

Πως κοινωνικοποιούνται οι νέοι
σήμερα; Θέτοντας τον όρο
κοινωνικοποίηση σε νέες «ψηφιακές»
βάσεις.



Γιάννης Κ. Παπαδημητρίου

A.M. : 28018

Αθήνα, 2011



ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

**ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ: ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΕΣΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΑ
ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑΣΗΣ**

*Θα ήθελα να απευθύνω τις θερμές μου ευχαριστίες προς
τον επιβλέποντα καθηγητή κύριο Δημήτρη Γκούσκο
για την καταλυτική του συνεισφορά στην υλοποίηση της εργασίας αυτής.*

*Αφιερωμένη στην οικογένειά μου,
που μου έδωσε την ευκαιρία και την στήριξη να το κάνω,
και στην Δήμητρα που μου έδωσε το σθένος,
την ευτυχία και την υποστήριξη για να το ολοκληρώσω.*

Ευχαριστώ πολύ

Πίνακας περιεχομένων

Εισαγωγή	7
Κεφάλαιο 1 ^ο – Ορίζοντας την Κοινωνικοποίηση	10
Κεφάλαιο 2 ^ο – Το Διαδίκτυο	
Το Διαδίκτυο στην καθημερινότητα	13
Η δομή και το περιεχόμενο του Διαδικτύου	17
Κεφάλαιο 3 ^ο –Οι web-based τεχνολογίες και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	
Όταν το εδώ και το τώρα έχασαν την ουσία και τα όριά τους	19
Η ανάπτυξη της διαμεσολαβημένης επικοινωνίας και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.....	22
Τα Μέσα κοινωνικής δικτύωσης: ο ορισμός.....	24
Ιστοσελίδες κοινωνικής (;) δικτύωσης.....	29
Ο «νέος εαυτός»	33
Online κοινωνικοποίηση VS offline κοινωνικοποίηση	37
Κεφάλαιο 4 ^ο – Μεθοδολογία και έρευνα	
Σχεδιασμός και μεθοδολογία.....	41
Συζήτηση και ανάλυση των αποτελεσμάτων.....	43
Κεφάλαιο 5 ^ο – Επίλογος	
Συμπεράσματα	54
Αδυναμίες	59
Ανοικτά Ζητήματα.....	61
Βιβλιογραφικές αναφορές.....	62
Παράρτημα	66

*«Η τεχνολογία και τα Μ.Μ.Ε μπορούν να οριστούν
ως η προέκταση των αισθήσεών μας,
και μετά τη δημιουργία τους,
δημιουργούν αυτά εμάς...»
Marshall McLuhan*

Εισαγωγή

Ο κόσμος μας αλλάζει. Κινείται με φρενήρεις ρυθμούς, προς την παγκοσμιοποίηση, προς την ψηφιακότητα, προς την τεχνολογία, προς το μέλλον. Κανείς δεν μπορεί να προβλέψει το αύριο, το που κατευθυνόμαστε και το ποιο θα είναι το μέλλον μας.

Φυσικά από τις εξελίξεις αυτές επηρεάζεται και η κοινωνία μας στο σύνολό της: με τις κοινωνικές σχέσεις, τους κοινωνικούς ρόλους, τους κοινωνικούς ιστούς, τα μέλη της, τον κώδικα επικοινωνίας και αλληλεπίδρασης καθώς και μια πληθώρα άλλων παραγόντων, που την διέπουν και την χαρακτηρίζουν. Κανείς δεν αμφισβητεί ότι στον σύγχρονο κόσμο, η κοινωνία αλλάζει και επαναπροσδιορίζεται καθημερινά με τέτοιο ρυθμό όπως ποτέ άλλοτε στο παρελθόν. Και αυτό γιατί έχει επέλθει μια εντατικοποίηση και ενδυνάμωση του ρόλου των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης και Επικοινωνίας σε σχέση με το παρελθόν, πόσο μάλλον και από την στιγμή που αυτά παρέκκλιναν από τον ρόλο του διενεργητή της περίφημης 4^{ης} εξουσίας και υιοθέτησαν έναν πιο ψυχαγωγικό και εκλαϊκευμένο ρόλο.

Με την έλευση του Διαδικτύου, του πιο Μαζικού σύγχρονου μέσου ύστερα από τον κινηματογράφο και την τηλεόραση, τα Μέσα Ενημέρωσης και Επικοινωνίας έγιναν ακόμα πιο προσβάσιμα σε όλο το φάσμα της κοινωνίας μας. Και φυσικά **πρέπει** να είναι Μαζικής απήχησης για σκοπούς ισονομίας και ισότιμης πρόσβασης στην πληροφορία, πρωτογενώς σε ιδεολογικό-δεοντολογικό επίπεδο, και δευτερογενώς για σκοπούς επιχειρησιακούς, για σκοπούς βιωσιμότητας, αλλά και ισχύος. Είναι γεγονός ότι στις ημέρες μας τα Μέσα Ενημέρωσης και Επικοινωνίας είναι πιο μαζικά από ποτέ. Πρωτεύοντα ρόλο για αυτή την εξέλιξη έχει διαδραματίσει φυσικά το Διαδίκτυο, το οποίο ξεχωρίζει από τα υπόλοιπα και προγενέστερα μέσα σε δύο σημεία: πρώτον, χαρακτηρίζεται από ψηφιακότητα – κάτι που σημαίνει ψηφιακό περιεχόμενο, διαδραστικότητα, εύκολη και άμεση διακίνηση της πληροφορίας, συνεχής και απομακρυσμένη πρόσβαση, νέες μορφές εν δυνάμει επικοινωνίας κ.α. – και δεύτερον είναι το πλέον σύγχρονο και επίκαιρο μιας και αποτελεί την πιο σύγχρονη μορφή επικοινωνίας και ενημέρωσης στις τάξεις της κοινωνίας των ανεπτυγμένων χωρών. Τα δυο αυτά χαρακτηριστικά του, το καθιστούν πανίσχυρο και εξαιρετικά μαζικό.

Όπως γνωρίζουμε, το Web 2.0 (του οποίου την έννοια και φύση θα εξαντλήσουμε στο κύριο μέρος της προκείμενη εργασίας) είναι το σύγχρονο στάδιο του Παγκόσμιου Ιστού. Είναι ένας όρος που χρησιμοποιείται για να περιγράψει μια πληθώρα νέων εφαρμογών που καθιστούν το διαδίκτυο ένα Μέσο Επικοινωνίας, πολύ πιο μαζικό και κυρίως πιο διαδραστικό από κάθε άλλο στο παρελθόν. Με την έλευση των ιστοσελίδων ανοικτής πρόσβασης, τις συμμετοχικές υπηρεσίες και εφαρμογές, τα διαδικτυακά μέσα κοινωνικής δικτύωσης και επικοινωνίας, το διαδίκτυο κατάφερε να εισχωρήσει ακόμα βαθύτερα στις κοινωνικές στοιβάδες και να καταστεί προσιτό και χρήσιμο σε ακόμα περισσότερα άτομα. Αυτό που έχει ιδιαίτερη σημασία όμως είναι το γεγονός ότι το διαδίκτυο μέσα από ένα πλήθος στοχευμένων ψηφιακών εφαρμογών απέκτησε μια κοινωνική διάσταση σε σημείο που πλέον παίζει σημαντικό ρόλο στον τρόπο που αλληλεπιδρούν τα άτομα.

Αφήνοντας όμως τα προαναφερθέντα κατά μέρους, θα ήθελα να επικεντρωθώ και στον σκοπό της σύντομης αυτής αναδρομής. Και αυτός δεν είναι κανένας άλλος από το να σημειώσουμε επαρκώς τον κοινωνικό ρόλο πρωτίστως των Μέσων Επικοινωνίας και μεταγενέστερα, να καταδείξουμε το πως αυτά θέτουν σε νέες βάσεις στην κοινωνία, διαταράσσοντας τις ισορροπίες της και την κατασκευή της. Τα σύγχρονα Μέσα Επικοινωνίας και ειδικότερα οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης (social media) έχουν την δύναμη να επηρεάσουν και να μεταστρέψουν αυτό το οικοδόμημα που ονομάζεται «κοινωνία», τον τρόπο που αλληλεπιδρούμε, τον τρόπο που κοινωνικοποιούμαστε.

Πρωταρχικός μας σκοπός είναι το να αποτυπώσουμε τις επιρροές και τις μεγάλες αλλαγές που έχει επιφέρει η καθημερινή χρήση των σελίδων κοινωνικής δικτύωσης στην διενέργεια και επιτέλεση της κοινωνικοποίησης ανάμεσα στους νέους. Η κοινωνία είναι ένας ζωντανός «οργανισμός» που επηρεάζεται άμεσα από τον τρόπο που τα μέλη της αλληλεπιδρούν και επικοινωνούν μεταξύ τους. Το βασικό επιχείρημα της Διπλωματικής εργασίας αυτής είναι ότι η ηλικία, το φύλο, η πρόσβαση στο διαδίκτυο, το μορφωτικό επίπεδο κ. α. είναι πτυχές που επηρεάζουν τον τρόπο που κοινωνικοποιούνται οι νέοι διαμέσου του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ειδικότερα. Πως λοιπόν επηρεάζεται αυτός ο ζωντανός οργανισμός; Πως ορίζουμε την κοινωνικοποίηση στο σύγχρονο επικοινωνιακό σκηνικό; Πόσο αλλάζουν οι μορφές κοινωνικοποίησης των νέων σε σχέση με το παρελθόν; Όλες αυτές οι ερωτήσεις είναι μερικές από αυτές που θα κληθούμε να απαντήσουμε στο κύριο μέρος αυτής της εργασίας. Τις απαντήσεις σε αυτά τα ερωτήματα θα τις λάβουμε

αξιοποιώντας τα στοιχεία που αποσπάσαμε διαμέσου του ερωτηματολογίου που διαμοιράσαμε σε νέους ηλικίας 15-24 ετών, μαθητές και φοιτητές. Για να συμβεί αυτό σε ερευνητικώς αποδεκτά πλαίσια, θα ορίσουμε σε ποιες συγκεκριμένες μορφές κοινωνικοποίησης αναφερόμαστε μιας και μιλάμε για μια έννοια τόσο πολυσύνθετη.

Στην ανά χείρας εργασίας λοιπόν θα κληθούμε να ερευνήσουμε το εάν συγκεκριμένες δημογραφικές μεταβλητές επηρεάζουν άμεσα τον τρόπο που αλληλεπιδρούν τα άτομα μεταξύ τους διαμεσολαβημένα, και δη μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, καθώς και το ότι ο τρόπος που οι νέοι χρησιμοποιούν τα μέσα αυτά επιφέρει αλλαγές στον τρόπο που συναναστρέφονται με άλλα άτομα. Κατά την εξέλιξη της εργασίας θα παρουσιάσουμε την πορεία των Μέσων Επικοινωνίας και του διαδικτύου, ούτως ώστε να καταγράψουμε επαρκώς την διαδρομή από το παρελθόν έως και το σήμερα, όπως επίσης θα εστιάσουμε την προσοχή μας στο πώς φθάσαμε από την έλευση του διαδικτύου, στην έλευση των ιστοσελίδων και εφαρμογών κοινωνικής δικτύωσης έως και το πώς τα μέσα αυτά επηρεάζουν την καθημερινότητα των νέων.

Κεφάλαιο 1^ο – Ορίζοντας την Κοινωνικοποίηση

Ξεκινώντας την διερευνητική μας ενασχόληση, οφείλουμε ευθύς εξ' αρχής να θέσουμε σαφή και ξεκάθαρα τα ερευνητικά μας πλαίσια, ούτως ώστε να καταρτίσουμε ορθά και απρόσκοπτα την ερευνητική μας πορεία. Συνεπώς, δεν θα μπορούσαμε να αφήσουμε ασαφή έναν τόσο ζωτικής σημασίας για την εξέλιξη της εργασίας όρο, αυτόν δηλαδή της κοινωνικοποίησης. Άλλωστε ας μην ξεχνάμε ότι το θεμελιώδες ερώτημα τούτης της εργασίας ξεπηδά από το πως κοινωνικοποιούνται οι νέοι σήμερα.

Εφόσον λοιπόν, ο όρος **κοινωνικοποίηση** κατέχει πρωτεύοντα ρόλο στην έρευνά μας, είναι σημαντικό το να τον προσδιορίσουμε ικανοποιητικά σε ένα πλαίσιο το οποίο θα περιλαμβάνει συγκεκριμένες έκδηλες μορφές της κοινωνικοποίησης όπως αυτές διενεργούνται σε επίπεδο καθημερινής αλληλεπίδρασης. Και αυτό, διότι όπως γνωρίζουμε, η κοινωνικοποίηση είναι ένας όρος πολυσύνθετος και «ανοικτός» καθότι υπάρχει μια πληθώρα παραγόντων που διαμορφώνουν την κοινωνική μας συμπεριφορά και το κοινωνικό μας προφίλ, όπως η οικογένεια, το σχολείο, η θρησκεία κ.τ.λ.

Συγκεκριμένα, ο κοινωνιολόγος Anthony Giddens (2006) στην προσπάθεια του να διατυπώσει έναν λιτό αλλά σαφή ορισμό της έννοιας της κοινωνικοποίησης σημειώνει ότι: *«Η κοινωνικοποίηση είναι η διαδικασία όπου, διαμέσου της επαφής με τα άλλα ανθρώπινα όντα, το αβοήθητο νεογνό σταδιακά γίνεται ένα συνειδητοποιημένο και αυτογνώμον ανθρώπινο ον, ειδικευμένο στους τρόπους μιας δεδομένης κουλτούρας και περιβάλλοντος...Οι φορείς κοινωνικοποίησης είναι δομημένες ομάδες περιεχομένου στο εσωτερικό των οποίων εκτυλίσσονται αξιοσημείωτες διαδικασίες κοινωνικοποίησης. Σε όλες τις κουλτούρες η οικογένεια είναι ο βασικός φορέας κοινωνικοποίησης του παιδιού κατά την παιδική του ηλικία. Οι άλλες επιρροές περικλείουν τις ομάδες ομότιμων, τα σχολεία και τα μαζικά μέσα» {1}*.

Σχετικά με την κοινωνικοποίηση, η Dana Boyd (2008) αναφέρει: *«Με το να αλληλεπιδρούν με αγνώστους, οι νέοι κοινωνικοποιούνται και γίνονται μέρος της κοινωνίας. Χωρίς κοινά*

(publics) δεν υπάρχει συμπαγής κοινωνία... το να μάθει κανείς τους κανόνες της κοινωνίας απαιτεί απόπειρα και λάθος, αξιολόγηση και νουθεσία· είναι γνώση που αποκτούν οι νέοι μέσα από την πράξη, όχι θεωρία.... Η κοινωνική τους ταυτότητα είναι μερικώς ορισμένη από τους ίδιους και μερικώς ορισμένη από άλλους... αυτή είναι μια διαδικασία καθόλη την διάρκεια της ζωής ενός ανθρώπου, αλλά ο καθένας πρέπει να στηρίζεται σε κάθε βήμα» {2}.

Τα όσα αναφέρουν ο Giddens και η Boyd, οι οποίοι ορίζουν ο καθένας με διαφορετικό τρόπο την διαδικασία της κοινωνικοποίησης, συμφωνούν στο ότι η κοινωνικοποίηση είναι μια δια βίου εμπειρική διαδικασία που έχει να κάνει με τον εαυτό μας και την αλληλεπίδραση μας με τους άλλους, είτε αυτή λαμβάνει χώρα σε κλειστά ιδιωτικά περιβάλλοντα (βλ. οικογένεια) είτε σε ανοικτά δημόσια περιβάλλοντα (σχολείο, ομάδες ομότιμων κ.α.).

Από τα παραπάνω διαφαίνεται η αντικειμενική δυσκολία που εμπεριέχεται στο εγχείρημα του να προσεγγίσουμε τον όρο κοινωνικοποίηση σε όλο του το εύρος συγκριτικά με το να εστιάσουμε τις ερευνητικές μας κατευθύνσεις σε συγκεκριμένες και εν γένει υπαρκτές πτυχές αυτής, όπως τα μαζικά μέσα, και δη τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα οποία υπάγονται στα μαζικά μέσα για τα οποία κάνει λόγο ο Giddens στον ορισμό του.

Για να αποφύγουμε τυχόν ασάφειες λοιπόν, είναι απαραίτητη η εστίαση της κοινωνιολογικής μας έρευνας σε συγκεκριμένους παράγοντες κοινωνικοποίησης. Συγκεκριμένα, θα ασχοληθούμε με θέματα κοινωνικοποίησης που αφορούν στις σχέσεις φιλίας που αναπτύσσουν οι νέοι, τις σχέσεις συντροφικότητας, τις σχέσεις με τις κοινωνικές ομάδες – αυτές που ικανοποιούν την ανάγκη της συμμετοχής – που τους αντιπροσωπεύουν και τέλος, τις σχέσεις με σκοπό την διασκέδαση. Αυτά τα τέσσερα στοιχεία λοιπόν, θα είναι τα θεωρητικά πλαίσια μέσα και γύρω από τα οποία θα περιηγηθούμε για να προσεγγίσουμε τον τρόπο με τον οποίο οι νέοι εκδηλώνουν την εν γένει κοινωνική τους συμπεριφορά καθώς και δέχονται εκείνη των ανθρώπων με τους οποίους έρχονται σε επαφή. Εν τέλει, αυτό είναι και το κύριο χαρακτηριστικό της κοινωνικοποίησης, η αλληλεπίδραση και η διαδραστικότητα – στοιχεία τα οποία επί τούτου αποτελούν και τα βασικά συστατικά του Web 2.0, στο οποίο θα αναφερθούμε αργότερα..

Οι προαναφερθείσες μορφές κοινωνικοποίησης εμφανίζονται καθημερινά σε μια πληθώρα κοινωνικών πλαισίων στα οποία εκτίθενται καθημερινά οι νέοι όπως το ενδοοικογενειακό τους περιβάλλον, το εκπαιδευτικό τους περιβάλλον, το αστικό περιβάλλον κ.α. Η ουσία είναι ότι και οι τέσσερις αυτές μορφές κοινωνικοποίησης αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της καθημερινής ζωής των νέων στις σύγχρονες κοινωνίες και εκδηλώνονται πλέον όχι μόνο άμεσα με την κατά πρόσωπο επικοινωνία, αλλά και διαμεσολαβημένα, ιδιαίτερα μετά την έλευση και καθιέρωση των διαδικτυακών μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Οι νέοι έχουν εντάξει το Διαδίκτυο και τα ψηφιακά μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην καθημερινότητά τους, γεγονός που καταμαρτυρούν πρόσφατες έρευνες στις οποίες θα αναφερθούμε εκτενώς στο ακόλουθο κεφάλαιο.

Κλείνοντας, αυτό που πρέπει να έχουμε κατά νου είναι ότι ο όρος «κοινωνικοποίηση» θα πρέπει να τεθεί στα στενά θεωρητικά πλαίσια που θέσαμε πρωτύτερα, πλαίσια που ανταποκρίνονται στις ανάγκες ετούτης της εργασίας και όχι να αναφέρεται με το ανοικτό και «πλατύ» σημασιολογικό του εύρος. Συγκεκριμένα, αυτό που μας απασχολεί αναφορικά με την κοινωνικοποίηση συνδέεται άμεσα με τις ανάγκες των ατόμων που εκτείνονται στις φιλικές σχέσεις των νέων, στις ερωτικές, στις σχέσεις συμμετοχικότητας, και τέλος στις σχέσεις με σκοπό την διασκέδαση. Βλέπουμε ότι εδώ δημιουργείται ένα τετράπτυχο που εμπεριέχει συγκεκριμένες μορφές κοινωνικοποίησης. Έτσι θα εξετάσουμε το πως αυτές οι δράσεις που εκδηλώνονται στα πλαίσια της κοινωνικοποίησης επηρεάζονται με την διαμεσολάβηση των διαδικτυακών μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Και για να φτάσουμε στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, θα πρέπει πρώτα να αναφερθούμε στο ίδιο το διαδίκτυο και το τι ρόλο αυτό παίζει, βασικό θέμα του κεφαλαίου που ακολουθεί.

Κεφάλαιο 2^ο – Το Διαδίκτυο

Το Διαδίκτυο στην καθημερινότητα

Το Διαδίκτυο είναι ένα μαζικό μέσο που έκανε την εμφάνισή του στα μέσα της δεκαετίας του '90 και αμέσως διαδόθηκε με ραγδαίο τρόπο σε όλα τα μήκη και πλάτη της Γής. Ο καθένας θα μπορούσε να επικοινωνεί με εκατομμύρια άλλους χρήστες, να μοιράζεται πληροφορίες και περιεχόμενο και όλα αυτά χωρίς να υπάρχουν τα αυστηρά και αξεπέραστα αναλογικά χώρο-χρονικά όρια. Για να γίνει όμως αυτό εφικτό, χρειάστηκαν κάποιες δράσεις ούτως ώστε το διαδίκτυο να γίνει πιο προσβάσιμο στους χρήστες. Η σύντομη αναφορά που ακολουθεί είναι χρήσιμη, αφού ο βασικός σκοπός της εργασίας αυτής είναι το να σκιαγραφήσουμε το πώς αλλοτριώθηκε η διαδικασία κοινωνικοποίησης των νέων ύστερα από την έλευση του διαδικτύου και την ανάδυση των διαμεσολαβημένων μορφών επικοινωνίας και των διαδικτυακών μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Έχουμε αναφέρει πολλές φορές μέχρι στιγμής ότι το διαδίκτυο είναι ένα μέσο που χαρακτηρίζεται για την μαζικότητά του. Η μαζικότητά του αυτή όμως δεν είναι εφικτή εάν δεν εξασφαλίζεται και η απρόσκοπτη πρόσβαση των χρηστών σε αυτό. Ενταγμένο πλέον στην κοινωνική πραγματικότητα των νέων, το Διαδίκτυο διαδραματίζει έναν δυναμικό ρόλο στην κοινωνικοποίηση των νέων.

Σύμφωνα με στοιχεία των Ηνωμένων Εθνών (2009), η Φινλανδία είναι από τις λίγες χώρες στον κόσμο, με την Γαλλία και άλλες προηγμένες χώρες να ακολουθούν το παράδειγμά της, που προέβη σε ένα πολύ σημαντικό βήμα για την εξασφάλιση της ισότιμης πρόσβασης στο διαδίκτυο καθώς είναι η πρώτη χώρα στον κόσμο που θέσπισε ως συνταγματικό δικαίωμα των πολιτών της την πρόσβαση στο διαδίκτυο, τον Οκτώβριο του 2009 {3}. Ο Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών εντείνει τις προσπάθειές του για να αναχθεί η πρόσβαση στο διαδίκτυο ως κατεστημένο ανθρώπινο δικαίωμα, δείγμα των εξελίξεων που λαμβάνουν χώρα σε παγκόσμιο επίπεδο αναφορικά με τον χαρακτήρα και την εν γένει δυνατότητα του διαδικτύου να αποτελεί ένα παγκόσμιο δίκτυο πληροφοριών και επικοινωνιών στο οποίο ο κάθε άνθρωπος θα πρέπει να έχει πρόσβαση. Εφόσον λοιπόν το διαδίκτυο κατοχυρωθεί

σταδιακά συνταγματικό δικαίωμα των πολιτών μιας χώρας, η θέσπιση αυτή θα αποτελεί ενδεικτικό παράγοντα για την σημαντικότητα που έχει λάβει το διαδίκτυο στις σύγχρονες κοινωνίες.

Τα όσα αναφέραμε για την Φινλανδία και το διαδίκτυο απέχουν αρκετά σε σχέση με τα ελληνικά δεδομένα. Άλλωστε, στην Ελλάδα μόλις τα τελευταία χρόνια έχουν συντελεστεί οι απαραίτητες αλλαγές και επενδύσεις σε θέματα υποδομής για την διάδοση και διείσδυση της ευρυζωνικότητας και συνακόλουθα για την πρόσβαση στην πληροφορία, και αυτό διαμέσου των πιέσεων και της αρωγής της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Δίκτυα οπτικών ινών, εισαγωγή ιδιωτικών φορέων υπηρεσιών διαδικτύου, διαφημιστικές καμπάνιες από κυβερνητικούς κύκλους κ.α. είναι απλά μερικές κινήσεις που έχουν πραγματοποιηθεί και όλες έχουν τον ίδιο σκοπό: την διάδοση της ευρυζωνικότητας.

Διατρέχοντας κάποιες πρόσφατες μελέτες του Παρατηρητηρίου της Κοινωνίας της Πληροφορίας (2011), μπορεί κανείς μας να ενημερωθεί για τα τελευταία στοιχεία αναφορικά με την διείσδυση της ευρυζωνικότητας στην χώρα μας. Στην 12^η Εξαμηνιαία Αναφορά για την Ευρυζωνικότητα διαβάζουμε: *«Ο ρυθμός αύξησης της ευρυζωνικής διείσδυσης στην Ελλάδα παραμένει από τους υψηλότερους στην Ευρώπη, παρά τη δύσκολη οικονομική συγκυρία. Η ευρυζωνική διείσδυση στην Ελλάδα ανέρχεται στα επίπεδα του 19,9% την 1^η Ιανουαρίου 2011. Το συνολικό μέγεθος των σταθερών ευρυζωνικών συνδέσεων ανέρχεται σε 2.252.653 παρουσιάζοντας αύξηση κατά 17,7% σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του προηγούμενου έτους και κατά 7% σε σχέση με το προηγούμενο εξάμηνο»*. Και λίγο παρακάτω: *«Σε ό, τι αφορά στην αύξηση του βαθμού ευρυζωνικής διείσδυσης στα κράτη μέλη της ΕΕ κατά το διάστημα από 1/7/2009 έως και 1/7/2010, στην Ελλάδα καταγράφεται σχεδόν διπλάσια αύξηση από το μέσο ευρωπαϊκό όρο, κατατάσσοντας τη χώρα στην πρώτη θέση της ΕΕ και επιβεβαιώνοντας τη μεγάλη δυναμική ανάπτυξης της ευρυζωνικότητας στο διάστημα αυτό»* {4}. Βλέπουμε λοιπόν, ότι η ευρυζωνικότητα είναι ένα στοιχείο που ενισχύεται έντονα στις ευρωπαϊκές χώρες και στην Ελλάδα τελευταία, στοιχείο απαραίτητο για την αύξηση της χρήσης του Διαδικτύου.

Το άλλο σημαντικό στοιχείο που μας ενδιαφέρει, η φορητότητα, συντελεί στην δυνατότητα της απανταχού πρόσβασης. Οι εταιρίες κινητής τηλεφωνίας τα τελευταία χρόνια, έχοντας την συνδρομή των εταιριών παραγωγής κινητών τηλεφώνων με την δυνατότητα χρήσης

χιλιάδων διαδικτυακών εφαρμογών, έχουν προβεί σε πολυδάπανες επενδύσεις για την κατασκευή του δικτύου 3^{ης} γενιάς¹. Αυτή η κίνηση βέβαια, έχει αυξήσει σημαντικά τον αριθμό των ατόμων με πρόσβαση στο διαδίκτυο, αφού τους επιτρέπει την απρόσκοπτη και απομακρυσμένη πρόσβαση σε αυτό διαμέσου του κινητού μας τηλεφώνου ή κάποιου φορητού υπολογιστή, αντικείμενα που οι περισσότεροι νέοι έχουν στην κατοχή τους. Σύμφωνα πάντα με στοιχεία του Παρατηρητηρίου (2011), 1 στους 2 Έλληνες χρησιμοποιεί Η/Υ, ενώ 1 στους 4 χρησιμοποιεί υπηρεσίες 3^{ης} γενιάς (3G) μέσω των δικτύων κινητής τηλεφωνίας. Από αυτούς, την πιο έντονη χρήση του διαδικτύου κάνουν οι άνδρες, **οι νέοι ηλικίας 16-24**, τα άτομα υψηλού μορφωτικού επιπέδου και τέλος οι κάτοικοι των μεγάλων αστικών κέντρων {4}.

Μάλιστα, ρίχνοντας μια ματιά στην πρόσφατη έρευνα του δικτύου EU Kids Online (2011) που έλαβε χώρα σε 25 ευρωπαϊκές χώρες, μαθαίνουμε ότι τα παιδιά αποκτούν πρόσβαση στο διαδίκτυο σε όλο και μικρότερες ηλικίες, ενώ η χρήση του διαδικτύου είναι όλο και πιο συχνή όσο μεγαλώνουν τα παιδιά.: *«Η ηλικία παραμένει σημαντικός παράγοντας της διείσδυσης του διαδικτύου στον πληθυσμό καθώς οι αντίστοιχοι δείκτες μειώνονται ευθέως ανάλογα με την αύξηση της ηλικίας των ατόμων»* {5}. Εκεί οφείλεται άλλωστε το *ψηφιακό χάσμα*² που διαχωρίζει τους χρήστες σε ηλικιωμένους και σε νέους, οι μεν ανήμποροι ή μερικώς ικανοί να χρησιμοποιήσουν το Διαδίκτυο, οι δε έχοντας πλήρη επίγνωση των ομολογουμένως πολυάριθμων δυνατοτήτων που τους παρέχει το αυτό.

Συνυπολογίζοντας λοιπόν αυτή την πληθώρα των εν δυνάμει καταστάσεων χρήσης του διαδικτύου, βλέπουμε ότι οι νέοι χωρίς πολλές φορές να το αντιλαμβάνονται υπεισέρχονται σε μορφές διαμεσολαβημένης επικοινωνίας, εφόσον το Διαδίκτυο τους παρέχει αυτή την δυνατότητα. Ένα ολόκληρο κύκλωμα δικτύωσης έχει δομηθεί για τους ίδιους χωρίς εκείνοι να το αντιλαμβάνονται, και είναι οι ίδιοι αυτοί που λειτουργούν αυθόρμητα, κοινωνικά, επικοινωνιακά, φιλικά, ερωτικά, ομαδικά και γενικότερα κατά το δοκούν, αλλά αναμφίβολα ότι και αν κάνουν το Διαδίκτυο λειτουργεί **διαμεσολαβημένα**. Είναι λοιπόν δυνατόν η τόση έκθεση, που δεν είναι λίγες οι φορές που αγγίζει τα όρια της υπερ-έκθεσης, να μην επηρεάζει την κοινωνική συμπεριφορά των παιδιών αυτών;

¹ το ευρέως γνωστό σε όλους μας με την συντομογραφία 3G

² Όρος που ανήκει στην Sarah Long "Exploring Web 2.0: The Impact of Digital Communications Technologies on Youth Relationships and Sociability" (2010) όταν η ίδια θέλει να υπερτονίσει την αξιοσημείωτη διαφορά που παρουσιάζουν οι ηλικιωμένοι χρήστες του διαδικτύου σε αντίθεση με τους νέους

Αυτό που εμείς επιδιώκουμε να εξετάσουμε είναι το πως η επαφή αυτή των νέων με το διαδίκτυο και τις ψηφιακές υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης μεταστρέφει την διαδικασία της κοινωνικοποίησης. Οι νέοι και ο τρόπος που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο είναι ένα σχετικά νέο πεδίο έρευνας. Η διερεύνηση των νέων και της σχέσης τους με το μέσο που ονομάζεται διαδίκτυο είναι παρόμοια με τις έρευνες που υλοποιήθηκαν την δεκαετία του '70 αναφορικά με τα παιδιά και την τηλεόραση, όταν η τηλεόραση έγινε αναπόσπαστο στοιχείο του σπιτιού και μια ολόκληρη γενιά μεγάλωναν υπό την επιρροή της.

Κλείνοντας, σύμφωνα με τα όσα σημειώσαμε παραπάνω, οι νέοι είναι εκείνοι που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο περισσότερο και να το αξιοποιούν καλύτερα. Η ουσία λοιπόν συνίσταται στο ότι η χρήση του λογισμικού (αναφέρομαι στο Web 2.0 και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης) μαζί με την ανάλογη και απαραίτητη τεχνική υποστήριξη (ευρυζωνικότητα, κινητά τηλέφωνα, φορητοί υπολογιστές κ.α.) αλλάζουν σε μακροσκοπικό επίπεδο τις κοινωνικές δομές και τις ανθρώπινες σχέσεις. Φυσικά και δεν είναι η φορητότητα ή/και η διάδοση της ευρυζωνικότητας τα στοιχεία που κάνουν τους νέους κοινωνικούς. Όπως υποστηρίζει ο Giddens, οι βασικοί πυλώνες της κοινωνικοποίησης σε όλες σχεδόν τις σύγχρονες κοινωνίες εξακολουθούν να είναι η οικογένεια και το σχολείο. Αυτό στο οποίο όμως πρέπει να σταθούμε, και γι' αυτό προβήκαμε σε αυτήν την αναφορά στην ευρυζωνικότητα και την φορητότητα, είναι ότι πρόκειται για δυο στοιχεία που επηρεάζουν αισθητά την κοινωνικοποίηση αφού συνεισφέρουν στην απομακρυσμένη και διαμεσολαβημένη παρουσία και ενισχύουν το νέο ψηφιακό επικοινωνιακό σκηνικό. Με άλλα λόγια, επηρεάζουν τόσο την offline, όσο και την online κοινωνική δραστηριότητα των νέων, αφού οι δυο τελευταίες δεν είναι αποκομμένες η μία από την άλλη αλλά, αντιθέτως η μία είναι μέρος της άλλης και μάλιστα χαρακτηρίζονται από μια άρρηκτη συνέχεια.

Για να εξετάσουμε λοιπόν την σχέση ανάμεσα στους νέους και το διαδίκτυο θα πρέπει να αναλύσουμε την σχέση αυτή στα δύο της μέρη: το διαδίκτυο, του οποίου την δομή και θα εξετάσουμε παρακάτω, και την κοινωνική δραστηριότητα των νέων, και σε online και σε offline επίπεδο.

Η δομή και το περιεχόμενο του Διαδικτύου

Το διαδίκτυο, όπως αναφέραμε και παραπάνω, στις ημέρες μας έχει δημιουργήσει ήδη τη δική του κουλτούρα και τις δικές του μορφές επικοινωνίας. Έχει χτίσει την δική του δυναμική πραγματικότητα αφού έχει πια ιστορία για περίπου δυο δεκαετίες.

Σαν τεχνολογικό μέσο, όπως όλα τα άλλα προγενέστερα ή σύγχρονά του, ακολουθεί τις τεχνολογικές εξελίξεις και φυσικά δεν μένει ανεπηρέαστο. Άλλωστε, κατά τα φαινόμενα, εκεί στηρίζεται και η μεγάλη του επιτυχία: στην ευέλικτη φύση του, στην εύπλαστη και πόσο μάλλον πλούσια μορφή του περιεχομένου του, στην ανοικτότητα που παρέχει – και δη στο Web 2.0, στον πλουραλισμό του, στον ανοικτό του «χαρακτήρα» που θεωρητικά δεν αποκλείει κανένα, στην άμεση πρόσβαση στην πληροφορία, στην απρόσκοπτη και χωρίς χώρο-χρονικά όρια επικοινωνία, στον εύκολο διαμοιρασμό του περιεχομένου και των ψηφιακών αρχείων, και πολλών ακόμη χαρακτηριστικών που το κάνουν να ξεχωρίζει ανάμεσα στα άλλα μαζικά μέσα. Και το πλεονέκτημά του, σε σχέση με τα υπόλοιπα μέσα, όπως για παράδειγμα η τηλεόραση, είναι ότι είναι πολύ πιο εύπλαστο, πιο εύκολο στις αναπροσαρμογές ανάλογα με τις τεχνολογικές εξελίξεις και τις ανάγκες των χρηστών και φυσικά συνεχώς προσβάσιμο και μετατρέψιμο σε επίπεδο περιεχομένου. Το διαδίκτυο είναι ένα μέσο μαζικό και συνάμα τόσο ατομικό αφού η αρχιτεκτονική του προορίζεται για τον χρήστη. Όλα αυτά τα στοιχεία λοιπόν, είναι που το κάνουν να ξεχωρίζει και του προσδίδουν τα απαραίτητα μέσα γειτνίασης για να πλησιάσει αλλά και να «κερδίσει» τον εκάστοτε χρήστη.

Ως αποτέλεσμα των μαζικών αναγκών των χρηστών και χάρη στην προσαρμοστικότητα του Διαδικτύου και την αρωγή των νέων τεχνολογιών, τόσο σε επίπεδο software όσο και σε επίπεδο hardware, φθάσαμε στο Web 2.0. Το προσωνύμιο Web 2.0 είναι απλά ένας όρος που υιοθετήθηκε από τους επιστήμονες υπολογιστών για να περιγράψει κάποια νέα χαρακτηριστικά που ενσωμάτωσε το διαδίκτυο και του προσδίδουν νέες δυνατότητες. Ακόμα περισσότερη αμεσότητα, διαδραστικότητα, αλληλεπίδραση, διασυνδεσιμότητα, δικτύωση. Φυσικά το διαδίκτυο είναι ενιαίο και αδιαίρετο και δεν διαχωρίζεται. Επεξηγώντας, ο όρος Web 2.0 απλά χρησιμοποιείται για περιγραφικούς σκοπούς,

διαχωρίζοντας με προσδιοριστικό τρόπο το διαδίκτυο σε δυο κατηγορίες που αντιστοιχούν σε δυο φάσεις διαφορετικών δυνατοτήτων αυτού.

Αναλυτικότερα, ο όρος Web 2.0 αναφέρεται στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, τα wiki's, τα ιστολόγια και άλλες παρόμοιες υπηρεσίες που παρέχουν νέες δυνατότητες στους χρήστες, συγκριτικά πάντα με το παρελθόν. Μέσω αυτών, το Web 2.0 έχει δημιουργήσει ένα ανοικτό πεδίο αλληλεπίδρασης για συγκεκριμένες ή ακόμα και εξειδικευμένες μορφές αλληλεπίδρασης και συνεργασίας online, με αποτέλεσμα να αναδύεται μια κουλτούρα βασισμένη στο διαδίκτυο, με την συμμετοχή των μαθητών και σπουδαστών {6}, όπως μας ενημερώνουν οι Christina K. C. Lee & Denise M. Conroy (2005). Το γεγονός αυτό συνιστά ένα εξ' ολοκλήρου νέο και πρωτόγνωρο πεδίο κοινωνικής διαντίδρασης, στο οποίο οι άνθρωποι είναι διασυνδεδεμένοι, ανήκουν σε ομάδες και σε δίκτυα. Το μόνο στοιχείο που εκλείπει είναι αυτό της κατά πρόσωπο επικοινωνίας και αυτό διότι το Διαδίκτυο «λειτουργεί» διαμεσολαβημένα. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι ιστοσελίδες διαμοιρασμού περιεχομένου, τα ιστολόγια, η ιδέα του συμμετοχικού διαδικτύου, η αρχή του ανοικτού λογισμικού και κώδικα, τα wikis, συνιστούν όλα την θεωρητική και πρακτική βάση του Web 2.0.

Στο ακόλουθο κεφάλαιο θα εστιάσουμε το ενδιαφέρον μας σε συγκεκριμένες μορφές εφαρμογών του Web 2.0 που μας ενδιαφέρουν γιατί προωθούν την κοινωνική αλληλεπίδραση μέσω του διαδικτύου, εφαρμογές όπως οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης. Προτού όμως φθάσουμε εκεί, θα πρέπει να εξετάσουμε το πώς οι νέοι βιώνουν την διάσταση του Διαδικτύου σε συνάρτηση με την καθημερινότητά τους.

Κεφάλαιο 3^ο – Οι web-based τεχνολογίες και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Όταν το εδώ και το τώρα έχασαν την ουσία και τα όριά τους

Πολλοί ερευνητές στην προσπάθειά τους να αναλύσουν την αντίληψη που διαμορφώνει το υποκείμενο σε συνάρτηση με το πώς αντιλαμβάνεται τους εμβόλιμους «κόσμους» και τις αναδυόμενες διαστάσεις που ξεπηδούν από την οθόνη του υπολογιστή, θέλησαν να θεμελιώσουν τις προσεγγίσεις τους στην συμπεριφορική ανάλυση και στην γνωστική ψυχολογία – κλάδοι που γνώρισαν ιδιαίτερη άνθηση με την παράλληλη ανάπτυξη των ερευνών αναφορικά με την αλληλεπίδραση ανθρώπου-υπολογιστή. Οι χρήστες, αξιοποιώντας τις ψηφιακές υπηρεσίες, αλληλεπιδρούν απομακρυσμένα και διαμεσολαβημένα καταργώντας κάθε είδους χωρικό και χρονικό περιορισμό.

Αναφερόμενος στις επιπτώσεις που έχει επιφέρει η καθιέρωση των ηλεκτρονικών ψηφιακών μέσων στην ανθρώπινη καθημερινότητα και στην εν γένει κοινωνική συμπεριφορά των ατόμων, ο Joshua Meyrowitz (1985, Preface: viii) είχε διατυπώσει την ακόλουθη παρατήρηση: «*Το που βρίσκεται κάποιος έχει να κάνει κάθε μέρα και λιγότερο με το τι ξέρει και το τι εμπειρίες βιώνει*» {7}. Οι Wellman, Chua & Madej (2011) κάνοντας λόγο για μια παν-τοπικότητα (glocalization) αναφέρουν σχετικά: «*Με την ευρύτατη χρήση του Διαδικτύου και των κινητών τηλεφώνων οι άνθρωποι μπορούν να έρχονται σε επαφή άμεσα, δημιουργώντας μια κατάσταση όπου τα “δικτυωμένα υποκείμενα” επικοινωνούν σαν υποκείμενα. Τέτοιου είδους άτομο-κατά-άτομο αλληλεπιδράσεις δημιουργούν έναν μοναδικό τρόπο ζωής... με το διαδίκτυο και τα κινητά τηλέφωνα, οι άνθρωποι παραμένουν προσεγγίσιμοι ανεξαρτήτως της φυσικής τους τοποθεσίας*» {8}

Όλοι μας μπορούμε να αντιληφθούμε ότι η φράση αυτή αναφέρεται και στα ψηφιακά μέσα τα οποία έχουν εισβάλλει τόσο στην καθημερινή μας ζωή, που πλέον η τοπικότητα και η χρονικότητα, ίσως έρχονται σε δεύτερη μοίρα μιας και την θέση τους έχουν

καταλάβει η απομακρυσμένη παρουσία και η απρόσκοπτη κυκλοφορία της πληροφορίας και του περιεχομένου – προϊόντα της διαδεδομένης χρήσης του Διαδικτύου.

Φυσικά, παλαιότερα υπήρχαν άλλα μέσα αλλά παρόλα αυτά στερούνταν ενός πολύ βασικού στοιχείου που είναι ζωτικής σημασίας για την ανθρώπινη επικοινωνία και αλληλεπίδραση: το στοιχείο της αμεσότητας. Και η αμεσότητα που επετεύχθη επιστεγάζει έναν διακαή πόθο και μια αέναη επιθυμία του ανθρώπου που οφείλεται σε μια βασικότατη ανθρώπινη ανάγκη, και αυτή δεν είναι καμία άλλη από την ανάγκη για επικοινωνία, για κοινωνική αλληλόδραση, την ανάγκη να ξεπερνάει κανείς τα εμπόδια και τους περιορισμούς του φυσικού χώρου και χρόνου.

«Η γραφή, τα ταχυδρομικά συστήματα, ο τηλεγράφος, το τηλέφωνο και το Διαδίκτυο, καθένα επέφερε νέους τρόπους επέκτασης του κοινωνικού δικτύου του ατόμου ώστε να συμπεριλάβει και άτομα που δεν βρίσκονται στην άμεση γεωγραφική εγγύτητα, που μοιράζονται ένα ενδιαφέρον παρά μια τοποθεσία» {9} υποστηρίζει ο Rheingold (2000) αναφερόμενος στις ψηφιακές κοινότητες και στα νέα χώρο-χρονικά δεδομένα.

Οποιαδήποτε προσπάθεια προς την κατάργηση του «εδώ» και του «τώρα» όμως, ποτέ ως σήμερα δεν είχε τόση επιτυχία αρκεί φυσικά να θεωρήσουμε ότι η επιτυχία αναλογεί στον βαθμό αμφιδρομικότητας που παρουσιάζει το εκάστοτε επικοινωνιακό μέσο. Και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αλλά και πολλές ακόμα υπηρεσίες, όπως για παράδειγμα τα Wikis, που ενσωματώνουν τα τεχνολογικά εργαλεία του Web 2.0, παρουσιάζουν υψηλό βαθμό αμφιδρομικότητας.

Δεν είναι λίγες οι φορές που οι νέοι εκτίθενται σε απομακρυσμένα περιβάλλοντα, σε «ξένα», εξωγενή και μακρινά διαμεσολαβημένα ερεθίσματα όταν χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα online διαδικτυακά παιχνίδια και το Διαδίκτυο γενικότερα. Κάπως έτσι γίνεται λόγος για *τοπικές εκφράσεις και διαπλανητικές συνδέσεις*³ από τους Helve και Holm (2005) όταν θέλουν να αποδώσουν γλαφυρά την διαδικτυακή δραστηριότητα των χρηστών η οποία δεν γνωρίζει σύνορα και περιορισμούς επιτρέποντάς τους κατ' αυτόν τον τρόπο να έρθουν σε επαφή με στοιχεία έξω από την «δική» τους πραγματικότητα, τον πολιτισμό και την καθημερινότητά τους {10}. Στην ουσία κάνουμε

³ Ένα οξύμωρο και αντιφατικό δίπτυχο το οποίο επικαλούνται οι Helena Helve και Gunilla Holm στο «Contemporary youth research: local expressions and global connections» Ashgate Publishing Company (2005)

λόγο για ένα πολυπολιτισμικό και πολυπρόσωπο ψηφιακό αμάγαλμα που στοιχειοθετείται προσδιορίζεται καθημερινά από τα εκατομμύρια χρηστών που ενυπάρχουν στο εσωτερικό του.

Η ανθρώπινη καθημερινότητα με την έλευση των διαμεσολαβημένων εμπειριών και περιβαλλόντων έλαβε διαφορετική τροπή, αφού ο χρήστης μπορεί να βιώνει διαμεσολαβημένες εμπειρίες και να μοιράζεται πληροφορίες που εξελίσσονται σε μακροσκοπικό επίπεδο.

Από την άλλη πλευρά δεν θα μπορούσαμε να αγνοήσουμε την προσφορά των τεχνολογικών επιτευγμάτων που πάντα λειτουργούν επικουρικά και καταλυτικά και για την εξάπλωση αλλά και για την καθιέρωση οποιουδήποτε συστήματος ή λογισμικού. Έτσι λοιπόν, το στοιχείο της φορητότητας το οποίο έλαβε σάρκα και οστά με τους φορητούς υπολογιστές και τα κινητά τηλέφωνα, είναι ένας διόλου ευκαταφρόνητος παράγοντας που λειτούργησε ευνοϊκά στο να υπερκεραστούν τα δεδομένα χωρικά και χρονικά πλαίσια. Θέλω να πω, πως η φορητότητα είναι ο βασικός παράγοντας που κατέστησε δυνατή την συνεχή διαθεσιμότητα του υποκειμένου χωρίς να αποτελεί εμπόδιο κυρίως ο χώρος.

Συμπερασματικά, η φορητότητα, οι νέες τεχνολογίες και η συνακόλουθη κατάργηση των περιορισμών, είναι παράγοντες καταλυτικοί για την ανάδυση και διάδοση των μορφών διαμεσολαβημένης επικοινωνίας που κυριαρχούν σήμερα. Παρακάτω θα κάνουμε λόγο για το πώς ακριβώς καθιερώθηκαν οι μορφές αυτές και πως από το εσωτερικό τους ξεπήδησαν οι διαδικτυακές υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης.

Η ανάδυση της διαμεσολαβημένης επικοινωνίας και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης

Χωρίς καμία διαφορά σε σχέση με τις γενιές του παρελθόντος, μια ψηφιακή ιδιωτική σφαίρα καταρτίζεται από τις καταβολές που προσφέρει το σχολείο, οι θρησκευτικές οργανώσεις, οι αθλητικές και τοπικές δραστηριότητες. Η επιπρόσθετη-εμβόλιμη διάσταση του online τομέα δίνει στους νέους την δυνατότητα να διατηρήσουν συνεχή επαφή με τους γνωστούς τους ενώ από την άλλη προϋποθέτει μια συνεχή παρουσία και διαπραγμάτευση για την διατήρηση της θέσης που ο καθένας κατέχει στα κοινωνικά του δίκτυα.

Η διείσδυση των ψηφιακών μέσων στην σύγχρονη καθημερινότητα, ξεκίνησε από τον εργασιακό τομέα και κατέστησε εφικτή την δημιουργία πολυεθνικών εταιριών εφόσον το ίδιο το διαδίκτυο αποτέλεσε τον κύριο δίαυλο επικοινωνίας ανάμεσα σε απομακρυσμένα σημεία του πλανήτη, και σταδιακά εισήλθε στην ιδιωτική σφαίρα του καθενός μας.

Η εξάπλωση του διαδικτύου και τεχνολογική βάση που το ίδιο ενσωματώνει παρέχουν ένα πρόσφορο πεδίο για τους προγραμματιστές και παγκόσμιους κολοσσούς όπως για παράδειγμα η Google, η Yahoo και πολλές άλλες ακόμη εταιρίες, ούτως ώστε να αναπτύξουν λογισμικά που απευθύνονται στο ευρύ κοινό, παρέχοντάς του κυρίως επικοινωνιακές και ψυχαγωγικές υπηρεσίες.

Η πρώτη και πασίγνωστη σε όλους μας πρώτη μορφή μηνυμάτων μέσου του διαδικτύου είναι τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Τα μηνύματα αυτά είναι ο πιο κλασικός τρόπος επικοινωνίας και αλληλεπίδρασης διαμέσου του διαδικτύου. Αυτό που ακολούθησε ήταν τα πρώτα δωμάτια επικοινωνίας⁴ που επέτρεπαν την άμεση ανταλλαγή μηνυμάτων online ή ακόμα και τις βίντεο-κλήσεις⁵. Αφού πρώτα δημιουργήθηκε και καθιερώθηκε η κουλτούρα της online και web-based επικοινωνίας, ύστερα εμφανίστηκαν οι πρώτες υπηρεσίες με προσανατολισμούς κοινωνικούς δικτύωσης, όπως το Windows Messenger, το Yahoo Messenger κ.α {7}. Αυτές είχαν σκοπό να δημιουργήσουν κάποια περιορισμένα υποτυπώδη κοινωνικά δίκτυα αφού ο χρήστης είχε μια λίστα με φίλους του και μπορούσε

⁴ Ευρύτερα γνωστά με τον όρο chat rooms

⁵ Ο αγγλικός όρος είναι videocall

να ανταλλάξει σε πραγματικό χρόνο δεδομένα, μηνύματα, να πραγματοποιήσει κλήσεις βίντεο και όλα αυτά με την δημιουργία ενός προσωπικού λογαριασμού ο οποίος αντιστοιχεί στην δικτυακή του διεύθυνση.

Ύστερα από αυτή την σύντομη αναφορά στο τρόπο που αναδύθηκαν οι web-based επικοινωνίες, τώρα θα εστιάσουμε την ανάλυσή μας σε ένα πολύ βασικό στοιχείο της εργασίας αυτής, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Τα Μέσα κοινωνικής δικτύωσης: ο ορισμός

Για να αναφερθούμε εκτενώς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θα πρέπει αρχικά να ορίσουμε ποιά είναι εκείνα τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που τους προσδίδουν την ιδιότητα να αποτελούν μια ξεχωριστή κατηγορία διαδικτυακών εφαρμογών. Όπως θα δούμε και παρακάτω, τα social media έκαναν την εμφάνισή τους από το 1997, εποχή πολύ προγενέστερη του Web 2.0.

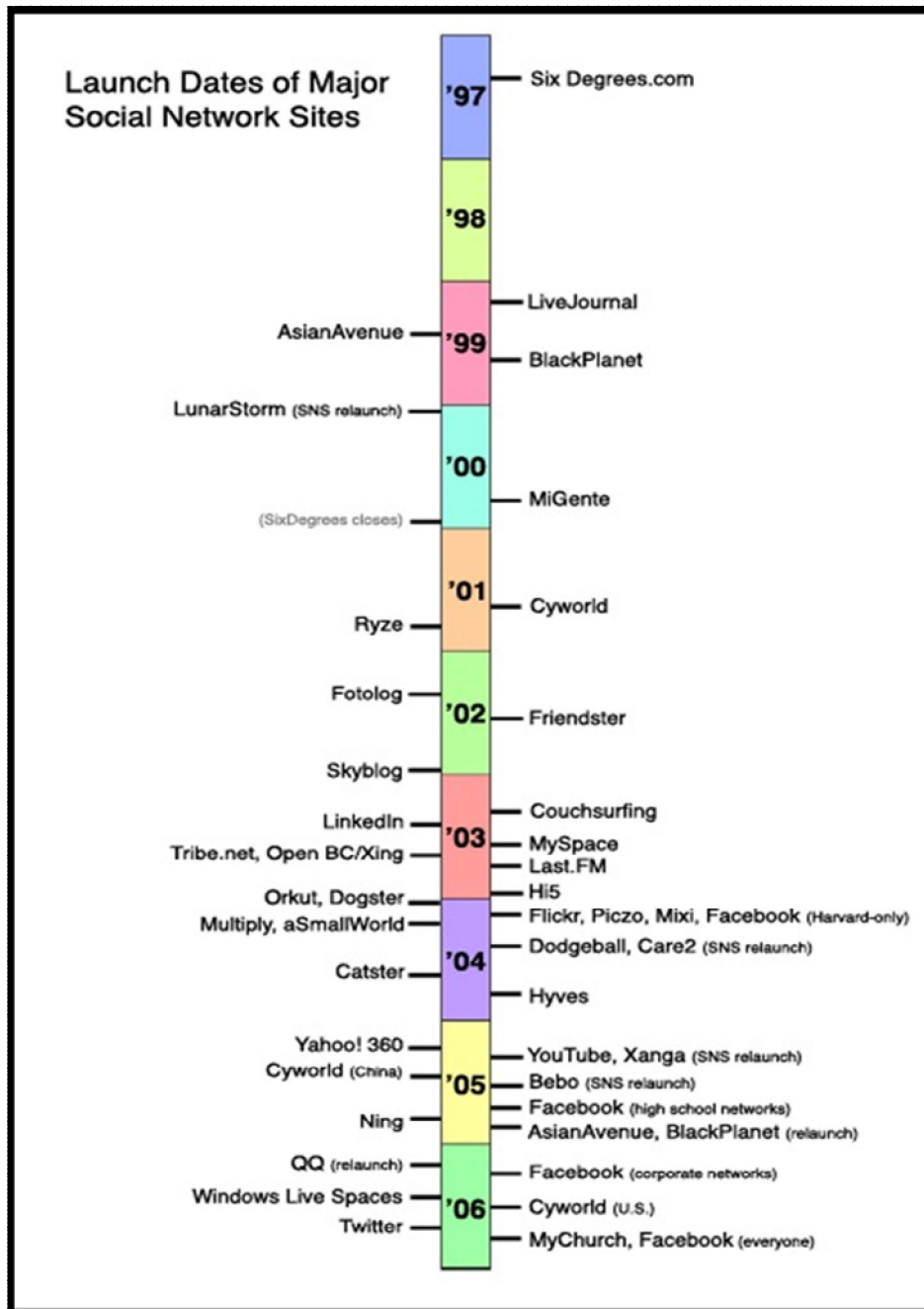
Το εγχείρημα αυτό δεν είναι εύκολο καθώς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι μέσα προσαρμοστικά, ανοικτά και συνεχώς εξελισσόμενα. Δεν είναι τυχαίο ότι ο John Blossom (2009) χαρακτηρίζει τα social media ως «...εξαιρετικά διεισδυτικά, πανίσχυρα και μετασηματιστικά...» {11}. Επομένως είναι πολύ δύσκολο να προβούμε σε έναν συνεκτικό και συνολικό ορισμό αλλά η ουσία του όλου εγχειρήματος βρίσκεται στο να αποδώσουμε τον κεντρικό χαρακτήρα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στο σύνολό τους. Να διακρίνουμε και να αναδείξουμε δηλαδή τα ιδιαίτερα εκείνα χαρακτηριστικά που δεν μεταβάλλονται από τις εξελίξεις σε σημείο που να αλλοτριώνονται και είναι ακριβώς εκείνα τα ίδια χαρακτηριστικά που προσδίδουν στις υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης τον βασικό τους πυρήνα.

Σύμφωνα με τον John Blossom (2009) λοιπόν: «Μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι η χρήση των web-based και κινητών τεχνολογιών για τη στροφή της επικοινωνίας σε διαδραστικό διάλογο...» {11}. Για να αντιληφθούμε ακόμα καλύτερα το πώς ορίζονται οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, ας ρίξουμε μια ματιά στον ορισμό που παραθέτουν οι Boyd και Ellison (2007): «Ορίζουμε τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης ως web-based υπηρεσίες που επιτρέπουν στα άτομα (1) να κατασκευάζουν ένα δημόσιο ή ημι-δημόσιο προφίλ μέσα σε ένα οριοθετημένο σύστημα, (2) να αρθρώσει μια λίστα από άλλους χρήστες με τους οποίους διαμοιράζεται μια σχέση-σύνδεση και, (3) να προβάλλουν και να διατρέχουν την λίστα επαφών τους καθώς και αυτές που δημιουργούνται από άλλους χρήστες μέσα στο σύστημα. Η φύση και η ονοματολογία αυτών των σχέσεων-επαφών μπορεί να ποικίλλει από ιστοσελίδα σε ιστοσελίδα» {12}.

Σε μια περισσότερο δομολειτουργικού χαρακτήρα ανάλυση για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ο Brian Solis (2010) τονίζει ότι: «Μετά από αρκετή ανάλυση, συζητήσεις, αντιλογίες και συνεχή έρευνα ένας λειτουργικός ορισμός προτάθηκε και στο μεγαλύτερο μέρος του συνεχίζει να χρησιμοποιείται και από πολλούς ερευνητές και σήμερα: Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ο εκδημοκρατισμός της πληροφορίας, μετατρέποντας τους χρήστες από αναγνώστες περιεχομένου σε εκδότες. Είναι μετάβαση από έναν μηχανισμό μετάδοσης τύπου “ένας-στους-πολλούς”, σε έναν αντίστοιχο “πολλοί-στους-πολλούς”, θεμελιωμένη στις συζητήσεις ανάμεσα στους δημιουργούς-συντάκτες, στα άτομα και στους ομότιμους χρήστες (peers)» {13}.

Βλέπουμε ότι οι παραπάνω ορισμοί, άλλοι περισσότερο και άλλοι λιγότερο, συνηγορούν σε συγκεκριμένα χαρακτηριστικά των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Ποια είναι αυτά; Ο χρήστης αξιοποιώντας τόσο την αλληλεπιδραστικότητα όσο και την δυνατότητα που του παρέχει το Web 2.0 καθίσταται πλέον ο κυρίαρχος διάυλος, ο πομπός και αναλαμβάνει έναν βασικό ρόλο, ρόλο πιο ενεργητικό σε σχέση με το παρελθόν, μιας και είναι αυτός που δημοσιεύει, κατασκευάζει και διαμοιράζει πληροφορίες και περιεχόμενο στο πλαίσιο μιας αμιγώς κοινωνικής ψηφιακής δομής όπως αυτής των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης. Είναι μέρος μιας ομάδας, μιας λίστας φίλων, ενός κοινωνικού ιστού με απομακρυσμένη παρουσία και σε αυτά τα πλαίσια, αλληλεπιδρά με τον τάδε ή τον δείνα τρόπο και εκδηλώνει συμπεριφορές, ιδεολογίες, συναισθήματα, φιλίες και άλλα. Οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης ενισχύουν το κοινωνικό στοιχείο του Διαδικτύου προβάλλοντας την αλληλεπίδραση, που είναι κατά βάση διαπροσωπική και βασίζεται σε κανόνες καθημερινής αλληλεπίδρασης που έχουν διαμορφωθεί ανάλογα με το διαδικτυακό περιβάλλον. Έτσι, το άτομο είναι πλέον διασυνδεδεμένο και ανήκει εν δυνάμει σε δυο ή και παραπάνω κοινότητες, αυτές που είναι offline (αναλογική διάσταση και κατά πρόσωπο επικοινωνία εν μέσω φυσικής παρουσίας) και αυτές που είναι online (ψηφιακή διάσταση με απομακρυσμένη πρόσβαση).

Για να αντιληφθούμε καλύτερα το πώς το άτομο απέκτησε αυτή την δυνητική κοινωνική διάσταση θα προβούμε σε μία σύντομη ιστορική αναδρομή της εξέλιξης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Για το σκοπό αυτό θα αξιοποιήσουμε ένα διάγραμμα που απεικονίζει την δημιουργία και εξέλιξη των social media, εφόσον τα τοποθετεί σε μια χρονική σειρά ανά την εμφάνισή τους:



Εικόνα 1.0 – Διάγραμμα χρονικής τοποθέτησης (εμφάνισης και εξέλιξης) των μέσων κοινωνικής δικτύωσης {12}

Όπως διακρίνουμε, τα πρώτα social media έκαναν αρκετά νωρίς την εμφάνισή τους. Η ανάπτυξη των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης ήταν ραγδαία και αυτό που χρήζει αναφοράς είναι το γεγονός ότι οι ιστοσελίδες αυτές αναπτύχθηκαν προτού το Web 2.0 κάνει την εμφάνισή του – ας θυμηθούμε εδώ ότι το Web 2.0 με τα τεχνολογικά εργαλεία και κυρίως το στοιχείο της αλληλεπίδρασης που το χαρακτηρίζουν εμφανίζονται σαν έναν από τους κύριους λόγους που τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης γνώρισαν ιδιαίτερη άνθηση.

Από το διάγραμμα θα ξεχωρίσουμε τις πιο σημαντικές και ενδιαφέρουσες περιπτώσεις μέσω κοινωνικής δικτύωσης.

Το 1997 έκανε την εμφάνισή του το www.SixDegrees.com. Είναι το πρώτο αναγνωρισμένο μέσο κοινωνικής δικτύωσης εφόσον όλα του τα χαρακτηριστικά είναι εκείνα που χαρακτηρίζουν και τα σύγχρονα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, με την διαφορά βεβαία να είναι προφανής στο περιεχόμενο και τις δυνατότητες. Το www.SixDegrees.com, ήταν μια ιστοσελίδα στην οποία ο εκάστοτε χρήστης είχε την δυνατότητα να δημιουργήσει το προσωπικό του προφίλ το οποίο θα στοιχειοθετούνταν από μια λίστα στην οποία είχε πρόσβαση ο ίδιος και μπορούσε να την ανατρέξει όποτε ήθελε να αναζητήσει κάποιον ψηφιακό του φίλο {14}. Ουσιαστικά μπορούμε να κάνουμε λόγο για μια «μεταφορά» της προσωπικής ατζέντας από την αναλογική στην ψηφιακή μορφή της. Η ιστοσελίδα έκλεισε σχετικά γρήγορα αλλά παρόλα αυτά, άρχισαν να αναδύονται όλο και περισσότερες κοινωνικές ομάδες και κοινότητες που άρχισαν να συστήνονται και να οργανώνονται όλο και πιο πολύ σε ιστοσελίδες δικτύωσης και κοινωνικής αλληλεπίδρασης. Αυτό αποτελεί δείγμα της σχετικά ισχυρής σύστασης και της φύσης των κοινοτήτων που δημιουργούνται στο Διαδίκτυο.

Λίγα χρόνια αργότερα, και συγκεκριμένα το 2002, την εμφάνισή της έκανε η ιστοσελίδα Friendster, από τις πρώτες κατ' ομολογία μεγάλες επιτυχίες στον χώρο των σελίδων κοινωνικής δικτύωσης. Η ιστοσελίδα αυτή ζητούσε από τους χρήστες να εκθέτουν ακριβείς πληροφορίες αναφορικά με το άτομό τους, να συνδέονται μόνο με άτομα που γνώριζαν και εμπιστεύονταν, να γράφουν μηνύματα ο ένας στο προφίλ του άλλου και εν τέλει όλο αυτό βασιζόταν σε ένα σύστημα προκαθορισμένης αλληλεπίδρασης και εκατέρωθεν δέσμευσης. Όμως, κατά την λειτουργία της εν λόγω ιστοσελίδας καθώς και άλλων παρόμοιων έλαβε χώρα ένα γεγονός το οποίο «τράβηξε» την προσοχή των θεωρητικών του πεδίου· παρατηρήθηκε μια τάση οι συμμετέχοντες να συλλέγουν (ψηφιακούς) φίλους και να ανταγωνίζονται με τους υπολοίπους για το πόσο δημοφιλείς είναι με βάση τον αριθμό των φίλων τους⁶. Η εξέλιξη αυτή «θορύβησε» τους σχεδιαστές και την ιδιοκτήτρια εταιρία πίσω από το Friendster αφού θεώρησαν ότι η κοινωνική δομή της ιστοσελίδας δεν ήταν επαρκής

⁶ Για τέτοιου είδους ανταγωνισμό κάνει λόγο η boyd στο άρθρο της "Why Youth ♥ Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life." Youth, Identity, and Digital Media" (2008)

για τους χρήστες και έτσι προσπάθησαν να την αναδιαμορφώσουν, μάλλον ανεπιτυχώς και κάπως έτσι, με αυτή την «διαρροή» των χρηστών προέκυψε το MySpace {14}.

Το MySpace άντλησε πολλούς χρήστες του Friendster, λόγω της προσπάθειας των σχεδιαστών της τελευταίας να αναδιαμορφώσουν και να περιορίσουν τις «άναρκες» φιλίες των χρηστών. Το MySpace ξεκινώντας κυρίως ως ένας τύπος κοινωνικής δικτύωσης ανάμεσα σε συγκροτήματα σταδιακά εξελίχθηκε σε ένα μικρό κοινωνικό φαινόμενο διότι φάνταζε ως μια μορφή απεξάρτησης των νέων από τα στενά οικογενειακά όρια {14}. Ήταν ο τρόπος να ξεφύγουν και να εκφραστούν οι νέοι χωρίς ενδοιασμούς εφόσον η συγκεκριμένη υπηρεσία προσέφερε ένα πρόσφορο πεδίο διαντίδρασης βασισμένο σε ένα πνεύμα ελευθερίας.

Παράλληλα με την εξέλιξη του MySpace, ένα άλλο μέσο κοινωνικής δικτύωσης άρχισε να κερδίζει όλο και περισσότερο την προτίμηση των φοιτητών. Το Facebook ξεκίνησε το 2004 όντας ένα κοινωνικό δίκτυο για τους φοιτητές του Πανεπιστημίου του Harvard και αργότερα άρχισε να εξαπλώνεται με ταχείς ρυθμούς και να καταργεί τις οποιοδήποτε είδους ετικέτες και περιορισμούς. Έγινε ανοικτό σε όλους και σταδιακά, μόλις 3 χρόνια μετά την δημιουργία του και δη το 2007, το Facebook είχε τόσα εκατομμύρια χρηστών που θα αναλογούσαν σε μια χώρα που θα ήταν η 4^η τη τάξει στον κόσμο με βάση τον πληθυσμό της(!){14}.

Έκτοτε, έχουν δημιουργηθεί πολλές ακόμη σελίδες κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Digg, το Flickr και άλλες, η καθεμία με την δική της φιλοσοφία, τους δικούς της στόχους και το δικό της κοινό, με το Facebook να κρατάει τα σκήπτρα και να βρίσκεται στην κορυφή της προτίμησης των νέων και στην Ελληνική επικράτεια {15}, σύμφωνα με τα στοιχεία που μας παραθέτει το Ελληνικό Ινστιτούτο Επικοινωνίας (2010).

Έπειτα από αυτή την σύντομη ιστορική αναδρομή στη εξέλιξη των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης παρακάτω θα ασχοληθούμε με τον τρόπο που αυτά λειτουργούν σε επίπεδο κοινωνικοποίησης. Το πώς δηλαδή επενεργούν σε επίπεδο κοινωνικής δικτύωσης των χρηστών, ούτως ώστε να αντιληφθούμε καλύτερα το πώς τελικά πετυχαίνουν τον βασικό τους στόχο, να φέρουν τους ανθρώπους κοντά.

Ιστοσελίδες κοινωνικής(;) δικτύωσης...

Το ζήτημα που θα μας απασχολήσει στο τρέχον κεφάλαιο λοιπόν, σχετίζεται με το εάν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης πράγματι δικαιούνται τον ορισμό που φέρει την ιδιότητα του κοινωνικού.

Πράγματι, είναι ένα μεγάλο ζήτημα ετούτο διότι για να χαρακτηριστεί κάτι κοινωνικό, θα πρέπει να συντελεί στην διενέργεια μιας αμφίδρομης διαντίδρασης μεταξύ των υποκειμένων-χρηστών και να διαμεσολαβεί στις υπαρκτές κοινωνικές σχέσεις που αναπτύσσονται σε μια κοινωνία. Είναι λοιπόν ικανά τα μέσα δικτύωσης αυτά καθαυτά να λειτουργήσουν με τέτοιο τρόπο ώστε το αντίκτυπο να γίνει έκδηλο στην διαδικασία της ίδιας της κοινωνικοποίησης αλλά και τον εν γένει κοινωνικών σχέσεων;

Εμφατική είναι και η τοποθέτηση του Clay Shirky (2009) ο οποίος τονίζει ότι: «...(οι τεχνολογίες) είναι που κάνουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κοινωνικά – τόσο αυτά όσο και το διαδίκτυο. Το διαδίκτυο είναι το πρώτο τεχνολογικό μέσο μετάδοσης στο οποίο τα υποκείμενα έχουν πρόσβαση και το οποίο τους παρέχει την δυνατότητα να μεταδίδουν πολλά σε πολλούς. Αυτή είναι μια αλλαγή από τότε που μέσα όπως η τηλεόραση ελέγχονται αποκλειστικά από ένα πλούσιο υποκείμενο ή από μια ολιγαρχία. Οι άνθρωποι μπορούν να συνδυάσουν την τεχνολογία που κρατούν στα χέρια τους και το διαδίκτυο, τα οποία αμφότερα είναι ζωτικής τεχνολογικής σημασίας στις μέρες μας» {16}. Η τοποθέτηση του Shirky είναι διαφωτιστική με γνώμονα το πόσο άρρηκτα συνδεδεμένες είναι οι νέες τεχνολογίες με την χρήση και την διείσδυση του Διαδικτύου.

Αρκεί απλά κανείς να αναλογιστεί ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για την ίδια την λειτουργία και επιτέλεσή τους έχουν ως θεμέλιο λίθο το Διαδίκτυο. Η δυνατότητα του να χτίζει κανείς ιστοσελίδες είναι πολύ σημαντική για τον τρόπο που τα άτομα μπορεί να χρησιμοποιήσουν το διαδίκτυο για να επικοινωνήσουν εμπλουτίζοντας και μετατρέποντας την φύση του εαυτού τους και την εμπειρία της καθημερινής ζωής. Με απλά λόγια, η αρχιτεκτονική του λογισμικού, και συνάμα του εκάστοτε social media εν προκειμένω, καθορίζει τον τρόπο που οι χρήστες θα το χρησιμοποιήσουν. Ο Rheingold (2000:345) υπογραμμίζει ότι: «η τεχνολογία δεν πρέπει να υποδεικνύει τον τρόπο που οι κοινωνικές

σχέσεις θα αλλάζουν αλλά μπορούμε να επηρεάσουμε την αλλαγή αυτή μόνο εάν αντιληφθούμε το πώς τα άτομα χρησιμοποιούν την τεχνολογία» {9}, θέλοντας έτσι να αναδείξει την δύναμη που έχουν τα άτομα στην κατάρτιση των νέων τεχνολογιών. Άλλωστε, ας μην ξεχνάμε ότι οι ανάγκες γεννούν της υπηρεσίες γι' αυτό και είναι λογικό τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης να αναδεικνύονται από τα ίδια τα άτομα μέσω της όλο και πιο συχνής χρήσης αυτών, αφού εάν δεν ήταν χρήσιμα για τα ίδια τα άτομα δεν θα υπήρχαν ή απλά δεν θα ήταν τόσο δημοφιλή. Κατ' αυτό τον τρόπο λοιπόν, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αναδύονται σ' ένα νέο ψηφιακό-δυναμικό πεδίο κοινωνικής αλληλεπίδρασης που δημιουργεί νέες πιθανότητες επικοινωνίας σε σχέση με το παρελθόν {17}, όπως σημειώνουν και οι Wellman & Marin (2011).

Συνεπώς, θα ήταν δύσκολο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης να μην ελλοχεύουν έναν υπαρκτό κοινωνικό χαρακτήρα εφόσον και προσανατολίζονται και εστιάζουν εξ' ολοκλήρου στην ανάπτυξη μιας αμιγώς κοινωνικής δραστηριότητας κατά την διενέργειά τους.

Για την επιτέλεση του κοινωνικού χαρακτήρα αυτού όμως, το στοιχείο της δέσμευσης είναι απαραίτητο για να δημιουργηθούν οι υποτυπώδεις δεσμοί ανάμεσα στα άτομα. Τι συμβαίνει λοιπόν με τον παράγοντα δέσμευση;

Η έννοια της δέσμευσης διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην κοινωνική αλληλεπίδραση διαμέσου των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Όπως μας πληροφορεί ο Latimer (2011), η συνήθης χρήση του διαδικτύου έχει να κάνει με 3 θέματα: την αναζήτηση πληροφοριών και δεδομένων, τη χρήση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και τέλος τις σχέσεις με ομάδες {18}. Όλα τα παραπάνω και ιδιαίτερα το τελευταίο, το οποίο φυσικά ενισχύεται σημαντικά με την ύπαρξη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, επιφέρουν κάποια επίπεδα δέσμευσης η οποία ενισχύεται περαιτέρω με την εντατικοποίηση της χρήσης των διαδικτυακών αυτών υπηρεσιών {18}. Τα επίπεδα δέσμευσης που αναπτύσσονται στα πλαίσια της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, φαντάζει λογικό τα μέσα αυτά να ευνοούν την συμμετοχή και να δημιουργούν το αίσθημα της δέσμευσης στους συμμετέχοντες των ομάδων και κοινοτήτων αυτών {19}. Ας μην ξεχνάμε άλλωστε, πράξη της ένταξης σε μια κοινότητα ή ομάδα δυναμικής φύσης, με απομακρυσμένη παρουσία και επικοινωνία συνιστά και αυτό μια μορφή κοινωνικοποίησης.

Ωστόσο, να τονίσουμε εδώ οι παραδοσιακές μορφές κοινωνικοποίησης δεν παραμερίζονται κατά την online δραστηριότητά μας. Το ψηφιακό επικοινωνιακό πεδίο που έρχεται να πλαισιώσει την καθημερινή μας πραγματικότητα καλύπτει τα οποιαδήποτε επικοινωνιακά κενά⁷ προκύπτουν στις αναλογικές μορφές κοινωνικοποίησης. Όπως αναφέρει ο Watkins (2009): «...αντίθετα με τις αντιλήψεις των ενηλίκων (μεγαλυτέρων), όταν βρίσκονται στην online διάσταση, οι νέοι αξιοποιούν τις βασικές κοινωνικές και τεχνικές ικανότητες που χρειάζονται για να ενταχθούν πλήρως στην σύγχρονη κοινωνία» {20}. Αυτό που αλλάζει λοιπόν είναι και οι μορφές επικοινωνίας.

Νέες μορφές επικοινωνίας προκύπτουν διαμέσου του instant messaging, του chatting κ.α., εργαλεία που τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενσωματώνουν και προσφέρουν στον χρήστη. Κάθε μέσο διαμορφώνει τον τρόπο που οι χρήστες του αλληλεπιδρούν και τα μέσα που τους παρέχει είναι διαφορετικά. Συνεπώς οι ίδιοι οι χρήστες ή εκείνοι που αναπτύσσουν και σχεδιάζουν το μέσο συλλαμβάνουν και εφευρίσκουν νέες και πολλές φορές ιδιότυπες μορφές κώδικα επικοινωνίας.

Η ουσία είναι ότι μετά την εμφάνιση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και προγενέστερα του Διαδικτύου, μπορούμε να πούμε ότι το νέο πεδίο που ανοίχθηκε έχει πολλές δυνατότητες. Τις δυνατότητες αυτές αναγνώρισαν κυρίως οι νέοι, και είναι ο βασικός λόγος που το πεδίο αυτό κατέστη ένα παρθένο και πρόσφορο πεδίο κοινωνικοποίησης και επικοινωνίας έξω από τα όρια των παραδοσιακών πυλώνων κοινωνικοποίησης που βασίζονται στην κατά πρόσωπο επικοινωνία και στην φυσική παρουσία.

Συμπερασματικά, θεσμοί κοινωνικού χαρακτήρα που αποτελούν πεδία κοινωνικής διαντίδρασης και ένταξης των νέων στο κοινωνικό σύνολο, όπως η εκκλησία, η οικογένεια, το σχολείο, το Πανεπιστήμιο, ένας αθλητικός σύλλογος, η εργασία και άλλα πολλά⁸, χαρακτηρίζονται από ένα και μόνο κοινό στοιχείο: να συσπειρώσουν ή να ομαδοποιήσουν τους ανθρώπους γύρω από μια κοινή ιδέα, έναν κοινό στόχο. Αναλόγως λοιπόν,

⁷ Κενά επικοινωνιακά ελέω της έλλειψης πρακτικών ένταξης και κοινωνικοποίησης ή προερχόμενα από την ανεπαρκή λειτουργία των παραδοσιακών πυλώνων κοινωνικοποίησης όπως υπογραμμίζουν οι McLeod, Yoon, So-Hyang & Dhavan. "Communication and Youth Socialization". In Lonnie Sherrod, Constance Flanagan, and Ron Kassimir (Eds.) "Youth Activism: An International Encyclopedia". Westport: Greenwood Publishing (2005)

⁸ Αναλυτική συζήτηση αναφορικά με τους παράγοντες κοινωνικοποίησης γίνεται από τον Anthony Giddens «Κοινωνιολογία» (Gutenberg) καθώς και από τους Zigler, Edward, Child, Irvin L. στο "Socialization and personality development" 1973. Επίσης βλ. Hoppe, Ronald A., Milton, G. A., Simmel, Edward C. "Early experiences and the processes of socialization" 1970

λειτουργούν και τα social media μέσω της εύκολης πρόσβασης και της απομακρυσμένης παρουσίας. Το διαδίκτυο δεν αποδομεί ούτε διασπά μια κοινότητα αλλά παρόλα αυτά την μεταμορφώνει {14}.

Ο «νέος εαυτός»

Όπως πολλοί ερευνητές υποστηρίζουν, το υποκείμενο στην ψηφιακή εποχή αποκτά δύο ταυτότητες. Η εξέλιξη αυτή συνεπάγεται την ύπαρξη μιας φυσικής και μιας δυνητικής οντότητας οι οποίες αναλογούν στις διαστάσεις που δραστηριοποιείται κοινωνικά το υποκείμενο⁹. Το Διαδίκτυο πυροδοτεί έναν πολλαπλασιασμό των πιθανοτήτων για διάλογο και αλληλεπίδραση, προς χάρη πρωτίστως της συνεχούς ανανέωσης-αναβάθμισης που προσφέρεται από την τεχνολογία. Την άποψη περί πολλαπλασιασμού των πιθανοτήτων για επικοινωνία και αλληλεπίδραση εκφράζουν αρκετοί, σημειώνοντας παράλληλα την σημασία και την άμεση επίδραση που έχει το διαδίκτυο στον τρόπο που πλέον μεγαλώνουν τα παιδιά¹⁰. Όπως χαρακτηριστικά τονίζει η κα Τσαλίκη (2011): *«σήμερα, οι πρακτικές κοινωνικοποίησης των εφήβων έχουν μεταναστεύσει στο διαδίκτυο, όπου τα παιδιά περνούν τον χρόνο τους κάνοντας ό, τι ακριβώς έκαναν στις πλατείες και τα malls...»* {21}. Αυτή η «μετανάστευση» λοιπόν, πιθανότατα επηρεάζει τον τρόπο που τα παιδιά αναπτύσσουν την αίσθηση του εαυτού τους και τον τρόπο που αλληλεπιδρούν με τους άλλους.

Να σημειώσουμε εδώ ότι αυτή η μεταστροφή στον τρόπο που κοινωνικοποιούνται τα παιδιά, για πολλούς ερευνητές δεν μεταφράζεται πάντα θετικά. Διότι πολλές φορές, η χαλαρότητα των κανόνων συμπεριφοράς που χαρακτηρίζει αρκετά μέσα κοινωνικής δικτύωσης υποχρεώνει τους χρήστες να δημιουργούν τους δικούς τους κανόνες ηθικής και συμπεριφοράς {22}. Και φυσικά αυτό δεν είναι πάντα εύκολο. Επιπλέον, δεν είναι λίγοι εκείνοι που ασκούν κριτική στις επιδράσεις των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, επικαλούμενοι την έλλειψη δέσμευσης των σχέσεων που αναπτύσσονται μεταξύ των χρηστών. Ας μην ξεχνάμε βέβαια ότι αυτό εξαρτάται από τον τρόπο που οι χρήστες χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο.

⁹ Αναφορά στην οποία προβαίνει ο Joshua Meyrowitz στο βιβλίο του «No Sense Of Place – The Impact Of Electronic Media On Social Behavior» (Oxford University Press) και προσεγγίζεται πιο εστιασμένα στο άρθρο του Mario Morcellini, «Digital media and socialization» (University La Sapienza)

¹⁰ Η Nathalie Louge αναλύει το πώς ακριβώς επιδρούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην διαδικασία γαλούχησης του σύγχρονου νέου της Αμερικής στην έρευνά της «Adolescents and the Internet» (October 2006, σε μια μαζική συνεργασία των Cornell University, University of Rochester, The New York State Center for school safety και Cornell Cooperative Extension of New York City)

Από την μια, είναι γεγονός ότι η διείσδυση του Διαδικτύου στην καθημερινότητά μας είναι ένας παράγοντας θετικός με πολλαπλά οφέλη. Από την άλλη πλευρά, δεν μπορούμε να παραλείψουμε το ότι η διείσδυση του διαδικτύου έχει και την αρνητική της πτυχή. Σε πολλές περιπτώσεις αυτή η υπερ-έκθεση των νέων στην διαμεσολαβημένη εμπειρία και στο διαδίκτυο γενικότερα ενέχει αρκετούς κινδύνους που εκδηλώνονται με ποικίλες μορφές (απομόνωση του υποκειμένου, χαμηλό αίσθημα εξωστρέφειας, κακοποιήσεις κ.α.).

Το θέμα που ανακύπτει επομένως έχει να κάνει με το εάν τελικά αυτή η υπερσυνδεσιμότητα οδηγεί τελικά σε κάποιας μορφής απομόνωση των νέων. Σύμφωνα με μελέτες, ο χρόνος που ξοδεύουμε online για κοινωνικοποίηση είναι ανάλογος της μοναξιάς που νιώθουμε στον αληθινό κόσμο {14}. Παρά ταύτα, πολλοί έστρεψαν την κριτική τους στο ότι η διαμεσολαβημένη εμπειρία ίσως υποτιμά την άμεση και κατά πρόσωπο αλληλεπίδραση και την αίσθηση του αληθινού, αφού στην ουσία πρόκειται για μια προσομοίωση αυτής. Πιο αναλυτικά: «...η κατά πρόσωπο αλληλεπίδραση ανάμεσα στους νέους συρρικνώνεται λόγω του γεγονότος ότι οι σχέσεις επιτελούνται όλο και περισσότερο μέσω κινητών τηλεφώνων, γραπτών μηνυμάτων, διαδικτυακών μέσων κοινωνικής δικτύωσης και ιστολογίων, γι' αυτό η ικανότητά τους να αναπτύσσουν και να διατηρούν τις κοινωνικές τους ικανότητες και σχέσεις επηρεάζονται άμεσα, και ίσως να αποδυναμώνονται» {14}. Με γνώμονα το παραπάνω, φαινομενικά ευνοούνται περισσότερο είναι οι εξωστρεφείς άνθρωποι, αυτοί που έχουν ήδη ανεπτυγμένες τεχνικές κοινωνικοποίησης και όχι αυτοί που είναι εσωστρεφείς, στους οποίους εκλείπει το στοιχείο της κοινωνικότητας. Ωστόσο, λίγα στοιχεία δείχνουν ότι όσο η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αυξάνεται τόσο η πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνία συρρικνώνεται.

Μια διαμεσολαβημένη αμφίδρομη εμπειρία που λαμβάνει χώρα σε μια δυνητική διάσταση στερείται του στοιχείου της αμεσότητας, του στοιχείου της ανθρώπινης επαφής. Όπως πολύ εύστοχα παρατηρούν οι Lee & Conroy (2005): «Το διαδίκτυο αντιμετωπίζεται συνήθως ως μια εναλλακτική και μια καλύτερη μέθοδος εκ του ταχυδρομείου και του τηλεφώνου, αλλά χρησιμοποιείται με παρόμοιο τρόπο – με την διαφορά ότι υποστηρίζει πιο παραδοσιακές απόψεις των διαδικασιών κοινωνικοποίησης» {6}. Η ύπαρξη των δυο διαστάσεων (της offline και της online) και συνακόλουθα των δυο υποκειμενικών

ταυτοτήτων, πυροδοτούν μια λειτουργία υποκατάστασης¹¹ η οποία είναι απόρροια μιας πολύπλοκης νεανικής καθημερινότητας όπου οι online σχέσεις μας πλαισιώνονται από τις offline και αυτές εκατέρωθεν αυτοπροσδιορίζονται όντας πλέον αδιάσπαστες και άρρηκτα συνδεδεμένες.

Τα όσα έχουμε αναφέρει μέχρι στιγμής καταμαρτυρούν ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και η διαμεσολαβημένη κοινωνική διαντίδραση έχουν δευτερεύοντα ρόλο σε σχέση με την κατά πρόσωπο διαντίδραση και σε καμία περίπτωση δεν υποκαθιστούν την άμεση επικοινωνία και κοινωνικοποίηση. Και αυτό διότι όπως διαφαίνεται, ναι μεν η χρήση του Διαδικτύου ίσως πολλές φορές να οδηγεί σε μια «απομόνωση» του υποκειμένου αλλά δεν μπορούμε να παραβλέψουμε ότι προσδίδει και μια επιπρόσθετη διάσταση επικοινωνίας και αυξάνοντας τις πιθανότητες εκδήλωσης μορφών κοινωνικοποίησης, χωρίς όμως να βοηθά την λειτουργία των σχέσεων στον φυσικό χώρο – παράγοντας που όπως φαίνεται συνεπάγεται όπως προείπαμε την μείωση της κοινωνικότητας. Γενικότερα, παρατηρείται μια μείωση της κατά πρόσωπο επικοινωνίας στους νέους λόγω της εισβολής του διαδικτύου σε βασικές καθημερινές δραστηριότητες όπως η εκπαίδευση, η επικοινωνία και η ψυχαγωγία, δραστηριότητες που ως επί το πλείστον απορροφούν τον περισσότερο χρόνο της ημερήσιας δραστηριότητας των νέων {14}.

Επιπλέον, ένα μείζονος σημασίας θέμα που έρχεται στην επιφάνεια με την χρήση των social media από παιδιά και εφήβους (και όχι μόνο) έχει να κάνει με την άμετρη πολλές φορές διάχυση του ιδιωτικού στοιχείου στο δημόσιο¹². Πλέον, τα μέτρα ανάμεσα στο ιδιωτικό και το δημόσιο καθίστανται αρκετά δυσδιάκριτα όσο άλλωστε και τα όρια ανάμεσα στους φίλους και τους γνωστούς online. Φυσικά, για ένα παιδί είναι πιθανότατα δύσκολο να διαχειριστεί με επάρκεια τέτοια ζητήματα ιδιωτικότητας, γι' αυτό και ανακύπτουν τέτοιας φύσεως ζητήματα που απασχολούν πρωτίστως τους νέους και ύστερα τους ερευνητές.

Εν κατακλείδι, συνυπολογίζοντας όλα τα παραπάνω ζητήματα θα μπορούσαμε να πούμε ότι οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να διενεργήσουν έναν σημαντικό ρόλο

¹¹ Όρος που χρησιμοποιείται από τον Mario Morcellini στο άρθρο του «Digital media and socialization» (University La Sapienza)

¹² Με αυτά τα θέματα ασχολείται αναλυτικότερα η κα Τσαλίκη, Λ. “Παιδιά και Διαδίκτυο στην Ελλάδα: η παράμετρος της ιδιωτικότητας στην κοινωνική δικτύωση”, Σ. Παπαθανασόπουλος (επιμ), (σελ 228) Τα Μέσα Επικοινωνίας στον 21ο αι. Αθήνα, Καστανιώτης(2011)

στην κοινωνικοποίηση των νέων αρκεί να χρησιμοποιούνται με τον σωστό τρόπο. Να πλαισιώνουν δηλαδή την offline διάσταση, ώστε να καλύπτουν τα οποιαδήποτε κενά που αυτή παρουσιάζει και όχι να χρησιμοποιούνται κατά κόρον, ως τον μόνο δίαυλο επικοινωνίας και κοινωνικοποίησης των νέων. Ας δούμε λοιπόν στο ακόλουθο κεφάλαιο πως διαμορφώνεται αυτό το δίπτυχο της online και της offline κοινωνικοποίησης.

Online κοινωνικοποίηση VS offline κοινωνικοποίηση

Στα πλαίσια της «διττής» ταυτότητας του υποκειμένου που αναφέραμε μόλις παραπάνω – αποτέλεσμα της διάχυσης του ψηφιακού στοιχείου στο αναλογικό και vice versa – τίθενται προς διερεύνηση δυο διαφορετικής φύσης πεδία κοινωνικοποίησης των νέων. Αυτό της offline κοινωνικοποίησης και το έτερο, αυτό δηλαδή της online. Πρέπει να τονίσουμε για μια ακόμη φορά ότι τα δυο αυτά πεδία δεν είναι ούτε αποκομμένα, ούτε ξεχωριστά. Τουναντίον μάλιστα, είναι αμφι-προσδιοριζόμενα και απολύτως συνεχή, αφού το άτομο κοινωνικοποιείται με μια χωρική και χρονική συνέχεια, χωρίς να έχει σημασία αν ο χώρος ή ο χρόνος είναι ψηφιακός ή/και αναλογικός. Η ουσία είναι ότι η κοινωνική δραστηριότητα, ανεξάρτητα από το εάν εκδηλώνεται offline ή online, έχει συνέπειες στο συνεχές συνονθύλευμα των δυο διαστάσεων.

Για να καταστεί δυνατή η ύπαρξη αυτής της συνέχειας ανάμεσα στα δυο πεδία, χρειάστηκε να πραγματοποιηθούν πολλές αλλαγές. Η μετάβαση αυτή τίθεται στο μικροσκόπιο πολλών ερευνητών του πεδίου οι οποίοι θέλησαν να εξετάσουν το τι αντίκτυπο έχει η μετάβαση από τις αναλογικές κοινότητες, στις ψηφιακές. Ουσιαστικά πρόκειται για μια μεταφορά της πραγματικότητας σε μία δυνητική διάσταση που υπάρχει σε παράλληλο χώρο και χρόνο, έξω από φυσικά όρια, αυτό το οποίο ο Van Dijk (2006:160) ορίζει ως την μετάβαση από την οργανική στην ψηφιακή κοινότητα {23}.

Οι ψηφιακές κοινότητες έχουν την δυνατότητα να επηρεάζουν τον νου των υποκειμένων, τις διαπροσωπικές σχέσεις καθώς και τις κοινωνικές επιταγές που αναδύονται από τις ανθρώπινες σχέσεις {9}. Και αυτό γίνεται αντιληπτό αν αναλογιστούμε το πώς λειτουργούν τα κοινά αυτά. Έτσι, σύμφωνα με την Boyd (2008), τα δικτυωμένα κοινά διαφέρουν με τα άμεσα (unmediated) σε τέσσερα σημεία: στο γεγονός ότι στα δικτυωμένα κοινά οτιδήποτε εκφράζεται, καταγράφεται και «μένει» (persistence), στην δυνατότητα της εύκολης αναζήτησης και εύρεσης των ατόμων (searchability), στην δυνατότητα της αναπαραγωγής του λόγου, των εκφράσεων χωρίς να ξεχωρίζει το πρωτότυπο από το αντίγραφο του (replicability), και τέλος στο γεγονός ότι στα ψηφιακά κοινά τα ακροατήρια-ομάδες-κοινότητες είναι αόρατα-δυσήθητα (invisible audiences) {2}. Συνεπώς, ένα δικτυωμένο κοινό

μπορεί εν δυνάμει να αποτελείται από άτομα ανεξάρτητα από κάθε χωρική και χρονική διάσταση, ενώ στο εσωτερικό του τα άτομα αυτά αλληλεπιδρούν απρόσκοπτα.

Για να κοινωνικοποιηθούν οι νέοι online λοιπόν, χρησιμοποιώντας το *ψηφιακό σώμα*¹³ τους, εντάσσονται σε αυτές τις ψηφιακές ομάδες ή κοινότητες, συνάπτουν ή απορρίπτουν ψηφιακές φιλίες, παίζουν ή διασκεδάζουν, ανάλογα με τον χαρακτήρα και τον σκοπό της εκάστοτε υπηρεσίας. Η ειδοποιός διαφορά σε σχέση με την offline διάσταση είναι ότι «*οι συμπεριφορές είναι ευμετάβλητες, επειδή εδράζονται στη ρευστότητα της αυξανόμενης συνδεσιμότητας*» {22}, σε αντίθεση με την ενδεχομένως πιο πάγια διάσταση των κοινωνικών συναναστροφών κατά πρόσωπο. Σύμφωνα με την παρατήρηση της Baym (2006), ίσως πολλές φορές να εκλείπει το στοιχείο της δέσμευσης αλλά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν τρόπο να καθίστανται εθιστικά λόγω του ότι η αλληλεπίδραση λειτουργεί ως ένας μηχανισμός που κάνει τους ανθρώπους να θέλουν να εμπλακούν και να παραμείνουν σε διαδικτυακές ομάδες {24}.

Επιπλέον, πρέπει να λάβουμε υπόψη και αυτό που υποστηρίζει ο Buckingham (2006), ότι δηλαδή οι νέοι αντιμετωπίζουν τον ηλεκτρονικό υπολογιστή ως ένα μέσο ψυχαγωγίας {25}. Και ως μέσο ψυχαγωγίας, έχει την δυνατότητα να εγείρει την δημιουργικότητα και την θέληση των παιδιών για μάθηση, στοιχεία τα οποία σύμφωνα με τον Buckingham παρακωλύονται από παλαιού τύπου μεθόδους. Επιπρόσθετα, κάποιοι άλλοι υποστηρίζουν ότι οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές βοηθούν τα παιδιά να επικοινωνήσουν, να εξωτερικευτούν και να συμμετάσχουν στην δημόσια ζωή με τρόπους που πρωτίτερα ήταν αδύνατοι. Και φυσικά η άποψη αυτή ευσταθεί, ιδιαίτερα αν αναλογιστεί κανείς τα όσα έχουμε πει μέχρι εδώ. Άρα η online διάσταση κοινωνικοποίησης έχει άλλα μέσα αλληλεπίδρασης, τα οποία προκύπτουν από την χρήση των υπολογιστικών συστημάτων και των διαδικτυακών μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Σε επίπεδο online συναναστροφών, παρατηρείται ότι η πλειοψηφία της διαμεσολαβημένης κοινωνικής αλληλόδρασης των νέων είναι με φίλους ή γνωστούς που ήδη γνώριζαν από την παραδοσιακή κατά πρόσωπο αλληλεπίδραση ή από ομάδες κοινού ενδιαφέροντος, παρά

¹³ Όρος που χρησιμοποιεί η Boyd στο "Why Youth ♥ Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life.(p.129)" Youth, Identity, and Digital Media". Edited by David Buckingham. The MIT Press, 2008.

με απολύτως αγνώστους. Αυτό επιβεβαιώνεται και από τα στοιχεία της έρευνας του Δικτύου EU Kids Online (2011) αφού «το 30% των παιδιών ηλικίας 9-16 ετών στην Ευρώπη που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο έχουν επικοινωνήσει στο παρελθόν με κάποιον που δεν έχουν γνωρίσει από κοντά...» {5}. Αυτό θα μπορούσε κάλλιστα να είναι αποτέλεσμα της μεταβολής που υφίσταται η έννοια της φιλίας στο online επίπεδο, όπου ο όρος φιλία περισσότερο βασίζεται στην επιλογή «ξέρω ή δεν ξέρω κάποιον» παρά σε συναισθήματα και ανθρώπινους δεσμούς.

Σχετικά με την offline κοινωνικοποίηση, οι νέοι όπως προαναφέραμε και νωρίτερα, χρησιμοποιούν τις παραδοσιακές τεχνικές μεθόδους ένταξης και προσέγγισης, ως κληροδότημα του εκάστοτε πολιτισμού. Οι νέοι, μαθαίνουν να δημιουργούν και να διαχειρίζονται τα κοινωνικά δίκτυα και να εντάσσονται σε αυτά, δεχόμενοι τις καταβολές κατά κύριο λόγο από την οικογένειά τους και το εκπαιδευτικό τους ίδρυμα, και μετέπειτα από την εκκλησία, τις αθλητικές ομάδες κ.α.

Η ανάλυση των κοινωνικών δικτύων λαμβάνει ως εφαλτήριο την προϋπόθεση ότι η κοινωνική ζωή δημιουργείται πρωτίστως από τις σχέσεις και τα πλαίσια που διαμορφώνονται από αυτές τις σχέσεις. Σύμφωνα με τους Wellman & Marin (2011) «ένα κοινωνικό δίκτυο είναι ένα σύνολο κοινωνικά συσχετιζόμενων κόμβων διασυνδεδεμένων από μια ή περισσότερες σχέσεις» {17}. Οι σχέσεις αυτές λοιπόν δημιουργούνται και εξελίσσονται σε επίπεδο καθημερινότητας με βάση την κατά πρόσωπο επικοινωνία. Κατά την Baym (2006), τόσο η κατά πρόσωπο, όσο και η μη λεκτική επικοινωνία είναι βασικές και αναγκαίες διαδικασίες συσχέτισης {24}. Οι διαδικασίες αυτές κατά την online επικοινωνία δεν πραγματοποιούνται. Γι' αυτό είναι δύσκολο να επιτευχθεί υψηλός βαθμός συσχέτισης κατά την online κοινωνικοποίηση και ίσως αυτό να είχε κατά νου ο Van Dijk (2006:160) όταν εξέφραζε ότι «οι ψηφιακές κοινότητες δεν μπορούν να αντικαταστήσουν τις οργανικές διότι είναι πολύ περιορισμένες και ασταθείς για να υπάρξουν χωρίς αυτές (εννοεί τις οργανικές)» {23}. Επομένως, δεν θα πρέπει να μας προξενεί εντύπωση ότι η offline κοινωνικοποίηση δημιουργεί πιο «βάσιμες» και σταθερές σχέσεις απ' ότι η online. Οι άμεσες διαπροσωπικές σχέσεις και η κατά πρόσωπο επικοινωνία γενικότερα είναι πολύ σημαντικές για την επιτέλεση της καθημερινότητας του ατόμου. Η ενστικτώδης αντίδραση του κάθε ανθρώπου για να αντιμετωπίσει ένα πρόβλημα δεν θα είναι το να στραφεί σε διαμεσολαβημένες μορφές επικοινωνίας, να χρησιμοποιήσει δηλαδή τα μέσα κοινωνικής

δικτύωσης. Αντιθέτως, θα στραφεί στο οικογενειακό του περιβάλλον, στους φίλους του, στους συμμαθητές του και θα προτιμήσει την άμεσα διαπροσωπική επαφή. «Οι άνθρωποι βασίζονται στην οικογένεια και στους στενούς τους φίλους για να τους παράσχουν συναισθηματική υποστήριξη και μικρές βοήθειες για να τα βγάλουν πέρα με τα άγχη και τα προβλήματά τους» {8}, αναφέρουν οι Wellman, Chua & Madej (2011), προς επιβεβαίωση των όσων αναφέραμε παραπάνω.

Οι offline σχέσεις θεμελιώνονται λοιπόν, άμεσα σε καθημερινό επίπεδο και εδραιώνονται στην κατά πρόσωπο πρακτικές κοινωνικοποίησης της άμεσης αλληλεπίδρασης, σε αντίθεση με τις online που επιτελούνται δυνητικά και διαμεσολαβημένα.

Ολοκληρώνοντας, να εμμείνουμε στο ότι αυτή η συνέχεια που προκύπτει από τον συνδυασμό της offline και της online κοινωνικοποίησης κατασκευάζει το κοινωνικό προφίλ του κάθε ανθρώπου, με τα δυο πεδία να συγχέονται και να συνθέτουν ένα συμπαγές και αδιάρρηκτο κατασκεύασμα.

Κεφάλαιο 4^ο – Μεθοδολογία και έρευνα

Σχεδιασμός και μεθοδολογία

Ο σχεδιασμός της έρευνας βασίστηκε στο άρθρο του Mario Morcellini (2008) “Digital Media and Socialization” {26} και θα λέγαμε ότι θα μπορούσε να αποτελεί μια πιο ευρεία μορφή του η οποία θα εστιάζει το ερευνητικό του ενδιαφέρον στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και στην διαμεσολάβηση αυτών σε επίπεδο κοινωνικοποίησης, ύστερα από μια συζήτηση βασισμένη σε προγενέστερη βιβλιογραφία. Φυσικά η έρευνα είναι εστιασμένη στα ελληνικά δεδομένα και διαμορφωμένη ούτως ώστε να προβάλλει το ελληνικό παράδειγμα. Η έρευνα αυτή φιλοδοξεί να συγκεντρώσει όλα εκείνα τα στοιχεία που εξετάζουν την μεταβολή της offline κοινωνικής διάστασης από την διαμεσολάβηση της online και τις αλλαγές η δεύτερη έχει επιφέρει στην διαδικασία της κοινωνικοποίησης των νέων.

Για την υλοποίηση της εργασίας πραγματοποιήθηκε έρευνα στην Αττική σε 2 Πανεπιστήμια και ένα Γενικό Λύκειο. Το κριτήριο επιλογής του αστικού περιβάλλοντος έχει να κάνει με θέματα υποδομών, ανάπτυξης καθώς και κριτήρια χρήσης του Διαδικτύου (αυξημένη σε σχέση με το επαρχιακό περιβάλλον).

Το μέσο που χρησιμοποιήθηκε για την συλλογή των δεδομένων ήταν το ερωτηματολόγιο¹⁴. Στα Πανεπιστήμια η συμπλήρωση γινόταν επιτόπου, με τους φοιτητές να ανταποκρίνονται άμεσα. Στα σχολεία, η διαδικασία ήταν διαφορετική. Η συμπλήρωση των ερωτηματολογίων πραγματοποιήθηκε με την δική μου καθοδήγηση, και αφού εξηγούσα στους μαθητές ορισμένα πράγματα για την έρευνα, ύστερα τους έδινα τον απαραίτητο χρόνο ούτως ώστε να τα συμπληρώσουν όντας πάντα παρών σε περίπτωση που είχαν κάποια απορία.

Ύστερα από επίσκεψη σε 5 τμήματα, της Α΄, Β΄ και Γ΄ Λυκείου, του 13^{ου} Γενικού Λυκείου Αθηνών, και τις επισκέψεις στο τμήμα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης του Πανεπιστημίου Αθηνών καθώς και του τμήματος Χρηματοοικονομικής και Τραπεζικής Διοικητικής του Πανεπιστημίου Πειραιώς, συλλέχθηκαν 149 ερωτηματολόγια. Το ηλικιακό

¹⁴ Βλ. Παράρτημα

φάσμα ορίστηκε από 15 έως και 24 ετών, και το δείγμα διαχωρίστηκε σε 2 ηλικιακές ομάδες (15-18 και 19-24) που ανταποκρίνονταν στην μαθησιακή ιδιότητα της εκάστοτε περίπτωσης (μαθητές και φοιτητές).

Συζήτηση και ανάλυση των αποτελεσμάτων

Το δείγμα της έρευνας αφορά σε 71 άνδρες και σε 78 γυναίκες όπως προκύπτει και από τον Πίνακα συχνοτήτων ανά Φύλο, και σε 78 μαθητές και 71 φοιτητές όπως προκύπτει από τον Πίνακα συχνοτήτων ανά Ομαδοποιημένη Ηλικία αντίστοιχα.

Φύλο	Συχνότητα	Ποσοστό %
Άνδρας	71	47,7%
Γυναίκα	78	52,3%
Σύνολο	149	100%

Πίνακας συχνοτήτων ανά Φύλο

Ομαδοποιημένη Ηλικία	Συχνότητα	Ποσοστό %
Από 15 έως και 18	78	52,3%
Από 19 έως και 24	71	47,7%
Σύνολο	149	100%

Πίνακας συχνοτήτων ανά Ομαδοποιημένη Ηλικία

Αυτό που μας ενδιαφέρει αρχικά είναι να εξετάσουμε τον τρόπο και την συχνότητα που οι μαθητές και φοιτητές του δείγματος χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο. Οι νέοι λοιπόν, σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνάς μας, παρουσιάζουν την τάση να χρησιμοποιούν πολύ συχνά το Διαδίκτυο όταν η πρόσβαση σε αυτό πραγματοποιείται από το σπίτι τους. Εμείς λοιπόν θα υποθέσουμε ότι όσο περισσότερη είναι η πρόσβαση στο διαδίκτυο, τόσο περισσότερο θα το χρησιμοποιήσει ένας νέος.

Εξετάζοντας τους συντελεστές συσχέτισης, αμέσως μπορούμε να συμπεράνουμε πως οι δυο μεταβλητές παρουσιάζουν αξιοσημείωτο βαθμό συσχέτισης. Η ερευνητική μας υπόθεση είναι βάσιμη αφού η συχνότητα χρήσης του Διαδικτύου συσχετίζεται αξιοσημείωτα με τον τρόπο πρόσβασης σε αυτό ($r=+,519$, $p \leq 0,01$). Συνεπώς, η ευκολότερη πρόσβαση δείχνει να επηρεάζει σημαντικά τον πόσο συχνά θα χρησιμοποιεί κανείς το Διαδίκτυο.

Επεκτείνοντας τον συλλογισμό μας, αυτό που μας φάνηκε ερευνητικά ενδιαφέρον ήταν το να εξετάσουμε τον βαθμό συσχέτισης της συχνότητας χρήσης των Μ.Κ.Δ¹⁵ με τον τρόπο πρόσβασης σε αυτά. Το εάν δηλαδή η συχνότητα χρήσης τους εξαρτάται από το εάν έχει εύκολη πρόσβαση στο Διαδίκτυο. Τα αποτελέσματα του στατιστικού ελέγχου, μας λένε ότι η ερευνητική μας υπόθεση έχει βάση, αφού βάσει αυτών υπάρχει ένας μικρός βαθμός συσχέτισης του ενός παράγοντα με τον άλλο (με αποτελέσματα $r=+,240$ και $p \leq 0,01$). Πράγματι λοιπόν, η εύκολη πρόσβαση – απόρροια της διάδοσης της ευρυζωνικότητας και της φορητότητας – είναι ένας παράγοντας που επηρεάζει το πόσο συχνά θα χρησιμοποιούν οι νέοι τα Μ.Κ.Δ.

Εν συνεχεία, αφήνοντας κατά μέρος τα όσα σχετίζονται με την πρόσβαση τώρα θα ασχοληθούμε με θέματα αμιγώς σχετικά με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Σύμφωνα με τα στοιχεία που συλλέξαμε λοιπόν, οι Έλληνες μαθητές και φοιτητές δείχνουν μια ιδιαίτερη προτίμηση στο Facebook. Η εν λόγω ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης συγκεντρώνει το 57,72% της προτίμησης των νέων Ελλήνων, με το Twitter να ακολουθεί με 17,45%, ενώ μικρότερα ποσοστά συγκεντρώνουν το MySpace, το Flickr και άλλες υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης, ενώ οι 9 στους 10 νέους χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Το βασικό όμως δεν είναι μόνο να μάθουμε τι προτιμούν οι νέοι αλλά τι είναι αυτό που τους κάνει να το χρησιμοποιήσουν. Για ποιους σκοπούς λοιπόν χρησιμοποιούν τα Μ.Κ.Δ; Ας ρίξουμε μια ματιά στον παρακάτω πίνακα:

¹⁵ Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Λόγοι χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης				
		Απαντήσεις		Ποσοστό Περιπτώσεων
		N	Ποσοστό	
Λόγοι Χρήσης των Social Media	Χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για Ψυχαγωγία	111	26,8%	75,0%
	Χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για Ενημέρωση	70	16,9%	47,3%
	Χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για Συμμετοχή	23	5,6%	15,5%
	Χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για Εκπαίδευση	26	6,3%	17,6%
	Χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για Επικοινωνία	117	28,3%	79,1%
	Χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για Κοινωνικοποίηση	46	11,1%	31,1%
	Χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για Αυτοπροβολή	18	4,3%	12,2%
	Χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για Άλλο	3	,7%	2,0%
	Σύνολο		414	100,0%

Πίνακας 3 – Πίνακας ανάλυσης χρήσεων των μέσων κοινωνικής δικτύωσης

Πρώτη θέση στους λόγους χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης καταλαμβάνει η **χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για Επικοινωνία**, με ποσοστό 28,3% επί του συνόλου χρήσεων και συγκεντρώνει το 79,1% των χρηστών επί του συνολικού πληθυσμού του δείγματος, αμέσως μετά είναι η **χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για Ψυχαγωγία**, με ποσοστό 26,8% επί του συνόλου χρήσεων και συγκεντρώνει το 75,0% των χρηστών επί του συνολικού πληθυσμού του δείγματος, ενώ τρίτη τη τάξει είναι η **χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για Ενημέρωση**, που συγκεντρώνει το ποσοστό 16,9% επί του συνόλου χρήσεων και το 47,3% επί του συνολικού πληθυσμού του δείγματος. Πέρα

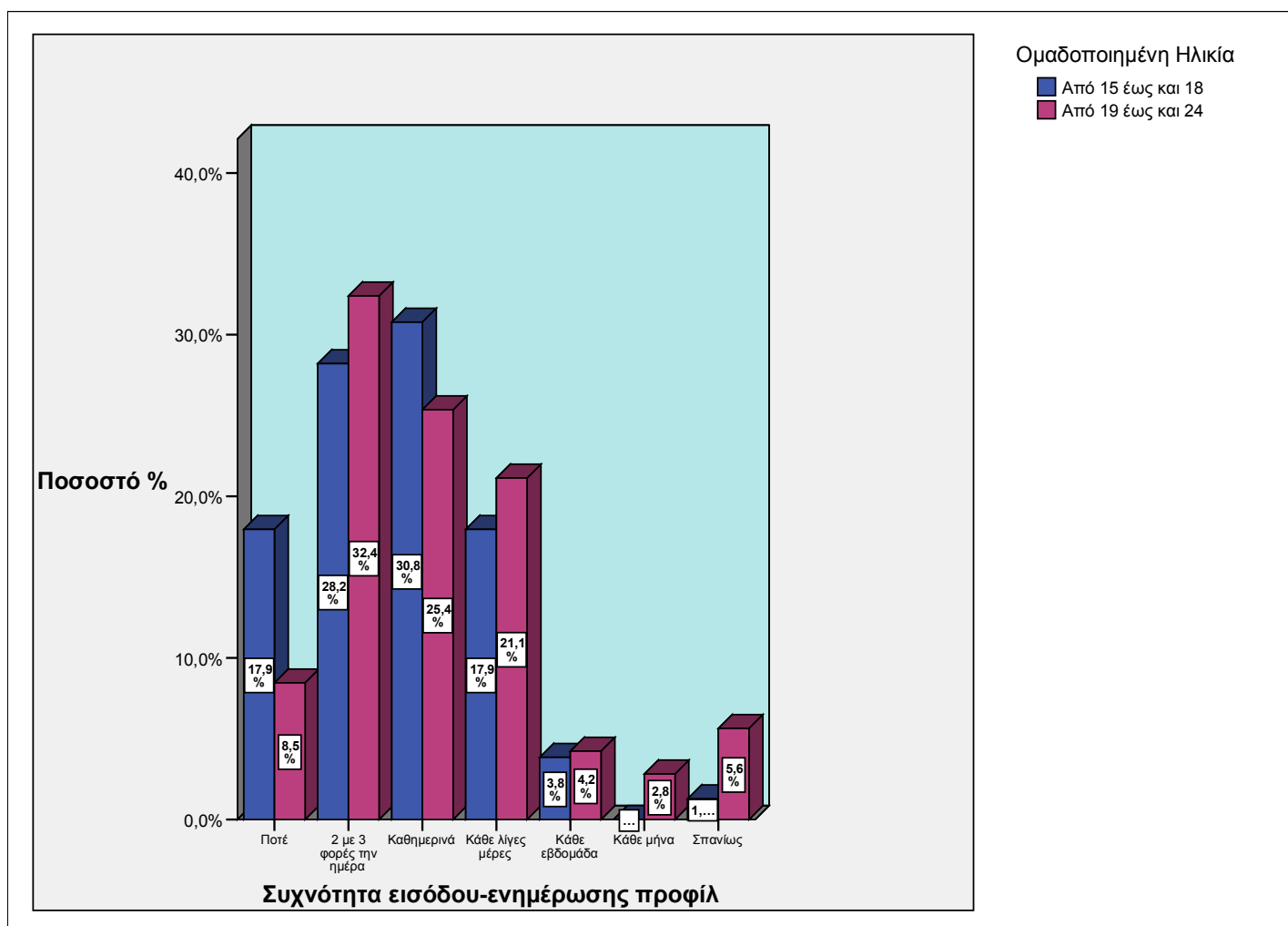
των 3 αυτών βασικών χρήσεων που ξεχωρίζουν, με σειρά προτεραιότητας προτιμούνται η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για Κοινωνικοποίηση (με 11,1% και 31,1% επί του πληθυσμού του δείγματος), η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για Εκπαίδευση (με 6,3% και 17,6% επί του πληθυσμού του δείγματος), η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για Συμμετοχή (με 5,6% και 15,5% επί του πληθυσμού του δείγματος), η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για Αυτοπροβολή (με 4,3% και 12,2% επί του πληθυσμού του δείγματος), και τέλος η εναλλακτική χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (με 0,7% και 2,0% επί του πληθυσμού του δείγματος).

Βάσει των παραπάνω στοιχείων, προκύπτει ότι οι νέοι χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης βασικά για να επικοινωνούν, ύστερα να ψυχαγωγούνται και μετά να ενημερώνονται. Απλούστερα, οι νέοι τα αντιλαμβάνονται σαν ένα πολύτιμο επικοινωνιακό εργαλείο, διαμέσου του οποίου διασκεδάζουν και μαθαίνουν τα νέα των φίλων τους. Το ενδιαφέρον ερευνητικό στοιχείο επί του παρόντος είναι το γεγονός ότι παρά μόνο ελάχιστοι νέοι φαίνεται να χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να κοινωνικοποιηθούν, κάτι που μπορεί να εκληφθεί με δυο παραδοχές: είτε ότι εμμένουν στις παραδοσιακές τεχνικές κοινωνικοποίησης και διαβλέπουν την ψυχαγωγική μόνο πλευρά των Μ.Κ.Δ, είτε ότι απλά χρησιμοποιώντας τα δεν αντιλαμβάνονται ότι λαμβάνουν μέρος σε μια διαδικασία κοινωνικοποίησης.

Για να το ελέγξουμε, ρωτήσαμε τους νέους εάν θεωρούν ότι τα Μ.Κ.Δ ένα δίαυλο κοινωνικοποίησης για να εξετάσουμε το εάν οι ίδιοι τα αντιλαμβάνονται ως τέτοια, παρόλο που προηγουμένως αναφέραμε ότι δεν τα χρησιμοποιούν με σκοπό το να κοινωνικοποιηθούν. Το 70,4% των ανδρών και το 78,2% των γυναικών του δείγματος απαντά καταφατικά στην ερώτηση εάν τα social media αποτελούν μια σύγχρονη μορφή κοινωνικοποίησης, ενώ αντίθετα μόλις 3 στους 10 νέους άνδρες (29,6%) και 2 στις 10 νέες γυναίκες (21,8%) δηλώνουν το αντίθετο. Άρα, οι νέοι αντιλαμβάνονται τα Μ.Κ.Δ ως ένα μέσο κοινωνικοποίησης παρόλο που δεν στέκονται τόσο σε αυτή τους την λειτουργία, όσο στην επικοινωνιακή, την ψυχαγωγική και την ενημερωτική.

Ύστερα, για να αντιληφθούμε τι μέρος της καθημερινότητας των νέων καταλαμβάνουν τα Μ.Κ.Δ, θελήσαμε να μάθουμε πόσο συχνά αυτοί εισέρχονται ή/ και ενημερώνουν το

προφίλ τους. Στο ακόλουθο γράφημα φαίνεται το πόσο συχνά οι χρήστες χρησιμοποιούν την ψηφιακή τους ταυτότητα.



Γράφημα 1 – Ποσοστά συχνότητας εισόδου-ενημέρωσης προφίλ ανά ομαδοποιημένη ηλικία

Από τα στοιχεία του Γραφήματος 1 διαφαίνεται ότι ένα πολύ μεγάλο ποσοστό του πληθυσμού των νέων εισέρχονται ή/και ενημερώνουν το προφίλ του λογαριασμού που διατηρούν σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης πάρα πολύ συχνά. Συγκεκριμένα, οι νέοι εισέρχονται ή/και ενημερώνουν τον λογαριασμό τους 2-3 φορές την ημέρα σε ποσοστό 28,2% και 32,4% για τις ηλικίες 15-18 και 19-24 αντίστοιχα, σε καθημερινή βάση σε ποσοστό 30,8% και 26,4% αντίστοιχα ενώ κάθε λίγες ημέρες σε ποσοστό 17,9% (15-18) και 21,1% (19-24). Βλέπουμε ότι όσο συνεχίζουμε να αναλύουμε τα δεδομένα που έχουμε αποσπάσει από το κοινωνιολογικό πείραμα, ενισχύεται περαιτέρω η άποψη που έχουμε εκφράσει επανειλημμένα μέχρι τώρα ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι πλέον ένας σημαντικός παράγοντας στην καθημερινότητα και στην κοινωνικοποίηση των νέων, καθώς καταλαμβάνει ένα μεγάλο μέρος της καθημερινότητάς τους.

Θεωρούμενα λοιπόν ως ένα μέσο κοινωνικοποίησης που χρησιμοποιείται πολύ συχνά για τους περισσότερους, πόσο σημαντικά είναι τα Μ.Κ.Δ για τους νέους; Σε ανάλογο ερώτημα που τους θέσαμε, είδαμε ότι για το 41% των νέων ανδρών και το 24,4% των νέων γυναικών τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαδραματίζουν έναν αρκετά σημαντικό ρόλο, ενώ τα αντίστοιχα 41% και 46,5% υποστηρίζουν ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παίζουν έναν λίγο σημαντικό ρόλο για εκείνους, ενώ όσο ανεβαίνουμε σε βαθμό σημαντικότητας τα ποσοστά μειώνονται χαρακτηριστικά.

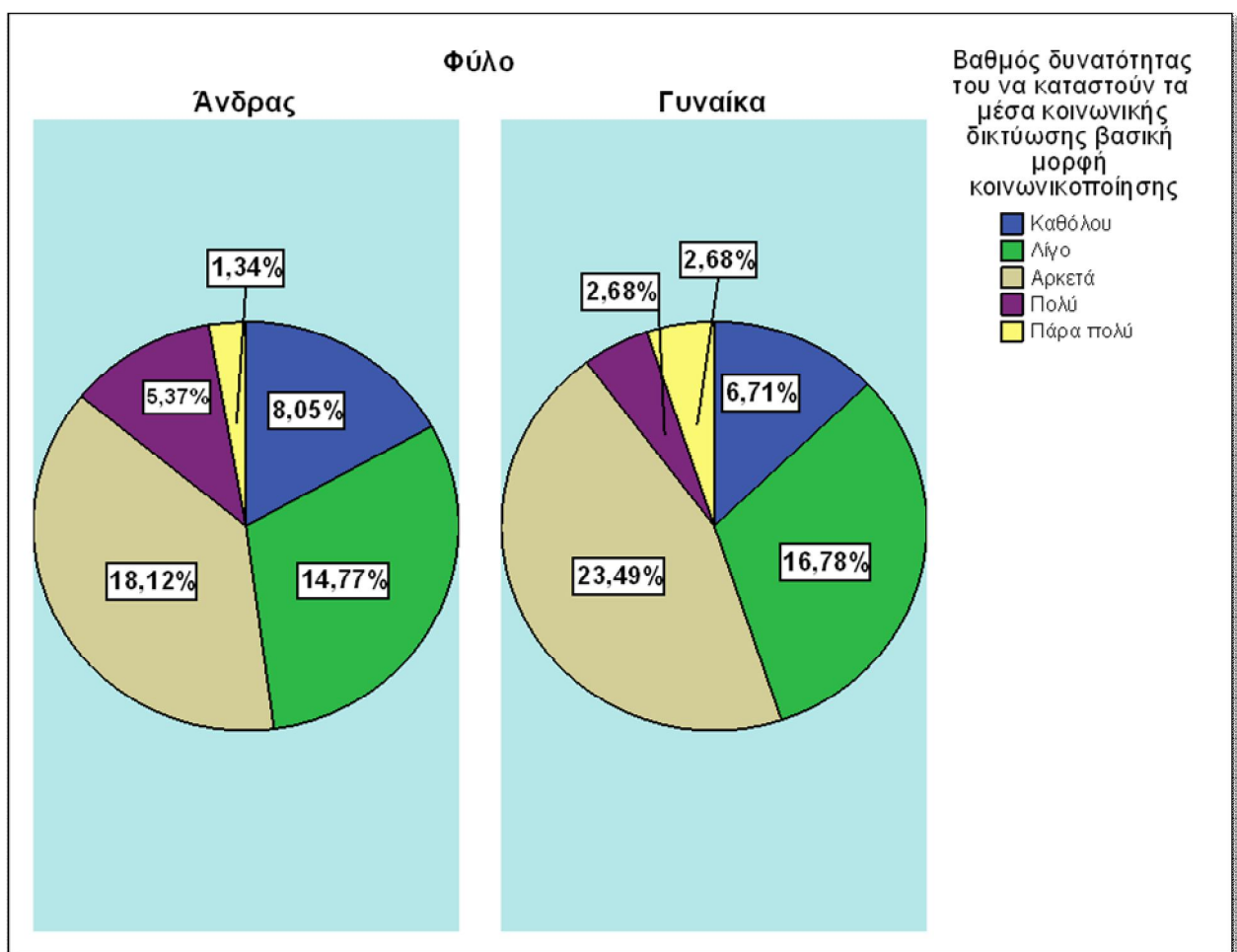
Ποια είναι όμως τα στοιχεία αυτά που καθιστούν τα Μ.Κ.Δ σημαντικά; Με άλλα λόγια, από τι εξαρτάται το εάν κάποιος θεωρεί ότι τα Μ.Κ.Δ είναι σημαντικά ή όχι για εκείνον; Εδώ τα αποτελέσματα που αποσπάσαμε είναι αρκετά ενδιαφέροντα, αφού ο βαθμός σημαντικότητας παρουσιάζει αξιοσημείωτο βαθμό συσχέτισης με πολλούς παράγοντες:

1. Τον βαθμό που νιώθει κάποιος αποκομμένος από τις διαδικτυακές εξελίξεις (με $r=+,616$ και $p \leq 0,01$)
2. Τον βαθμό σημαντικότητας που αποδίδει κανείς στο να κατέχει κάποιος έναν λογαριασμό σε ένα Μ.Κ.Δ (με $r=+,516$ και $p \leq 0,01$)
3. Τον βαθμό δέσμευσης που νιώθουν οι χρήστες απέναντι στους ψηφιακούς τους φίλους (με $r=+,455$ και $p \leq 0,01$)
4. Τον βαθμό που πιστεύουν ότι είναι δυνατό να δημιουργήσουν ή/και να διατηρήσουν αληθινές (offline) σχέσεις διαμέσου των Μ.Κ.Δ (με $r=+,467$ και $p \leq 0,01$)
5. Τον βαθμό που επηρεάζονται οι offline από τις online σχέσεις τους (με $r=+,444$ και $p \leq 0,01$)
6. Τον βαθμό που τα Μ.Κ.Δ τους καλύπτουν τις καθημερινές επικοινωνιακές τους ανάγκες (με $r=+,467$ και $p \leq 0,01$)

Όπως προκύπτει από τα παραπάνω λοιπόν, το πόσο σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν τα Μ.Κ.Δ στην ζωή των νέων είναι κάτι που εξαρτάται από τα όσα απαριθμήσαμε παραπάνω. Γενικότερα, συνειδητοποιούμε ότι ο ψηφιακός εαυτός των νέων χαρακτηρίζεται άμεσα από τον τρόπο που σκέφτονται οι νέοι στις offline σχέσεις τους. Αυτό που μπορούμε να συμπεράνουμε είναι ότι το πόσο σημαντικά ή όχι κρίνονται τα Μ.Κ.Δ έχει να κάνει με την γενικότερη θεώρηση της ψηφιακής διάστασης από τους χρήστες και είναι αποτέλεσμα μιας

διαρκούς αξιολόγησης και χρήσης των Μ.Κ.Δ. Βάσει των όσων προαναφέραμε, θα μπορούσαμε ενδεχομένως να πούμε ότι ενέχουν μια εμπειρική διάσταση που προκύπτει από την καθημερινή χρήση τους.

Εδώ, η μεταστροφή που υφίσταται η διαδικασία της κοινωνικοποίησης έχει να κάνει με μια νέα κοινωνική εμπειρία που τα περισσότερα παιδιά βιώνουν καθημερινά διαμέσου του Facebook, του Twitter και άλλων μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Η κοινωνική εμπειρία αυτή στρέφει το κοινωνικό και επικοινωνιακό βάρος έξω από τα φυσικά όρια της καθημερινής ζωής, στοιχείο εξέλειπε κατά το παρελθόν. Είναι λοιπόν σε θέση αυτή η εμπειρία να καταστεί μια βασική μορφή κοινωνικοποίησης, όπως η οικογένεια, το σχολείο κ.α.; Αυτή



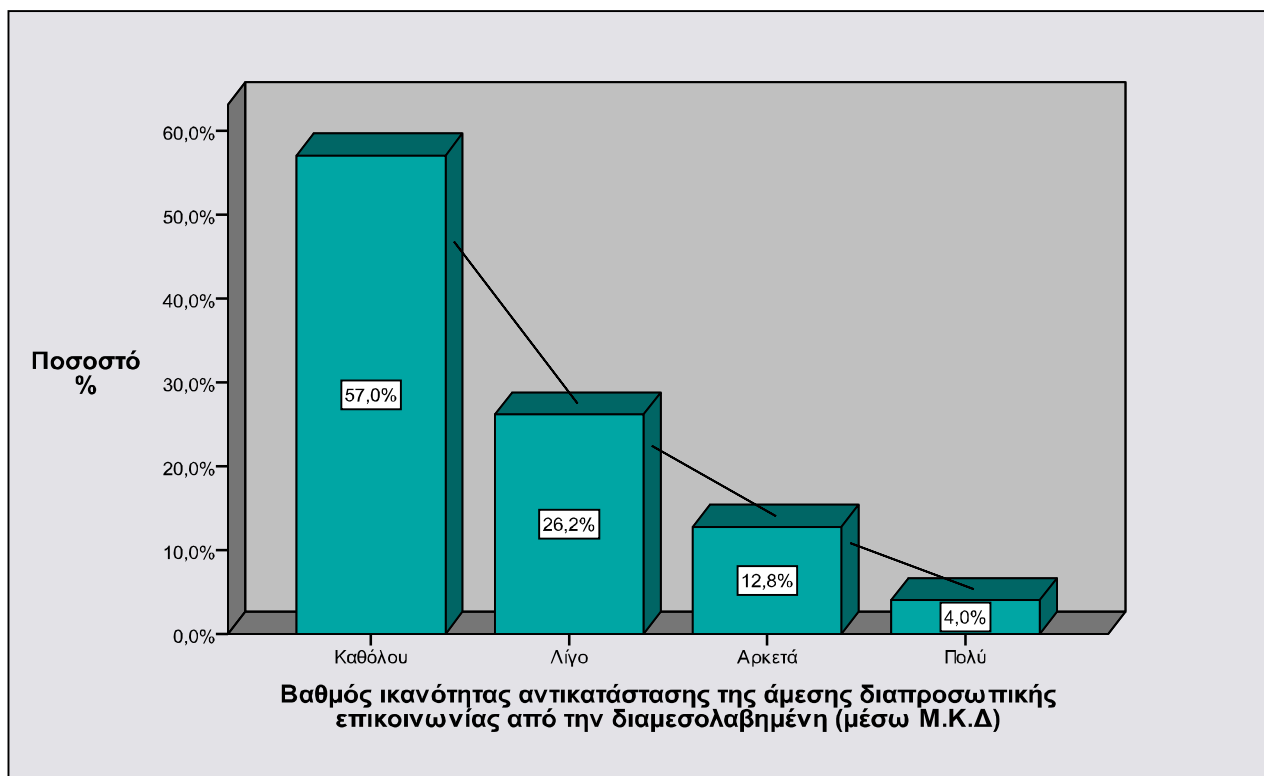
είναι και η ερώτηση που απευθύναμε και εμείς στους νέους.

Γράφημα 2 – Βαθμός πιθανότητας του να καταστούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως βασική μορφή κοινωνικοποίησης ανά φύλο

Οι απαντήσεις που λάβαμε θα λέγαμε ότι εκπλήσσουν καθώς βάσει του Γραφήματος 2, δεν είναι καθόλου λίγοι εκείνοι οι νέοι που πιστεύουν ότι είναι **αρκετά** πιθανό τα Μ.Κ.Δ να

καταστούν μια βασική μορφή κοινωνικοποίησης, αποσπώντας το 18,12% και 23,49% των ανδρών και γυναικών αντίστοιχα, ποσοστά που συνιστούν πλειοψηφία στην υπό εξέταση μεταβλητή. Αν μη τι άλλο, οι νέοι φαινομενικά τουλάχιστον δείχνουν να πιστεύουν ότι τα social media μπορούν στο μέλλον να αποτελέσουν έναν βασικό δίαυλο κοινωνικοποίησης για το άτομο. Η διαφορά έγκειται στο ότι πρόκειται για ένα μέσο κοινωνικοποίησης που θεμελιώνεται σε κοινά ενδιαφέροντα και μπορεί να επεκταθεί χωρίς περιορισμούς. Αυτή άλλωστε είναι ιδιότητα της επιπρόσθετης επικοινωνιακής και κοινωνικής online διάστασης.

Η επόμενη ερώτηση αφορούσε στο εάν τα Μ.Κ.Δ μπορούν να καταλάβουν την θέση της άμεσης φυσικής αλληλεπίδρασης με τέτοιο τρόπο ώστε να καλύπτουν επαρκώς (και) την offline διάσταση. Με άλλα λόγια, είναι ικανά τα social media να αντικαταστήσουν την κατά πρόσωπο επικοινωνία και αλληλεπίδραση;

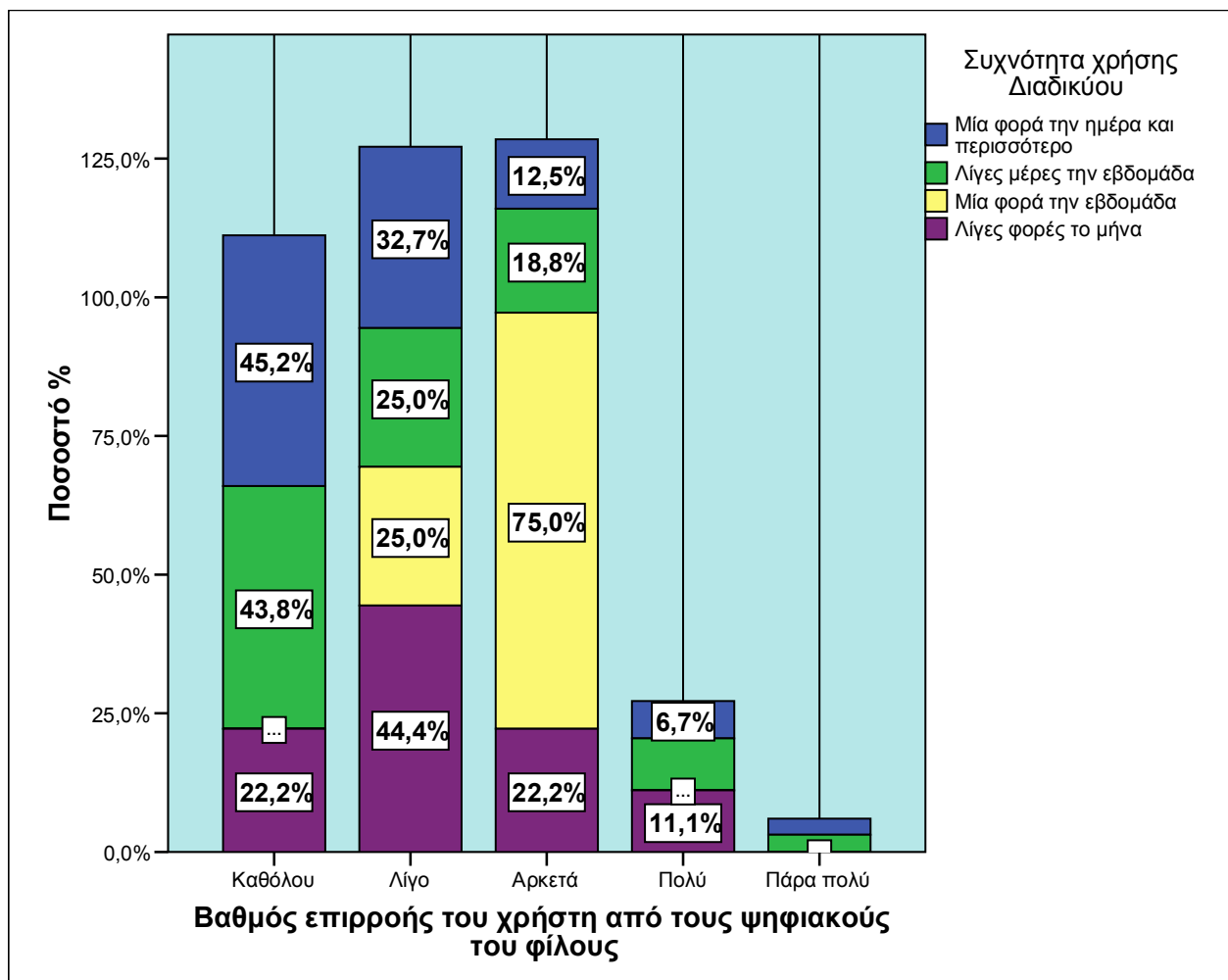


Γράφημα 3 – Ποσοστό πιθανότητας αντικατάστασης της άμεσης από την διαμεσολαβημένη επικοινωνία

Με την πρώτη ματιά, από το Γράφημα 3 φαίνεται ότι η πλειοψηφία αντιστοιχεί σε εκείνους τους νέους που δεν πιστεύουν καθόλου ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να αντικαταστήσουν επαρκώς την άμεση διαπροσωπική επαφή, με ποσοστό μάλιστα 57%, με

μεγάλη ποσοστιαία διαφορά από εκείνους που το πιστεύουν έστω και λίγο (26,2%), και ακόμα μεγαλύτερη από αυτούς που το πιστεύουν αρκετά (μόλις 12,8%). Επομένως, ένα μεγάλο μέρος των νέων πιστεύει ότι τα Μ.Κ.Δ δεν είναι σε θέση αντικαταστήσουν επάξια την άμεση διαπροσωπική επαφή, στοιχεία που επιβεβαιώνουν την βοηθητική και συμπληρωματική διάσταση που τους αποδίδεται σε σχέση με την αμεσότητα και την offline κοινωνικοποίηση.

Στη συνέχεια, ρωτήσαμε τους συνεντευξιζόμενους εάν πιστεύουν ότι επηρεάζονται οι απόψεις τους, οι στάσεις και οι ιδέες τους γενικότερα από και κατά την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Ας δούμε το παρακάτω Γράφημα (4) να πάρουμε μια ιδέα.

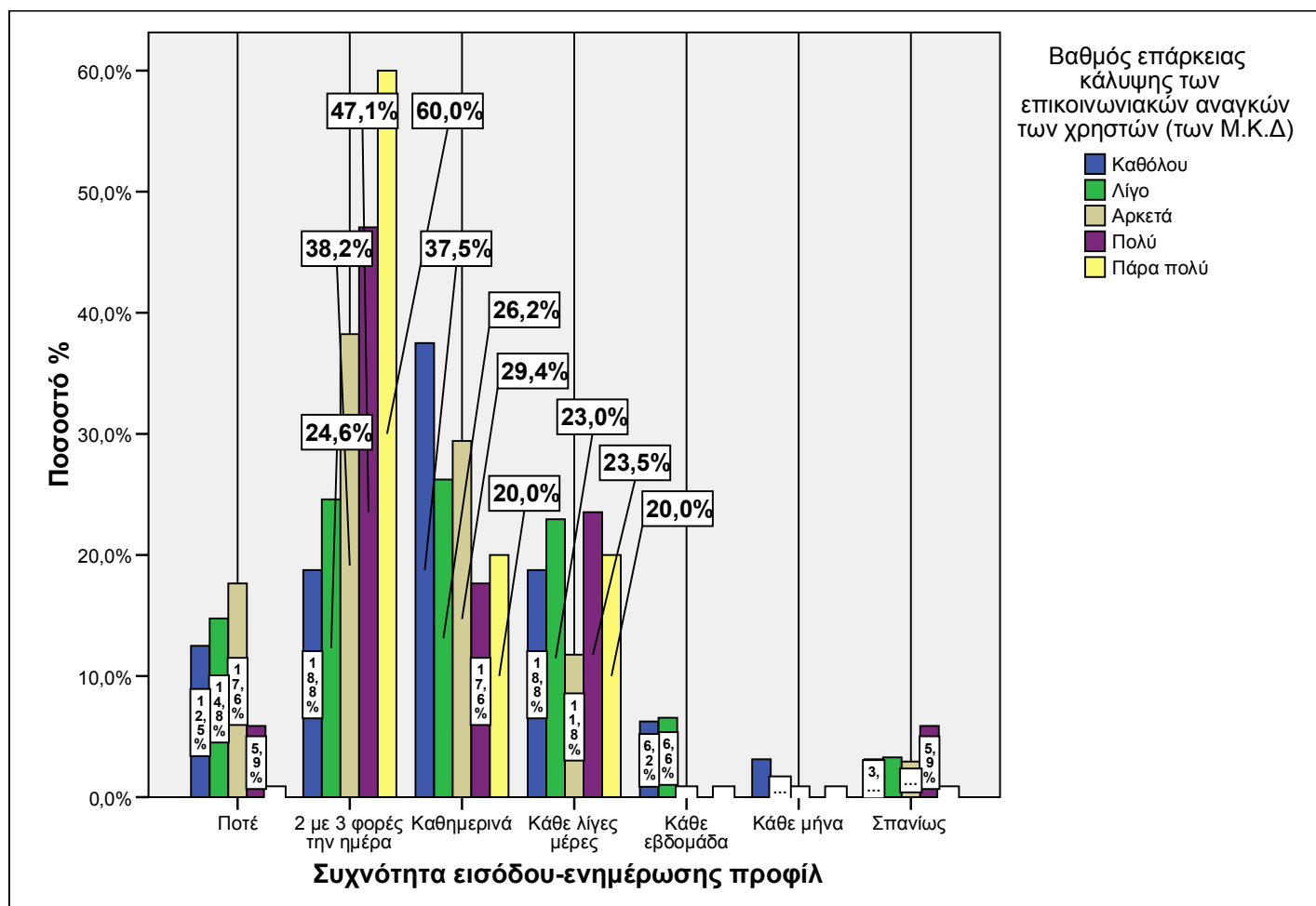


Γράφημα 14 – Ποσοστό βαθμού επιρροής του χρήστη από τους ψηφιακούς φίλους ανά συχνότητα χρήσης του διαδικτύου

Όπως διαφαίνεται από το Γράφημα 4, η πλειοψηφία με 45,2% των όσων κάνουν συχνή χρήση του διαδικτύου (μια φορά την ημέρα ή και περισσότερο) δηλώνει ότι δεν επηρεάζεται **καθόλου** από τους ψηφιακούς του φίλους. Η πλειοψηφία με ποσοστό 43,8% αυτών που χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο λίγες φορές την εβδομάδα υποστηρίζει ότι δεν επηρεάζεται **καθόλου**, ακολουθώντας πάντως την ίδια πτωτική τάση όσο ανεβαίνει ο βαθμός επιρροής με αυτή των χρηστών συχνής χρήσης. Τέλος το 75% των χρηστών που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο μια φορά την εβδομάδα υποστηρίζει ότι επηρεάζεται **αρκετά**, με όσους κάνουν αραιή χρήση του διαδικτύου να δηλώνουν πλειοψηφικά (44,4%) ότι επηρεάζονται απλά **λίγο**.

Τέλος, θελήσαμε να εξετάσουμε το κατά πόσο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ικανά να καλύψουν τις καθημερινές επικοινωνιακές ανάγκες των νέων. Το παρακάτω γράφημα απεικονίζει τον βαθμό κάλυψης των καθημερινών επικοινωνιακών αναγκών του χρήστη ανά την συχνότητα εισόδου-ενημέρωσης προφίλ.

Γράφημα 4 – Ποσοστό βαθμού κάλυψης των καθημερινών επικοινωνιακών αναγκών του



χρήστη ανά συχνότητα εισόδου-ενημέρωσης προφίλ

Το Γράφημα 4 μας πληροφορεί ότι το 60% αυτών που εισέρχονται κάθε μέρα στο προφίλ τους δηλώνουν ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης καλύπτουν **πάρα πολύ** τις καθημερινές επικοινωνιακές τους ανάγκες, ενώ στον ίδιο βαθμό καλύπτονται και αυτοί που εισέρχονται καθημερινά και κάθε λίγες μέρες με ποσοστό 20% αμφότεροι. Το 47,1% αυτών που εισέρχονται 2 με 3 φορές καθημερινά υποστηρίζει ότι καλύπτεται **πολύ** σε επικοινωνιακό επίπεδο από την χρήση των social media, ενώ στον ίδιο βαθμό ικανοποιούνται όσοι εισέρχονται κάθε λίγες μέρες, σε σαφώς μικρότερο ποσοστό (23,5%). Διόλου ευκαταφρόνητα δεν είναι και τα ποσοστά αυτών που ικανοποιούνται **αρκετά** οι επικοινωνιακές ανάγκες, αφού αποτελούν το 38,2 αυτών που κάνουν log-in στο προφίλ τους 2-3 φορές την ημέρα, το 29,4% αυτών που κάνουν log-in κάθε μέρα, και τέλος το 23,5% αυτών που εισέρχονται κάθε λίγες μέρες. **Λίγο** καλύπτονται των 37,5% αυτών που εισέρχονται κάθε μέρα ενώ **καθόλου**, το 24,6% αυτών που εισέρχονται 2 με 3 φορές

καθημερινά (αναφερόμαστε μόνο στα ποσοστά άνω ή και του 20%). Διερευνώντας το αν υπάρχει βαθμός συσχέτισης ανάμεσα στις 2 μεταβλητές η απάντηση του Πίνακα συσχέτισης ήταν αρνητική.

Κλείνοντας, δεν θα πρέπει να παραλείψουμε να σημειώσουμε ότι από την στατιστική ανάλυση προκύπτει ότι το είναι ένας παράγοντας που επηρεάζει το πόσο είναι δυνατόν κάποιος να διατηρήσει ή να δημιουργήσει «πραγματικές» σχέσεις διαμέσου των Μ.Κ.Δ (με $r=+,279$ και $p\leq 0,01$). Άρα, η ηλικία, που συνεπάγεται περισσότερη ωριμότητα και εμπειρίες, φαίνεται να είναι ένας παράγοντας που μπορεί να καθορίσει το εάν κανείς μπορεί να διατηρήσει ή να δημιουργήσει μια σχέση διαμεσολαβημένη. Από τα αποτελέσματα, παρατηρείται ένας ακόμη αξιόλογος βαθμός συσχέτισης με την ηλικία και στο πόσο αληθινά πιστεύει κανείς ότι αποδίδει τον εαυτό του στο προφίλ του (με $r=+,279$ και $p\leq 0,01$). Το πόσο αληθινή εικόνα δίνει στους άλλους για τον ψηφιακό εαυτό του κάποιος λοιπόν εξαρτάται σε ένα μικρό βαθμό πάλι από την ηλικία. Διακρίνουμε λοιπόν ότι η ηλικία είναι μια μεταβλητή που δείχνει να παίζει ενεργό ρόλο στην online διαδικασία κοινωνικοποίησης των νέων.

Φθάνοντας στο τέλος, στον επίλογο που ακολουθεί θα προβούμε στα τελικά συμπεράσματα ανακεφαλαιώνοντας τα όσα ενδιαφέροντα έχουμε διατυπώσει μέχρι εδώ σχετικά με την ψηφιακή κοινωνικοποίηση των νέων και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Κεφάλαιο 5^ο – Επίλογος

Στον επίλογο της εργασίας αυτής διατυπώνουμε τα τελικά μας συμπεράσματα αναφορικά με την κοινωνικοποίηση των νέων με την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και ύστερα αναφέρουμε τα όποια ελαττώματα ή τυχόν ερευνητικά κενά ανέκυψαν κατά την διεξαγωγή της έρευνας. Ολοκληρώνοντας αναφέρουμε τις προοπτικές και τα ανοικτά ζητήματα που είμαστε σε θέση να διαγνώσουμε.

Με την έρευνα αυτή αισιοδοξούμε να συμβάλλουμε στην συζήτηση για την διείσδυση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην καθημερινότητα των εφήβων και να αντιληφθούμε καλύτερα το πώς τα παιδιά λειτουργούν και αλληλεπιδρούν στο ψηφιακό καθεστώς. Εφόσον το μέλλον προδιαγράφεται ψηφιακό, καλό θα ήταν να προσπαθήσουμε να το διερευνήσουμε.

Συμπεράσματα

Όπως έχουμε τονίσει, το να προσεγγίζει και να διερευνά κανείς το θέμα της κοινωνικοποίησης σε συνδυασμό με το Διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι μια διόλου εύκολη διαδικασία. Τουναντίον, πρόκειται για ένα πολύ δύσκολο εγχείρημα που δεν βοηθά στην διατύπωση ασφαλών συμπερασμάτων.

Αρχικά μπορούμε να πούμε ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ευνοούν την έννοια και το αίσθημα της συμμετοχής αλλά όπως φαίνεται και από την έρευνα οι νέοι δεν εκλαμβάνουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σαν κινητήριο μοχλό για την συμμετοχή, αφού το ποσοστό που συγκεντρώνεται για την χρήση αυτή όπως είδαμε και στον Πίνακα 3, αλλά αναλώνονται σε άλλου τύπου χρήσεις. Αυτό στο οποίο αξίζει να σταθούμε είναι ότι **αλλάζει η σύσταση των ομάδων με την διαμεσολάβηση των social media και όχι ο τρόπος συμμετοχής.**

Η επικοινωνία είναι ένα βασικότατο και αναντικατάστατο μέρος της έννοιας της κοινωνικοποίησης. **Η διαμεσολαβημένη επικοινωνία και αλληλεπίδραση κατέχει έναν ρόλο πλαisiώσης και συμπλήρωσης αυτού που δεν επιδέχεται καμία αμφιβολία ότι**

κατέχει τον βασικό ρόλο στην δημιουργία, την διατήρηση και την εξέλιξη των ανθρωπίνων σχέσεων, δηλαδή την άμεση διαπροσωπική επαφή.

Αυτό που έχει αλλάξει στις ημέρες μας συγκριτικά με το παρελθόν, όπου κυρίαρχο ρόλο είχε μόνο ή/και κυρίως η οικογένεια (όπως και σήμερα βέβαια) αλλά και κάποιοι άλλοι παράγοντες-φορείς κοινωνικοποίησης που σχετίζονται με την εκπαίδευση, την εργασία, την θρησκεία, τον αθλητισμό κ.α., είναι ότι με την έλευση του Διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, **αυξάνονται κατά πολύ οι πιθανότητες του ατόμου για επικοινωνία και αλληλεπίδραση.** Από την προσωπική έρευνα προκύπτει ότι η κυρίαρχη χρήση τόσο του διαδικτύου, όσο και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι η **επικοινωνία**¹⁶. Επομένως, και σε αυτό το σημείο εντοπίζεται μια αλλοτρίωση που αφορά το αναπόσπαστο για την κοινωνικοποίηση μέρος επικοινωνίας: η επικοινωνία αποκτά μια επιπρόσθετη, ψηφιακή διάσταση αποδεδειγμένα κοινωνική.

Με την εξέλιξη αυτή ευνοούνται περισσότερο τα εξωστρεφή άτομα, που έχουν ήδη ανεπτυγμένες τις τεχνικές και ικανότητες για κοινωνικοποίηση, αλλά από την άλλη, ευνοούνται **και** οι εσωστρεφείς δεδομένου ότι διαμέσου της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης προκύπτουν σαφώς περισσότερες πιθανότητες για επικοινωνία και αλληλεπίδραση. Το ζήτημα από εκεί και έπειτα είναι αν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θα τους προσελκύσουν ούτως ώστε να τα χρησιμοποιήσουν.

Η διαμεσολαβημένη κοινωνική αλληλεπίδραση αφορά στην πλειοψηφία με άτομα τα οποία είναι ήδη γνωστά και τα οποία ήδη γνωρίζουμε από τις παραδοσιακές μορφές κοινωνικοποίησης, πλην φυσικά ορισμένων εξαιρέσεων. Έτσι ναι μεν αλλάζει ο τρόπος που επικοινωνούμε αλλά αυτό δεν έχει άμεση επίδραση στον τρόπο που κοινωνικοποιούμαστε. Με άλλα λόγια, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν χρησιμοποιούνται κατά κόρον για την δημιουργία νέων σχέσεων, πόσο μάλλον όταν για τους ίδιους τους νέους **τα social media φαντάζουν απλά λίγο ικανά για να διατηρήσουν ή να δημιουργήσουν ανθρώπινες σχέσεις σε αληθινές βάσεις.**

Επιπλέον, από όσα μας έδειξε η στατιστική ανάλυση, η ηλικία είναι ένας παράγοντας σημαντικός για την online κοινωνικοποίηση και τον τρόπο που αλληλεπιδρούν οι νέοι. Η ωριμότητα και ο τρόπος που αντιλαμβανόμαστε τον κόσμο αλλάζει ανάλογα με την ηλικία.

¹⁶ Βλ. Πίνακα 3

Το ίδιο φαίνεται να συμβαίνει και με την online διάσταση και τον τρόπο που κοινωνικοποιούνται εκεί οι νέοι: αλλάζει ανάλογα με το πόσο μεγάλος ή πόσο μικρός είναι κάποιος.

Η φυσική και κατά πρόσωπο επικοινωνία και αλληλεπίδραση είναι απαραίτητη για την δημιουργία και την διατήρηση των ανθρωπίνων σχέσεων. Αυτή είναι η βάση σε ολόκληρο το κοινωνικό οικοδόμημα και η βάση της κοινωνικοποίησης. Μια σχέση φιλική, μια σχέση ερωτική, μια σχέση ομαδοποίησης ή ακόμα και μια σχέση με σκοπό την ψυχαγωγία, δεν είναι δυνατόν να επιτελείται ή ακόμα και να διατηρείται αορίστως διαμεσολαβημένα. Το στοιχείο της αμεσότητας ανανεώνει εκ νέου τους δεσμούς, τον βαθμό δέσμευσης – κάτι που δεν υπάρχει έντονα στην δυνητική διάσταση – και τους κοινωνικούς όρους μιας σχέσης. Έτσι γίνεται λόγος για την συνύπαρξη μιας ατομικής πραγματικότητας των νέων που διαχωρίζεται αδιαίρετα και αδιάσπαστα σε δυο μέρη το δυνητικό και το πραγματικό ενώ παράλληλα προσδίδει στους νέους έναν *νέο εαυτό* με δυο «εγώ», ένα online και ένα offline. Συνεπώς, υπάρχουν δυο παράλληλες πραγματικότητες, μια αναλογική-φυσική και μια δυνητική που είναι άρρηκτα συνδεδεμένες και αλληλοεπηρεαζόμενες μεταξύ τους, με την πρώτη να κατέχει σαφέστατα τον κυρίαρχο ρόλο και να ορίζει σε έντονο βαθμό τα πράγματα, σε αντιδιαστολή με την δεύτερη που έχει δευτερεύοντα ρόλο.

Οι σχέσεις των νέων όπως δείχνουν και τα στοιχεία να μην επηρεάζονται **και** από τις online σχέσεις τους και τα εκεί τεκταινόμενα, αλλά από την άλλη αυτό συμβαίνει σε πολύ μικρό βαθμό, ανίκανο να συγκριθεί με την ένταση και την επιρροή που ασκούν τα τεκταινόμενα της άμεση αλληλεπίδρασης. Οπότε, σε επίπεδο γενικότερης θεώρησης της κοινωνικοποίησης, αυτό που διαβλέπουμε είναι ότι πλέον **οι νέοι, σε σχέση με το παρελθόν, που κάτι τέτοιο δεν υπήρχε σαν συνθήκη, όλο και περισσότερο βρίσκονται σε μια διαρκή συναλλαγή ταυτοτήτων και προσωπείων στο θέατρο της καθημερινής επικοινωνιακής και κοινωνικής τους δραστηριότητας.** Γι' αυτό η offline διάσταση είναι που θέτει τους κανόνες ενώ η online είναι αυτή που ακολουθεί και πλαισιώνει τους κανόνες αυτούς.

Συναθροίζοντας τα όσα αναφέραμε μέχρι εδώ μπορούμε να αντιληφθούμε ότι όλες του είδους οι σχέσεις διαταράσσονται, μιας και η ψηφιακή μεταστροφή δεν αφήνει ανεπηρέαστη καμία μορφή κοινωνικοποίησης. Οι σχέσεις φιλίας αλλάζουν, γίνονται πιο

προσιτές, επιφανειακές και διαμεσολαβημένες. Οι σχέσεις συντροφικότητας αποκτούν μια επιπρόσθετη επικοινωνιακή διάσταση. Οι σχέσεις με ομάδες τίθενται πλέον σε νέες, ψηφιακές βάσεις, αλλάζουν οι δομές αλλά όχι η σύσταση τους. Με εφιαλτήριο την διερώτηση του Latour (2005:248), το βασικό ερώτημα είναι εάν μπορεί το κοινωνικό κεφάλαιο να επαναδομηθεί- επανασυναρμολογηθεί {30}. Εμείς θα απαντούσαμε ότι μια τέτοια επανασυναρμολόγηση είναι εφικτή και μπορεί να πραγματοποιηθεί με την αρωγή της ψηφιακής διάστασης. Οι νέοι ίσως είναι λοιπόν οι πρωτεργάτες της διαδικασίας αυτής.

Αναφορικά με το μέλλον των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, θα τολμούσαμε να πούμε ότι από κοινωνικό φαινόμενο που είναι σήμερα και καταλαμβάνουν μεγάλο μέρος της κουλτούρας του Διαδικτύου, στο εγγύς μέλλον θα μπορούσαν να εισέλθουν σε κάθε πιθανή δικλείδα που θα επαφίεται εξατομίκευσης και προσωπικής τοποθέτησης. Θα μπορούσαν να συσχετιστούν με το gaming, σε πολύ μεγαλύτερο βαθμό απ' ό τι συμβαίνει τώρα, με τις προτιμήσεις των χρηστών σε ταινίες, μουσική, τηλεοπτικό πρόγραμμα και γενικότερα σε σχέση με το ψηφιακό περιεχόμενο.

Αυτό στο οποίο από την άλλη δεν θα μπορούσαμε με βεβαιότητα να αναφερθούμε, έχει να κάνει με την επίδραση της διείσδυσης αυτής σε πολύ καθημερινά πράγματα. Επεξηγώντας, κανείς δεν ξέρει εάν είναι δυνατό και πόσο μάλλον θεμιτό το να προσαρτήσει την προσωπική του ψηφιακή ταυτότητα στο διασυνδεδεμένο αυτοκίνητό του ούτως ώστε να διαμορφώνεται ανάλογα με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και τις προτιμήσεις του, στο διασυνδεδεμένο γραφείο του, στις ηλεκτρικές συσκευές που θα ανταποκρίνονται και θα λειτουργούν βάσει εξατομικευμένων προτιμήσεων, καθώς και σε μια σωρεία ακόμα καθημερινών δραστηριοτήτων όχι απαραίτητα κοινωνικής φύσης.

Ήδη, το Facebook κινείται προς αυτή την κατεύθυνση, συνάπτοντας συμφωνίες εκατομμυρίων δολαρίων με κατασκευάστριες εταιρίες ηλεκτρονικών συσκευών (κινητά τηλέφωνα, τηλεοράσεις και άλλα) με σκοπό την όλο και πιο προσωποκεντρική θεώρηση της καθημερινότητας σε μια προσπάθεια γενικότερης αποτύπωσης και καταγραφής των στάσεων και των προτιμήσεων των χρηστών, και κυρίως των νέων χρηστών γιατί εκείνοι είναι που χρησιμοποιούν περισσότερο αυτές τις τεχνολογίες και διαμορφώνουν την ίδια την κοινωνικοποίηση ως οι συνεχιστές μιας άτυπης μορφής διαιώνισης της παράδοσης. Μονάχα για ένα θα μπορούσαμε να εκφραστούμε με περισσότερη αισιοδοξία' ότι τα social

media τούδε και στο εξής θα καταλαμβάνουν καθημερινά όλο και περισσότερο χώρο και χρόνο από τις καθημερινές μας δραστηριότητες. Παρόλα αυτά, το να προβούμε σε μακρόπνοες προβλέψεις για το μέλλον της «ψηφιακής κοινωνικοποίησης» ριζωμένης στο Διαδίκτυο και τα δικτυωμένα κοινά, ενέχει μεγάλο ρίσκο και ακόμα μεγαλύτερη αβεβαιότητα.

Το μέλλον δεν είναι μακριά, ιδιαίτερα αν αναλογιστεί κανείς ότι μιλάμε για τεχνολογία, πεδίο όπου τα χρονικά και εξελικτικά μέτρα είναι δυσθεώρητα. Το αύριο γίνεται χθες πολύ γρήγορα. Κάτι που σήμερα θεωρείται καινοτομία, σε μικρό χρονικό διάστημα μπορεί να θεωρείται απαρχαιωμένο. Επομένως, το μόνο που μας μένει είναι να ατενίζουμε το μέλλον με αισιοδοξία και αυτό αργά ή γρήγορα θα μας δείξει το δρόμο...

Αδυναμίες

Ερευνητικά θα ήταν ακόμα πιο προσοδοφόρο το να εφαρμόζαμε την μέθοδο της συμμετοχικής παρατήρησης έναντι της εφαρμογής του ερωτηματολογίου, γιατί κατ' αυτό τον τρόπο θα είχαμε την δυνατότητα να εστιάσουμε στην εκάστοτε περίπτωση ξεχωριστά αποφεύγοντας τυχόν γενικολογίες και ανελαστικότητες που προκύπτουν από ένα δομημένο ερωτηματολόγιο. Έτσι, θα μπορούσαμε να φτάσουμε σε κάποια συμπεράσματα που να θίγουν συμπεριφορικής φύσης και ψυχολογικά ζητήματα, τα οποία βεβαίως θα ήταν και πολύ πιο ενδιαφέροντα και πολύ πιο ουσιαστικά.

Στις αντικειμενικές δυσκολίες έγκειται και το γεγονός ότι η παρατήρηση ίσως να έγειρε ζητήματα ιδιωτικότητας. Δεν είναι δυνατόν να παρατηρείς κάποιον την ώρα που βρίσκεται στο σπίτι, στο σχολείο ή στο Πανεπιστήμιο ή σε οποιονδήποτε άλλο χώρο μπορεί να έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο, και να παρακολουθείς λεπτομερώς τα συγκεκριμένα βήματα και τις συγκεκριμένες σελίδες που επισκέπτεται κατά την περιήγησή του στο διαδίκτυο. Εκτός αυτού, η συμμετοχική παρατήρηση, προϋποθέτει και προαπαιτεί χρόνο, στοιχείο το οποίο εκλείπει από την χρονική περίοδο εκπόνησης μιας διπλωματικής εργασίας, σε αντίθεση με την αντίστοιχη περίοδο που αναλογεί σε μια διδακτορική εργασία.

Θα παρουσίαζε τρομερό ενδιαφέρον το να παρατηρεί κανείς και να καταγραφεί τις αντιδράσεις και τις σκέψεις τους, την αλλαγή της διάθεσής τους, τις μεταστροφές στις αντιλήψεις τους και όχι απλά να τους δίνεται ένα δομημένο ερωτηματολόγιο στο οποίο μπορεί να απαντούν προκατειλημμένα και εκ του ασφαλούς. Επί της ουσίας, ποιος θα παραδεχόταν, ακόμα και ανώνυμα, ότι επηρεάζεται από τους ψηφιακούς του φίλους; Ποιος θα ομολογούσε ότι μετρά την δική του αλλά και των άλλων κοινωνική αξία ανάλογα με το πλήθος των ψηφιακών φίλων; Αυτά είναι ζητήματα που χρήζουν περαιτέρω διερεύνησης και είναι στοιχεία που επιστεγάζουν την ύπαρξη της ενστικτώδους αλληλεπίδρασης της ανθρώπινης φύσης και πόσο μάλλον της νεαρής που λειτουργεί πολύ περισσότερο χωρίς δεύτερη σκέψη σε σχέση με έναν ενήλικα επί παραδείγματι 30-35 ετών. Το ερωτηματολόγιο λοιπόν, στερείται της δυνατότητας καταγραφής αυτής ακριβώς της

πρώτης και ασυνείδητης διάστασης των υποκειμένων, που θα ήταν εξαιρετικά ενδιαφέρον να διερευνήσουμε.

Ανοικτά ζητήματα

Τα πρώτο περαιτέρω διερεύνησης ζητήμα που αφήνει η εργασία αυτή, πιστεύω ότι έχει να κάνει με την εξέλιξη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Το αν δηλαδή θα αποτελέσουν κάποτε την επέκταση του εαυτού μας, με την μορφή ενός «ψηφιακού καθρέπτη». Ωστόσο, αν εξελιχθούν και καταλάβουν ένα πολύ σημαντικό μέρος τόσο του εαυτού μας όσο και της καθημερινότητάς μας, θα αναλάβουν έναν πολύ πιο ζωτικής σημασίας ρόλο για την ζωή μας; Και αν ναι μέχρι που και πως μπορούν να φθάσουν;

Ένα επιπλέον ανοικτό ζήτημα αποτελεί το πώς αντιλαμβάνονται οι ίδιοι οι νέοι την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και κατ' επέκταση τι ψυχολογικό αντίκτυπο έχει σε αυτούς η διαμεσολαβημένη εμπειρία. Οι νέοι στην πλειοψηφία τους χρησιμοποιούν τα social media για ψυχαγωγικούς και επικοινωνιακούς σκοπούς, χωρίς πολλές φορές να ενεργοποιούν το κριτικό τους πνεύμα. Περισσότερο το αντιλαμβάνονται όπως διαφαίνεται και από αποτελέσματά της κοινωνιολογικής έρευνας μας, ως ένα μέσο ψυχαγωγίας παρά ως ένα μέσο κοινωνικό – κοινωνικοποίησης. Αυτή ακριβώς η κατεύθυνση θα ήταν πολύ ενδιαφέρουσα και δυσπρόσιτη από την άλλη.

Γενικότερα, όπως προαναφέραμε αυτού του είδους οι ερευνητικές προοπτικές είναι πολύ ενδιαφέρουσες και παράλληλα πολύ απαιτητικές γι' αυτό τίθενται υπό το πρίσμα μιας διδακτορικής έρευνας.

Βιβλιογραφικές Αναφορές

1. Giddens, Anthony. "Sociology". Polity Press - 5th edition. Cambridge (2006)
2. boyd, danah. "Why Youth ♥ Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life" Youth, Identity, and Digital Media. Edited by David Buckingham. The MIT Press, (2008)
3. The U.N. "Newsletter 10: ACCESS and INFRASTRUCTURE", <www.eclac.com> (December2009)
<<http://www.eclac.cl/socinfo/noticias/paginas/8/38108/News10Eng.pdf>>
4. «Νέες τάσεις στη χρήση του διαδικτύου για επικοινωνία, πληροφόρηση και ψυχαγωγία», των Δρ Α. Κουντζέρη και Μ. Κωνσταντάτου, για το Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας (2011)
<http://www.observatory.gr/Files/press_releases/BB_A020511_12th_BB_report.pdf>
5. Livingstone Sonia, Haddon Leslie, Görzig Anke & Kjørtan Ólafsson, με τα μέλη του δικτύου EU Kids Online, «Κίνδυνοι και ασφάλεια στο διαδίκτυο: Η οπτική των παιδιών στην Ευρώπη» (2011)
<<http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20Online%20reports.aspx>>
6. Lee, Christina K. C. & Conroy, Denise M. "Socialization through Consumption: Teenagers and the Internet". Australasian Marketing Journal 13 (1) (2005)
7. Meyrowitz, Joshua. "No Sense Of Place: The Impact Of Electronic Media On Social Behavior". Oxford University Press (1985)
8. Wellman Barry, Chua Vincent and Madej Julia: "Personal Communities: The World According to Me". Pp. 101-115 in "Handbook of Social Network Analysis". Edited by Peter Carrington and John Scott. Thousand Oaks, CA: Sage (2011)
9. Rheingold, Howard: "The Virtual Community: Homesteading on the electronic frontier" Edited by Cambridge. The MIT Press (2000)

10. Helve, Helena & Holm, Gunilla. "Contemporary youth research: local expressions and global connections" Ashgate Publishing Company (2005)
11. Blossom, John. "Social Media: Increasingly Pervasive, Powerful and Transformational" Video-lecture posted in <http://www.commonwealthclub.org/events/archive/podcast/john-blossom-social-media-increasingly-pervasive-powerful-and-transformational> (2009)
12. boyd, danah M. & Ellison, Nicole B. "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship". School of Information - University of California-Berkeley. Department of Telecommunication, Information Studies, and Media - Michigan State University (2007)
13. Solis, Brian. "Defining Social Media: 2006–2010". Article posted in <http://www.briansolis.com/2010/01/defining-social-media-the-saga-continues/> (2010)
14. Long, Sarah M., "Exploring Web 2.0: The Impact of Digital Communications Technologies on Youth Relationships and Sociability" (2010). Sociology Student Scholarship. Paper 2. http://scholar.oxy.edu/sociology_student/2
15. Ινστιτούτο Επικοινωνίας. "Ερευνητικό Πρόγραμμα Καταγραφής χρήσης – συνηθειών – στάσεων – απόψεων για τα Social Media" MRB Hellas (2010) <http://www.instofcom.gr/?bGFzZF9tZW51X2NsaWNrZWQ9bWFpbl9tZW51Jm1haW5fbWVudV9pdGVtX2lkPTE2OSZwYWdlX2lkPTg4Jmxhbmc9R1lm>
16. Shirky, Clay. "How Social Media Can Make History". Video-lecture posted in http://www.ted.com/talks/lang/eng/clay_shirky_how_cellphones_twitter_facebook_can_make_history.html (2009)
17. Wellman Barry and Marin Alexandra: Social Network Analysis: An Introduction. Pp. 11-25 in *Handbook of Social Network Analysis*. Edited by Peter Carrington and John Scott. Thousand Oaks, CA: Sage, (2011)
18. Latimer, Christopher. "A Preliminary Overview of the Literature: How Young People are Using Communication Technologies as a Platform and a Pathway to Engagement" (book chapter with Richard Kendrick) (2011)
19. Bryant, Jennings & Oliver, Mary Beth (Eds.) "Media Effects: Advances in Theory and Research". New York: Routledge (2008)

20. Watkins, S. Craig. "The Young and the Digital: What the Migration to Social Network Sites, Games, and Anytime, Anywhere Media Means for Our Future". Beacon Press, (2009)
21. Τσαλίκη, Λ. "Παιδιά και Διαδίκτυο στην Ελλάδα: η παράμετρος της ιδιωτικότητας στην κοινωνική δικτύωση". Σ. Παπαθανασόπουλος (επιμ). "Τα Μέσα Επικοινωνίας στον 21ο αι.". Αθήνα, Καστανιώτης (2011)
22. Παπαχαρίση, Ζ. "Οι συμπεριφορές των μέσων κοινωνικής δικτύωσης". Σ. Παπαθανασόπουλος (επιμ). "Τα Μέσα Επικοινωνίας στον 21ο αι.". Αθήνα, Καστανιώτης (2011)
23. Dijk , Jan van. "The Network society : social aspects of new media". Publisher: Thousand Oaks, CA : Sage (2006)
24. Baym, Nancy "Interpersonal Life Online" (P. 45). Pp. 35-54 in "Handbook of New Media", Sonia Livingstone & Leah Lievrouw. Sage Publications (2006)
25. Buckingham, David. "Children and New Media". Pp. 75-91 in "Handbook of New Media", Sonia Livingstone & Leah Lievrouw. Sage Publications (2006)
26. Morcellini, Mario. "Digital Media and Socialization". University "La Sapienza", Rome, Italy. Book Chapter (pp 45-66) "Digital Literacy: Tools and Methodologies for Informaton Society" Edited by P. Rivontella. IGI Publishing (2008)
27. Zigler, Edward & Child, Irvin L. "Socialization and personality development". Reading, Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company (1973)
28. Hoppe, Ronald A., Milton, G. A., Simmel , Edward C. "Early experiences and the processes of socialization". Εκδότης: New York : Academic Press 1970
29. McLeod, Jack M., Yoon, So-Hyang & Dhavan V. Shah. "Communication and Youth Socialization". In Lonnie Sherrod, Constance Flanagan, and Ron Kassimir (Eds.) "Youth Activism: An International Encyclopedia". Westport: Greenwood Publishing (2005)
30. Latour, Bruno. Reassembling the social: an introduction to actor-network-theory. Oxford : Oxford University Press (2005)
31. Louge, Nathalie "Adolescents and the Internet". Μαζική συνεργασία των Cornell University, University of Rochester. The New York State Center for school safety και Cornell Cooperative Extension of New York City (2006)

32. Gross, Elisheva F. "Adolescent Internet use: What we expect, what teens report"
Children's Digital Media Center and Department of Psychology, University of
California, Los Angeles, CA, USA (2004)
<<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0193397304000772>>
33. Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας. "Η χρήση του διαδικτύου από
τους Έλληνες"(2011)
<http://www.observatory.gr/files/meletes/A100526_%CE%A0%CF%81%CE%BF%CF%86%CE%AF%CE%BB%20%CF%87%CF%81%CE%B7%CF%83%CF%84%CF%8E%CE%BD%20internet%202010.pdf>

Παράρτημα

Λέξεις κλειδιά

Μέσα κοινωνικής δικτύωσης, νέοι, κοινωνικοποίηση, διαμεσολαβημένη επικοινωνία, ψηφιακή διάσταση, δικτυωμένα κοινά, ψηφιακές κοινότητες

Γλωσσάριο ειδικών όρων

Μέσα κοινωνικής δικτύωσης _____ Social Media

Δίκτυα διαμοιρασμού περιεχομένου ομότιμων _____ Peer-to-peer networks

Ιστολόγια _____ Blogs

Συμμετοχικό διαδίκτυο _____ Participatory Web

Ιστοσελίδες συμμετοχικού περιεχομένου _____ Wikis

Με βάση το διαδίκτυο _____ Web-based

Διαδίκτυο _____ Internet

Πρωτόκολλο ασύρματης μεταφοράς δεδομένων _____ 3rd Generation (3G)

Μ.Κ.Δ _____ Μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Δωμάτιο Επικοινωνίας _____ Chat room

Σύστημα αποστολής άμεσων μηνυμάτων _____ Instant Messaging

Είσοδος _____
Log-in

Ιστοσελίδα _____
Site

Περιεχόμενο μεταδιδόμενο από τους χρήστες _____ User-generated
content

Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο _____
Email

Διακομιστής _____
Server

Εικόνες-Λογότυπα

1. Το λογότυπο που εμφανίζεται στην πρώτη σελίδα της παρούσης διπλωματικής εργασίας προέρχεται από το άρθρο «Building Resistance One Byte at a Time» (2011) το οποίο εμφανίζεται στην ιστοσελίδα:
<http://www.natcom.org/CommCurrentsArticle.aspx?id=2147484340>). Τα πνευματικά δικαιώματα διατηρεί ο συντάκτης του άρθρου Ted M. Coopman.
2. Εικόνα 1.0 – Διάγραμμα χρονικής τοποθέτησης (εμφάνισης και εξέλιξης) των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από: boyd, danah M. & Ellison, Nicole B. “Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship”. School of Information - University of California-Berkeley. Department of Telecommunication, Information Studies, and Media - Michigan State University (2007)

Ερωτηματολόγιο της κοινωνιολογικής έρευνας

Παρακαλώ συμπληρώστε το ακόλουθο ερωτηματολόγιο έχοντας κατά νου ότι οι σχέσεις **Φιλίας**, οι σχέσεις **Συντροφικότητας** καθώς και οι **Ερωτικές** σχέσεις, οι σχέσεις Ομαδοποίησης (με κοινωνικές **Ομάδες**) και τέλος οι σχέσεις με σκοπό την **Διασκέδαση**, ορίζονται ως μορφές που απαρτίζουν την έννοια της **Κοινωνικοποίησης** (δηλαδή **Κοινωνικοποίηση = Φιλία, Συντροφικότητα, Συμμετοχή, Διασκέδαση**). Σημειώστε τις επιλογές σας με ✓.

Φύλο

Άνδρας	Γυναίκα
--------	---------

Ηλικία

15-18	19-24
-------	-------

Έχετε πρόσβαση στο διαδίκτυο;

Ναι, από το σπίτι μου	
Ναι, από internet café	
Ναι, από σχολείο / πανεπιστήμιο	
Ναι, από αλλού	
Όχι	

Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο;

Μία φορά την ημέρα ή και περισσότερο	
Λίγες μέρες την εβδομάδα	
Μία φορά την εβδομάδα	
Λίγες φορές ανά μήνα	
Ποτέ	

Άλλο:

Για ποιους λόγους χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο;

(βάλτε ✓ σε μία ή περισσότερες επιλογές αν χρειαστεί).

Ψυχαγωγία	
Ενημέρωση	
Συμμετοχή	
Εκπαίδευση	
Επικοινωνία	
Downloading	

Άλλο:

.....

Διαθέτετε λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης (social media);

Ναι	Όχι
-----	-----

Αν ναι σε ποιο;

(αν όχι παραλείψτε την ερώτηση)

Facebook	
Twitter	
Myspace	
Flickr	
Digg	

Άλλο:

.....

Πόσο συχνά εισέρχεστε ή ενημερώνετε το προφίλ σας;

(αν όχι παραλείψτε την ερώτηση)

2-3 φορές την ημέρα	
Καθημερινά	
Κάθε λίγες μέρες	
Κάθε εβδομάδα	
Κάθε μήνα	
Σπανίως	
Ποτέ	

Για ποιους λόγους χρησιμοποιείτε (ή θα χρησιμοποιούσατε) τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media);

(βάλτε ✓ σε μία ή περισσότερες επιλογές αν χρειαστεί).

Ψυχαγωγία	
Ενημέρωση	
Συμμετοχή	
Εκπαίδευση	
Επικοινωνία	
Κοινωνικοποίηση	
Αυτοπροβολή	

Άλλο:

.....

Για σας τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media) αποτελούν μια σύγχρονη μορφή κοινωνικοποίησης;

Ναι	Όχι
-----	-----

Πόσο σημαντικό ρόλο παίζουν για σας τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media);

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
---------	------	--------	------	-----------

Σε τι βαθμό επηρεάζουν τις σχέσεις σας;

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
---------	------	--------	------	-----------

Πιστεύετε ότι το προσωπικό σας προφίλ αντικατοπτρίζει την αληθινή εικόνα του εαυτού σας όπως τον γνωρίζετε εσείς οι ίδιοι;

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
---------	------	--------	------	-----------

Πιστεύετε ότι είναι δυνατή η δημιουργία οποιασδήποτε μορφής σχέσεων δια μέσου των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (social media);

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
---------	------	--------	------	-----------

Πιστεύετε ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media) μπορούν να αποτελέσουν μια βασική μορφή κοινωνικοποίησης;

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
---------	------	--------	------	-----------

Πιστεύετε ότι κάποιος μπορεί να δημιουργήσει ή να διατηρήσει αληθινές σχέσεις διαμέσου των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (social media);

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
---------	------	--------	------	-----------

Πιστεύετε ότι η διαμεσολαβημένη επικοινωνία (διαμέσου facebook, twitter κ.τ.λ. μέσω chat ή προσωπικών μηνυμάτων) είναι ικανή να αντικαταστήσει επαρκώς την άμεση διαπροσωπική επαφή;

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
---------	------	--------	------	-----------

Αν για διάφορους λόγους δεν εισέλθετε στο προφίλ σας για κάποιο χρονικό διάστημα νιώθετε ότι έχετε «αποκοπεί»; Νιώθετε «έξω από τα πράγματα»;

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
---------	------	--------	------	-----------

Νιώθετε δέσμευση απέναντι στους ψηφιακούς σας φίλους; Ή ενεργείτε πιο απρόσωπα και πιο ελεύθερα όταν χρησιμοποιείτε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media);

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
---------	------	--------	------	-----------

Πιστεύετε ότι η κοινωνική σας «αξία» (αυτό που ονομάζουμε social status) ανεβαίνει ανάλογα με το μέγεθος του αριθμού των φίλων που διαθέτετε σε ένα μέσο κοινωνικής δικτύωσης; Με άλλα λόγια, όσο πιο πολλούς φίλους έχει κάποιος τόσο πιο εξωστρεφής και κοινωνικός είναι;

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
---------	------	--------	------	-----------

Πιστεύετε ότι οι απόψεις των άλλων χρηστών μπορούν να σας επηρεάσουν;

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
---------	------	--------	------	-----------

Πόσο σημαντικό θεωρείτε για έναν άνθρωπο να διαθέτει λογαριασμό σε ένα μέσο κοινωνικής δικτύωσης (social media);

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
---------	------	--------	------	-----------

Πιστεύετε ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media) εξυπηρετούν τις καθημερινές επικοινωνιακές σας ανάγκες;

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
---------	------	--------	------	-----------

Πίνακες Συσχέτισης

Correlations

		Πρόσβαση στο Διαδίκτυο	Συχνότητα χρήσης Διαδικτύου
Πρόσβαση στο Διαδίκτυο	Pearson Correlation	1	,519**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	149	149
Συχνότητα χρήσης Διαδικτύου	Pearson Correlation	,519**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	149	149

Correlations

		Πρόσβαση στο Διαδίκτυο	Συχνότητα χρήσης Διαδικτύου	Ομαδοποιημένη Ηλικία	Φύλο	Έχετε λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης
Πρόσβαση στο Διαδίκτυο	Pearson Correlation	1	,519(**)	,196(*)	,035	,057
	Sig. (2-tailed)		,000	,017	,675	,489
	N	149	149	149	149	149
Συχνότητα χρήσης Διαδικτύου	Pearson Correlation	,519(**)	1	-,015	-,018	,261(**)
	Sig. (2-tailed)	,000		,853	,830	,001
	N	149	149	149	149	149
Ομαδοποιημένη Ηλικία	Pearson Correlation	,196(*)	-,015	1	-,193(*)	-,157
	Sig. (2-tailed)	,017	,853		,018	,055
	N	149	149	149	149	149
Φύλο	Pearson Correlation	,035	-,018	-,193(*)	1	-,016
	Sig. (2-tailed)	,675	,830	,018		,843
	N	149	149	149	149	149
Έχετε λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης	Pearson Correlation	,057	,261(**)	-,157	-,016	1
	Sig. (2-tailed)	,489	,001	,055	,843	
	N	149	149	149	149	149

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		Βαθμός σημαντικότητας των μέσων κοινωνικής δικτύωσης	Αίσθημα αποκοπής από τις διαδικτυακές εξελίξεις	Βαθμός σημαντικότητας ύπαρξης λογαριασμού σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης	Βαθμός δέσμευσης με τους ψηφιακούς φίλους	Βαθμός δυνατότητας δημιουργίας ή διατήρησης αληθινών σχέσεων διαμέσου των Μ.Κ.Δ	Βαθμός επιρροής των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στις ανθρώπινες σχέσεις	Βαθμός επάρκειας κάλυψης των επικοινωνιακών αναγκών των χρηστών (των Μ.Κ.Δ)
Βαθμός σημαντικότητας των μέσων κοινωνικής δικτύωσης	Pearson Correlation	1	,616(**)	,516(**)	,455(**)	,467(**)	,444(**)	,467(**)
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	149	149	149	149	149	149	149
Αίσθημα αποκοπής από τις διαδικτυακές εξελίξεις	Pearson Correlation	,616(**)	1	,631(**)	,527(**)	,468(**)	,468(**)	,464(**)
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	149	149	149	149	149	149	149
Βαθμός σημαντικότητας ύπαρξης λογαριασμού σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης	Pearson Correlation	,516(**)	,631(**)	1	,463(**)	,496(**)	,384(**)	,458(**)
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	149	149	149	149	149	149	149
Βαθμός δέσμευσης με τους ψηφιακούς φίλους	Pearson Correlation	,455(**)	,527(**)	,463(**)	1	,334(**)	,341(**)	,369(**)
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	149	149	149	149	149	149	149
Βαθμός δυνατότητας δημιουργίας ή διατήρησης αληθινών σχέσεων διαμέσου των Μ.Κ.Δ	Pearson Correlation	,467(**)	,468(**)	,496(**)	,334(**)	1	,315(**)	,395(**)
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	149	149	149	149	149	149	149
Βαθμός επιρροής των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στις ανθρώπινες σχέσεις	Pearson Correlation	,444(**)	,468(**)	,384(**)	,341(**)	,315(**)	1	,298(**)
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	149	149	149	149	149	149	149
Βαθμός επάρκειας κάλυψης των επικοινωνιακών αναγκών των χρηστών (των Μ.Κ.Δ)	Pearson Correlation	,467(**)	,464(**)	,458(**)	,369(**)	,395(**)	,298(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	149	149	149	149	149	149	149

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Βαθμός απόδοσης του αληθινού εγώ διαμέσου του προφίλ στο εκάστοτε μέσο κοινωνικής δικτύωσης	Βαθμός δυνατότητας δημιουργίας ή διατήρησης αληθινών σχέσεων διαμέσου των Μ.Κ.Δ	Βαθμός πιθανότητας δημιουργίας σχέσεων διαμέσου των μέσων κοινωνικής δικτύωσης	Φύλο	Ομαδοποιημένη Ηλικία
Βαθμός απόδοσης του αληθινού εγώ διαμέσου του προφίλ στο εκάστοτε μέσο κοινωνικής δικτύωσης	Pearson Correlation	1	,392(**)	,240(**)	,097	,236(**)
	Sig. (2-tailed)		,000	,003	,238	,004
	N	149	149	149	149	149
Βαθμός δυνατότητας δημιουργίας ή διατήρησης αληθινών σχέσεων διαμέσου των Μ.Κ.Δ	Pearson Correlation	,392(**)	1	,569(**)	-,053	,279(**)
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,517	,001
	N	149	149	149	149	149
Βαθμός πιθανότητας δημιουργίας σχέσεων διαμέσου των μέσων κοινωνικής δικτύωσης	Pearson Correlation	,240(**)	,569(**)	1	-,051	,173(*)
	Sig. (2-tailed)	,003	,000		,534	,035
	N	149	149	149	149	149
Φύλο	Pearson Correlation	,097	-,053	-,051	1	-,193(*)
	Sig. (2-tailed)	,238	,517	,534		,018
	N	149	149	149	149	149
Ομαδοποιημένη Ηλικία	Pearson Correlation	,236(**)	,279(**)	,173(*)	-,193(*)	1
	Sig. (2-tailed)	,004	,001	,035	,018	
	N	149	149	149	149	149

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Ψηφιακό Αρχείο Εργασίας