαν στείλει στην αρχή ακόμα όταν είχα πρωτοφτιάξει το προφίλ μου και όταν τσέκαρα το προφίλ περιελάμβανε αρκετές αποκαλυπτικές φωτογραφίες με.... γεννητικά όργανα...

Ερώτηση 6: Είναι σημαντικός παράγοντας το Facebook στην επικοινωνία με τους φίλους σας; Αν όχι, με ποιους άλλους τρόπους επικοινωνείτε;

- Ναι σίγουρα είναι σημαντικός παράγοντας. Ο πιο σημαντικός ίσως. Πλέον επικοινωνούμε αποκλειστικά μέσα από το Facebook. Προσωπικά δεν μου αρέσει να μιλάω στο τηλέφωνο γιατί με κάνει να νιώθω άβολα, οπότε επιλέγω την ευκολία που μου

προσφέρει η πλατφόρμα. Είτε αφορά κάποια εργασία είτε μια απλή βόλτα, όλα θα γίνουν μέσα από το Facebook.

Ερώτηση 7: Θα απενεργοποιούσατε τον λογαριασμό σας στο Facebook αν το ζητούσε ο/η σύντροφός σας;

- Δεν έχω σύντροφο αλλά θεωρητικά μιλώντας, ναι θα τον απενεργοποιούσα. Όπως είπα και παραπάνω, όσα μας προσφέρει το Facebook μπορούμε να τα βρούμε και αλλού στο διαδίκτυο. Άρα δεν θα μου δημιουργούσε και τόσο μεγάλο πρόβλημα.

Ερώτηση 8: Έχετε ξαφνιαστεί όταν κάποιος σας έχει πει ότι δεν έχει λογαριασμό στο Facebook;

- Ναι! Είχε τύχει να το συζητήσουμε και αυτό στο πανεπιστήμιό μας και όταν σήκωσαν χέρι κάποια παιδιά που δεν είχαν λογαριασμό στο Facebook εμένα μου έκανε τρομερή εντύπωση. Ήταν σαν να το θεωρούσα δεδομένο επειδή νόμιζα ότι όλοι πλέον θα είχαμε δικό μας προφίλ. Τελικά διαψεύστηκα. Ωστόσο, αξίζει να αναφέρω ότι ακόμη και τα παιδιά που δήλωσαν ότι δεν χρησιμοποιούν το Facebook είπαν ότι μπαίνουν σε άλλα social media όπως το YouTube, Instagram και What's app άρα δεν ήταν εντελώς ξεκομμένοι από αυτά.

Ερώτηση 9: Είναι σημαντικός «βοηθός» στην επιλογή συντρόφου;

- Ναι υποθέτω πως βοηθάει αρκετά. Σου δίνει την ευκαιρία να δεις μερικές εικόνες, ενδιαφέροντα, απόψεις ή κοινούς φίλους με το άτομο που σε ενδιαφέρει. Μιλώντας από προσωπική εμπειρία έχει τύχει πολλές φορές μόλις γνωρίσω κάποιον στο διαδίκτυο-συνήθως μέσα σε κάποιο Βιντεοπαιχνίδι- να ρωτήσουν αν έχω προφίλ στο Facebook για να μπορέσουν να δουν κάποια φωτογραφία μου. Ειδικά τα προηγούμενα χρόνια, η ερώτηση «πώς σε λένε στο Facebook» ήταν η τρίτη σε σειρά ύστερα από το «πού μένεις» και «πόσο χρονών είσαι» αλλά δεν ξέρω κατά πόσο ισχύει ακόμη.

Ερώτηση 10: Είστε ικανοποιημένοι από την ασφάλεια στο Facebook; Αν όχι, με ποιες παραμέτρους θα νιώθατε πιο ασφαλείς;

- Σε τι είδους ασφάλεια αναφέρεστε; Αν λέτε για την ασφάλεια των προσωπικών δεδομένων τότε νομίζω σας κάλυψα με την ερώτηση 3. Αν λέτε για τη σωματική μου ασφάλεια τότε αυτή δεν έχει τεθεί ποτέ σε κίνδυνο μέσα από το Facebook. Το μόνο που θα μπορούσα να αναφέρω εδώ είναι ο κίνδυνος της πνευματικής μου ασφάλειας, διότι τυχαίνει να ανοίξω το Facebook και να δω στην αρχική μου κάτι που δεν ήθελα να ξέρω. Θα μπορούσα να δώσω πολλά παραδείγματα, όπως ακραίες πολιτικές και θρησκευτικές εκφράσεις, δημοσιεύσεις με αποκεφαλισμούς, δολοφονίες, έντονη βία και τσακωμούς κυρίως στην Αμερική, πολύ κοντινές και αναλυτικές φωτογραφίες από γέννες και αίματα, γενικά οτιδήποτε αηδιαστικό που θα έπρεπε να είναι censored. Έχει τύχει να κάνω report και να έρθω σε επικοινωνία με υπάλληλο του Facebook για κάτι παρόμοιο αλλά δεν έμεινα καθόλου ικανοποιημένη από την απάντησή τους.

Ερώτηση 11: Θα νιώθατε καλύτερα αν ο/η σύντροφός σας δεν είχε λογαριασμό στο Facebook; Αν ναι, γιατί; Αν όχι, γιατί;

- Και πάλι θα σας απαντήσω υποθετικά γιατί δεν είμαι σε σχέση. Εξαρτάται πάντα από την περίπτωση. Αν ανακάλυπτα ότι δεν μου αρέσει ο τρόπος που χρησιμοποιεί το Facebook (π.χ. γνωριμίες με άλλες κοπέλες, κακές παρέες, άσχημες εκφράσεις, δημοσιεύσεις που με αφορούν χωρίς τη συγκατάθεσή μου) τότε θα το συζητούσαμε μήπως γίνει κάποιος συμβιβασμός και βρεθεί λύση. Σε κάθε περίπτωση πάντως, δεν θα απαιτούσα να μην έχει λογαριασμό στη πλατφόρμα, απλά να μην τον χρησιμοποιεί με τρόπο που μπορεί να βλάψει εμένα, τον εαυτό του ή κάποιον άγνωστο.

- Συνέντευξη 2:

Ερώτηση 1: Είστε ενεργός χρήστης του Facebook; Πώς το χρησιμοποιείτε;

-Είμαι ενεργή χωρίς όμως να το χρησιμοποιώ όπως παλιότερα (καθημερινές αναρτήσεις φωτογραφιών, κοινοποιήσεις παρουσίας και συνδέσμων). Το χρησιμοποιώ κυρίως για να βλέπω δημοσιεύσεις δημοσιογραφικών και μη ιστοσελίδων, οι οποίες παραπέμπουν σε άλλες σελίδες (άρθρα, βίντεο κτλ).

Ερώτηση 2: Νιώθετε «αποκομμένοι» αν δεν το χρησιμοποιείτε για κάποιο διάστημα;

-Νιώθω πως «χάνω» σημεία της επικαιρότητας, καθώς αυτά κυρίως «διαβάζω» στο facebook μέσω των δημοσιογραφικών σελίδων κτλ.

Ερώτηση 3: Έχετε φοβηθεί για την ιδιωτικότητά σας στο Facebook;

-Δεν έχω φοβηθεί γιατί εν γνώσει μου επιλέγω να δημοσιοποιώ (ή όχι) προσωπικά στοιχεία. Γνωρίζω, δηλαδή, πως αυτά δε θα παραμείνουν απόρρητα.

Ερώτηση 4: Ποια είναι η πιο θετική εμπειρία σας από το Facebook;

-Όταν μαθαίνω νέα ατόμων και φίλων που δεν έχουμε καθημερινή επαφή μέσω κοινοποιήσεων (πχ «πέρασε στην τάδε σχολή», «ξεκίνησε να εργάζεται στο τάδε μαγαζί» κτλ).

Ερώτηση 5: Ποια είναι η πιο αρνητική εμπειρία σας από το Facebook;

-Όταν μου αποστέλλουν μηνύματα άγνωστοι. Πριν ένα χρόνο μου είχε στείλει κάποιος χωρίς να είμαστε φίλοι ή να έχουμε κοινούς φίλους, ότι με βρήκε και ότι έψαχνε μέρες να βρει το προφίλ που του είχα δώσει και εγώ βρισκόμουν στο εξωτερικό, οπότε ΣΙΓΟΥΡΑ δεν του είχα μιλήσει κάπου. Μπορεί να ήταν πλάκα αλλά είναι λίγο «ανατριχιαστικό» να ισχυρίζεται κάποιος ότι σε ψάχνει και ότι τελικά σε βρήκε κιόλας. Φυσικά, τον έκανα μπλοκ.

Ερώτηση 6: Είναι σημαντικός παράγοντας το Facebook στην επικοινωνία με τους φίλους σας; Αν όχι, με ποιους άλλους τρόπους επικοινωνείτε;

-Είναι σημαντικός παράγοντας για τους πιο «μακρινούς» φίλους, τους φίλους από τον τόπο καταγωγής, τη σχολή κτλ. Όσον αφορά στην επικοινωνία με τους πολύ κοντινούς φίλους, προτιμώ άλλες εφαρμογές όπως το viber, το whatsapp και το instagram.

Ερώτηση 7: Θα απενεργοποιούσατε τον λογαριασμό σας στο Facebook αν το ζητούσε ο/η σύντροφός σας;

-Όχι. Θα τον απενεργοποιούσα μόνο εάν εγώ ήθελα να το κάνω για τη δική μου ασφάλεια ή ομαλή ροή της καθημερινότητας.

Ερώτηση 8: Έχετε ξαφνιαστεί όταν κάποιος σας έχει πει ότι δεν έχει λογαριασμό στο Facebook;

-Εάν πρόκειται για νέο 18-30 ετών, ξαφνιάζομαι αλλά ταυτόχρονα το θεωρώ και «κατόρθωμα», το θαυμάζω που «ξεφεύγει» από το γενικό κανόνα. Εάν πρόκειται για κάποιο μεγαλύτερο άτομο, δε μου προκαλεί εντύπωση.

Ερώτηση 9: Είναι σημαντικός «βοηθός» στην επιλογή συντρόφου;

-Σημαντικός όχι αλλά σίγουρα κάνει την επικοινωνία πολύ πιο εύκολη και πιο γρήγορη. Ωστόσο, ίσως άλλα μέσα δικτύωσης όπως το instagram είναι πιο σημαντικά σε αυτόν τον τομέα. Προσωπικά, κανένα από τα δύο δε με έχει βοηθήσει στην επιλογή. Με έχει βοηθήσει στο πρακτικό κομμάτι της επικοινωνίας (επικοινωνία για να κανονίσουμε ένα ραντεβού κτλ)

Ερώτηση 10: Είστε ικανοποιημένοι από την ασφάλεια στο Facebook; Αν όχι, με ποιες παραμέτρους θα νιώθατε πιο ασφαλείς;

-Η αλήθεια είναι πως δεν το έχω «ψάξει» πολύ. Γνωρίζω ότι δεν είμαι ασφαλής 100% (παρ'ότι το περιεχόμενο μου είναι ρυθμισμένο έτσι ώστε να αφορά μόνο τους φίλους μου). Ωστόσο, δεν έχω ψάξει τι άλλο θα μπορούσε να γίνει για να νιώσω πιο ασφαλής.

Ερώτηση 11: Θα νιώθατε καλύτερα αν ο/η σύντροφός σας δεν είχε λογαριασμό στο Facebook; Αν ναι, γιατί; Αν όχι, γιατί;

-Εάν πρόκειται για μελλοντικό σύντροφο (δηλαδή για κάποιον που γνώρισα μόλις) δε θα ένιωθα καλύτερα διότι 1.είναι ένα μέσο το οποίο επιταχύνει την επικοινωνία και τη γνωριμία 2.θα μου προξενούσε εντύπωση τόσο θετική επειδή «ξέφυγε» από τη λούπα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης όσο και αρνητική, καθώς θα αναρωτιόμουν μήπως κρύβει κάτι (κάποια σχέση για παράδειγμα).

- Συνέντευξη 3:

Ερώτηση 1: Είστε ενεργός χρήστης του Facebook; Πώς το χρησιμοποιείτε;

-Είμαι αρκετά ενεργή χρήστρια του facebook. Κάνω συχνά post, περίπου 4-5 την εβδομάδα, συνήθως, διαδρώ με reactions και σχόλια με αναρτήσεις που μ' ενδιαφέρουν, συνομιλώ με φίλους και συμφοιτητές.

Ερώτηση 2: Νιώθετε «αποκομμένοι» αν δεν το χρησιμοποιείτε για κάποιο διάστημα;

-Όχι, καθώς χρησιμοποιώ το messenger. Έχουν υπάρξει περίοδοι που δεν έκανα κανένα post και μπορώ να πω ότι με βοήθησε να «απεξαρτηθώ» λίγο από την πλατφόρμα.

Ερώτηση 3: Έχετε φοβηθεί για την ιδιωτικότητά σας στο Facebook;

-Δεν πιστεύω ότι υπάρχει ιδιωτικότητα στο facebook.

Ερώτηση 4: Ποια είναι η πιο θετική εμπειρία σας από το Facebook;

-Η δικτύωση με ανθρώπους οι οποίοι ακούνε την ίδια μουσική μ' εμένα, μέσα από ένα θεματικό group, του οποίου είχα και τη διαχείριση για πάνω από 1.5 χρόνο. Από τη δικτύωση αυτή προέκυψε η δημιουργία ενός θεματικού μουσικού site.

Ερώτηση 5: Ποια είναι η πιο αρνητική εμπειρία σας από το Facebook;

-Η ανάληψη ρόλου διαχειρίστριας στο προαναφερθέν θεματικό group, που με έφερε αντιμέτωπη με ζητήματα «εξουσίας», τα οποία δυσκολεύτηκα να διαχειριστώ σε προσωπικό αξιακό επίπεδο.

Ερώτηση 6: Είναι σημαντικός παράγοντας το Facebook στην επικοινωνία με τους φίλους σας; Αν όχι, με ποιους άλλους τρόπους επικοινωνείτε;

-Είναι η κεντρικότερη πλατφόρμα επικοινωνίας με φίλους, σε συνδυασμό με το Viber.

Ερώτηση 7: Θα απενεργοποιούσατε τον λογαριασμό σας στο Facebook αν το ζητούσε ο/η σύντροφός σας;

-Όχι. (εμφατικά)

Ερώτηση 8: Έχετε ξαφνιαστεί όταν κάποιος σας έχει πει ότι δεν έχει λογαριασμό στο Facebook;

-Όχι, γιατί ούτε εγώ είχα μέχρι σχετικά μεγάλη ηλικία.

Ερώτηση 9: Είναι σημαντικός «βοηθός» στην επιλογή συντρόφου;

-Μπορεί πράγματι να διαδραματίσει βοηθητικό ρόλο στη διαδικασία ανεύρεσης ερωτικού συντρόφου, στο φλερτ, ακόμα και αν αυτό εξαντλείται στη διαδικτυακή επικοινωνία.

Ερώτηση 10: Είστε ικανοποιημένοι από την ασφάλεια στο Facebook; Αν όχι, με ποιες παραμέτρους θα νιώθατε πιο ασφαλείς;

-Δεν πιστεύω ότι μπορεί να υπάρξει εμπορική πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης που θα εξασφαλίζει την ιδιωτικότητα και την ασφάλεια των δεδομένων που παράγει ο χρήστης. Με καμία βελτίωση από πλευράς πλατφόρμας ή από πλευράς νομικού πλαισίου, δε θα ένιωθα ασφάλεια στο μέσο.

Ερώτηση 11: Θα νιώθατε καλύτερα αν ο/η σύντροφός σας δεν είχε λογαριασμό στο Facebook; Αν ναι, γιατί; Αν όχι, γιατί;

-Δε θα ένιωθα καλύτερα ή χειρότερα, γιατί δεν το θεωρώ τόσο αξιοσημείωτο σα γεγονός. Βοηθάει στην άμεση επικοινωνία μας και στην ψυχαγωγία και διασκέδασή μας, καθώς μπορούμε να μοιραστούμε πολυμέσα και εμπειρίες σ' αυτό.

2.2 Απαντήσεις ατόμων που δεν χρησιμοποιούν το Facebook:

- Συνέντευξη 1:

Ερώτηση 1: Από πότε δεν χρησιμοποιείτε το Facebook;

-Από το 2015

Ερώτηση 2 : Γιατί αποφασίσατε να μην έχετε λογαριασμό στο Facebook;

-Γιατί το έβρισκα βαρετό

Ερώτηση 3: Χρησιμοποιείτε άλλα social media; Αν ναι, ποια και γιατί; Τι πλεονεκτήματα έχουν έναντι του Facebook;

-Χρησιμοποιω το Instagram γιατί το βρίσκω πιο εύχρηστο και σε σχέση με το Facebook είναι πιο πολύχρωμο

Ερώτηση 4: Πιστεύετε ότι το γεγονός πως δεν έχετε λογαριασμό στο Facebook σας έχει στερήσει ένα κομμάτι της επικοινωνίας με τους φίλους σας;

-Όχι

Ερώτηση 5: Έχετε νιώσει πίεση για να ανοίξετε λογαριασμό στο Facebook;

-Όχι δεν έχω νιώσει

Ερώτηση 6: Προσέχετε την ιδιωτικότητά σας στο διαδίκτυο; Αν ναι, με ποιους τρόπους;

-Ξέρω ότι γενικά πολλές πληροφορίες μέσω των social media μαζεύονται οπότε δεν αγχωνομαι τόσο. Αλλά προσεχω γενικα να μην δινω ευαισθητες πληροφορίες σε μη έγκυρες ιστοσελίδες

Ερώτηση 7: Ποια είναι η πιο αρνητική σας εμπειρία χρησιμοποιώντας το διαδίκτυο;

- Υπήρχε άτομο που με προσεγγισε ερωτικά με χυδαίο τρόπο όταν είχα προφίλ στο facebook και τον μπλοκάρω

Ερώτηση 8: Οι φίλοι σας ή οι κοντινοί σας άνθρωποι έχουν λογαριασμό στο Facebook; Αν ναι, είναι τακτικοί χρήστες; (από όσο γνωρίζετε).

-Ναι φίλοι μου και συγγενείς έχουν προφίλ στο Facebook. Είναι τακτικοί χρήστες

Ερώτηση 9: Νιώθετε περισσότερο ασφαλής χωρίς Facebook; Αν ναι, γιατί;

-Δεν νιώθω πιο ασφαλής χωρίς προφίλ στο Facebook

Ερώτηση 10: Έχετε δεχθεί περίεργες αντιδράσεις όταν λέτε ότι δεν έχετε λογαριασμό στο Facebook; Έχετε προτρέψει κάποιον άλλον να σβήσει το προφίλ του;

-Κάποιες φορές ναι έχω δει περίεργες αντιδράσεις. Όχι δεν έχω προτρέψει άλλον να σβήσει το προφίλ του στο Facebook.

Ερώτηση 11: Θα νιώθατε ανασφάλεια αν ο/η συντροφός σας είχε λογαριασμό στο Facebook ενώ εσείς όχι;

-Όχι δεν θα ένιωθα ανασφάλεια

Ερώτηση 12: Έχετε χάσει πληροφορίες σχετικά με ζητήματα της σχολής σας επειδή δεν έχετε λογαριασμό στο Facebook;

-Όχι

Ερώτηση 13: Έχετε ψάξει το προφίλ στο Facebook κάποιου ατόμου που σας ενδιέφερε ερωτικά, από λογαριασμό φίλου/φίλης σας;

-Όχι

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Cadwalladr, C., Graham-Harrison, E., (2018, Mar 17), “*Revealed: 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach*”, ανακτήθηκε από <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election> στις 8 Μαΐου 2019

Ellison, N.B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007) The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12 (4), 1143–1168.

Feng, S., Wong, Y. K., Wong, L. Y., & Hossain, L. (2019), The Internet and Facebook Usage on Academic Distraction of College Students. *Computers & Education*, 134, 41–49. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2019.02.005>

Figueroa-Sarriera, H.J, (1999). Μέσα και Έξω από την Ψηφιακή Ντουλάπα: Ο Εαυτός ως Δίκτυο Επικοινωνίας. Στο A.J Gordo-López & I. Parker (Eds.) *Κυβερνοψυχολογία* (pp. 189-207), Αθήνα, εκδ. Παπαζήση

Guardian News, (2018, April 10). Mark Zuckerberg testifies before Congress - watch live. [YouTube]. Ανακτήθηκε από https://www.youtube.com/watch?v=mZaec_mlg9M στις 8 Μαΐου 2019

Hendricks, D. (2013, May 6). The Complete History of Social Media: Then and Now. Ανακτήθηκε από <https://smallbiztrends.com/2013/05/the-complete-history-of-social-media-infographic.html> στις 4 Μαΐου 2019

Ingram, D. (2018, March 20). Factbox: Who is Cambridge Analytica and what did it do?. Ανακτήθηκε από <https://www.reuters.com/article/us-facebook-cambridge-analytica-factbox/factbox-who-is-cambridge-analytica-and-what-did-it-do-idUSKBN1GW07F> στις 8 Μαΐου 2019

Jones, S. (2002). *The Internet goes to college: How students are living in the future with today’s technology*. Diane Publishing

Kaplan, A.M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

Kemp, S. (2019). DIGITAL 2019: ESSENTIAL INSIGHTS INTO HOW PEOPLE AROUND THE WORLD USE THE INTERNET, MOBILE DEVICES, SOCIAL MEDIA, AND E-COMMERCE. Ανακτήθηκε από <https://p.widencdn.net/kqy7ii/Digital2019-Report-en> στις 29 Απριλίου 2019

Kent, M., & Leaver, T. (2014). *An Education in Facebook?: Higher Education and the World's Largest Social Network*. Routledge.

Kessler, S. (2011, May 31). 38% of college students can't go 10 minutes without tech [STATS]. Ανακτήθηκε από <http://mashable.com/2011/05/31/college-tech-devicestats/#DoTg5ZITAEqm>

Khalis, A., & Mikami, A. Y. (2018). Talking face-to-Facebook: Associations between online social interactions and offline relationships. *Computers in Human Behavior*, 89, 88–97. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.07.033>

Kirkpatrick, D. (2010). *The Facebook Effect: The Inside Story of the Company That Is Connecting the World*. Simon & Schuster.

Kozłowska, H. (2018, April 4). The Cambridge Analytica scandal affected 87 million people, Facebook says. Ανακτήθηκε από <https://qz.com/1245049/the-cambridge-analytica-scandal-affected-87-million-people-facebook-says/> στις 8 Μαΐου 2019

Kwoh, L. (2012, February 21). Facebook Profiles Found to Predict Job Performance. Ανακτήθηκε από <https://www.wsj.com/articles/SB10001424052970204909104577235474086304212> στις 24 Μαΐου 2019

Macrynika, N., & Miranda, R. (2019). Active Facebook use and mood: When digital interaction turns maladaptive. *Computers in Human Behavior*, 97, 271–279. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.02.012>

Manasijević, D., Živković, D., Arsić, S., & Milošević, I. (2016). Exploring students' purposes of usage and educational usage of Facebook. *Computers in Human Behavior*, 60, 441–450. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.087>

Mc Mahon, C. (2019). *The Psychology of Social Media*. Routledge.

Naaman, M., Boase, J., & Lai, C.-H. (2010). Is it really about me? Message Content in Social Awareness Streams. *Proceedings of the 2010 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work - CSCW '10*. <https://doi.org/10.1145/1718918.1718953>

Pempek, T.A., Yermolayeva, Y.A., & Calvert, S.L. (2009). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology, 30*, 227–238

Przepiorka, A., Błachnio, A., & Díaz-Morales, J. F. (2016). Problematic Facebook use and procrastination. *Computers in Human Behavior, 65*, 59–64. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.08.022>

Quan-Haase, A., & Young, A. L. (2010). Uses and gratifications of social media: A comparison of Facebook and instant messaging. *Bulletin of Science, Technology & Society, 30*, 350–361.

Social Media Definition. Ανακτήθηκε από <https://www.merriam-webster.com/dictionary/social%20media> στις 22 Απριλίου 2019

Statista Research Department (2019). Number of monthly active Facebook users worldwide as of 1st quarter 2019 (in millions). Ανακτήθηκε από <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/> στις 8 Μαΐου 2019

Stefanica, S. (2014). The Impact of Facebook on University---Students Relationships. *Management Dynamics in the Knowledge Economy, 2*(3), 492–509

Taprial, V., & Kanwar, P. (2012). *Understanding Social Media*. Bookboon.

Webb, L.M, Wilson, M.L, Hodges, M., Smith, P.A & Zakeri, M. (2012). Facebook: How College Students Work It. In Noor Al-Deen, H.S & Hendricks, J.A (Eds.), *Social Media Usage and Impact*, (pp. 3-22), Lexington Books

Wellman, B., & Gulia, M. (1999). The network basis of social support: A network is more than the sum of its ties. In *Networks in the Global Village: Life in Contemporary Communities* (pp. 83–118). Boulder, CO: Westview Press.

Το Facebook παραδέχθηκε πως υπάλληλοί του είχαν πρόσβαση σε 600 εκατομμύρια κωδικούς χρηστών. (21 Μαρτίου 2019). Αναρτήθηκε από

https://www.lifo.gr/now/world/230892/to-facebook-paradexthike-pos-ypalliloi-toy-eixan-prosvasi-se-600-ekatommyria-kodikoyxriston?fbclid=IwAR3UnSIKQUWuxJWO1VWMJGRGb2ftqu3v9XqxNeHWyF7gGEiS77d-C_VreO4 στις 8 Μαΐου 2019