

Κοινωνικά Δίκτυα και Εθισμός

Σαμαράς Αστέριος

Καθηγητής Πληροφορικής, MSc, 1^ο ΕΠΑΛ Νεάπολης

asteris@sch.gr

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ολοένα και περισσότεροι χρήστες χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για επικοινωνία, άντληση πληροφοριών, αλλά και συμμετοχή σε οργανώσεις και ομάδες, επεκτείνοντας την έννοια της κοινότητας και της προσωπικής ταυτότητας των χρηστών. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν ασκήσει σημαντική επιρροή στη διαμόρφωση της σύγχρονης πραγματικότητας. Η παρουσίαση αυτή, έχει ως σκοπό την καταγραφή πληροφοριών γύρω από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τον εθισμό που ενδεχομένως προκαλείται σε αξιόλογο αριθμό χρηστών τους.

Στη σύγχρονη βιβλιογραφία υπάρχει πληθώρα ερευνών που σχετίζονται με τον εθισμό των νέων στο διαδίκτυο, ενώ ο αριθμός των ερευνών σχετικά με τον εθισμό στα κοινωνικά δίκτυα είναι σαφώς μικρότερος. Σκοπός της παρουσίασης αυτής είναι να παρουσιάσει αξιόπιστα αποτελέσματα σχετικά με το φαινόμενο του εθισμού στα κοινωνικά δίκτυα, μαθητών γυμνασίου και λυκείου. Στο δείγμα της έρευνας συμμετείχαν 278 μαθητές που απάντησαν σε 2 ερωτηματολόγια (168 στο πρώτο και 110 στο δεύτερο). Η έρευνα διεξήχθη, για να καταδείξει σε τι ποσοστό του δείγματος χρησιμοποιεί τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, καθώς και τους κινδύνους που ελλοχεύει η χρήση τους.

ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ: Κοινωνικά δίκτυα, Facebook, εθισμός

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ

Ο 21ος αιώνας μπορεί να χαρακτηριστεί και ως τεχνολογικός καθώς τα δεδομένα μαρτυρούν ραγδαία αύξηση της χρήσης του υπολογιστή, του διαδικτύου και συγκεκριμένα των online κοινωνικών δικτύων. Η επισκεψιμότητα των κοινωνικών δικτύων είναι ιδιαίτερα υψηλή και συνεχώς αυξάνεται. Η ανάπτυξη αυτών των δικτύων όπως το Facebook, Myspace, Hi5, έχει τόσο μεγάλη εξελικτική πορεία λόγω της έμφυτης ανάγκης του ανθρώπου για επικοινωνία και είναι σαφώς ένας εύκολος και ξεκούραστος τρόπος για να επιτευχθεί, κάτι που κρύβει όμως πολλές παγίδες (Παπαδημητρίου 2012).

Η κοινωνική υπηρεσία δικτύων εστιάζει στο να δημιουργηθούν online κοινότητες από άτομα που έχουν κοινές δραστηριότητες και ενδιαφέροντα ή από άτομα που θέλουν να εξερευνήσουν τις συνήθειες και τα χόμπι των άλλων. Οι πιο πολλές από αυτές βασίζονται σε ιστοσελίδες παρέχοντας διάφορους τρόπους αλληλεπίδρασης για τους χρήστες όπως είναι το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και μηνύματα real time (Παπαδημητρίου 2012).

Μέσω της κοινωνικής δικτύωσης έχουν προωθηθεί διάφοροι τρόποι επικοινωνίας και διαμοίρασης των πληροφοριών. Αυτές οι ιστοσελίδες είναι γνωστές ως κοινωνικά δίκτυα και τις χρησιμοποιούν τακτικά εκατομμύρια χρήστες. Η ιδέα του συνδυασμού του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου με τις ιστοσελίδες σε ένα προσωπικό ιστοχώρο έχει κερδίσει αρκετή δημοτικότητα. Το κοινωνικό δίκτυο είναι μια δομή από κόμβους (άτομα ή επιχειρήσεις) που συνδέονται με κάποιο τρόπο αλληλεξάρτησης όπως φίλια, συγγένεια, οικονομικές συναλλαγές κ.α. (Κασφίκης κ.α., 2009).

Οι κύριοι τύποι που παρουσιάζονται στα κοινωνικά δίκτυα είναι όσοι περιέχουν τα εξής χαρακτηριστικά (Κασφίκης κ.α., 2009) :

- Υποδιαίρεση των χρηστών σε κατηγορίες (π.χ. ανάλογα με το χώρο εργασίας, σχολείο φοίτησης κ.α.)
- Τρόπος σύνδεσης με φίλους που γίνεται συνήθως με δημιουργία προσωπικού προφίλ
- Ένα έμπιστο σύστημα εύρεσης φίλων

Τα πιο δημοφιλή κοινωνικά δίκτυα συνδυάζουν τα παραπάνω με πρώτο το Facebook που χρησιμοποιείται παγκόσμια, τα MySpace, Twitter, LinkedIn που χρησιμοποιούνται κυρίως στη Βόρεια Αμερική, Nexopia στον Καναδά, Orkut, Hi5 στη Νότια και Κεντρική Αμερική, Bebo, MySpace, Tagged, Hi5, XING, dol2day και Skyrock σε ευρωπαϊκές χώρες και τέλος τα Multiply, Cyworld, Orkut, Friendster, Xiaonei στην Ασία και τα νησιά του Ειρηνικού (Παπαδημητρίου 2012).

ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ

Τα κοινωνικά δίκτυα θεωρείται ότι είναι ένα σύνολο από actors (οργανισμοί, κοινωνικές ομάδες ή άνθρωποι) και ένα σύνολο σχέσεων (δεσμοί, φιλίες, χρηματικές συναλλαγές κ.α.) μεταξύ τους ή η έλλειψη από αυτά. Συνεπώς τα κοινωνικά δίκτυα συναντώνται παντού και από τα πολύ παλιά χρόνια και έχουν μελετηθεί ενδελεχώς κυρίως από κοινωνιολόγους. Ένα παράδειγμα κοινωνικού δικτύου είναι οι φοιτητικές παρατάξεις μέσα στα ελληνικά πανεπιστήμια (Chriszah 2011).

Από την άλλη, τα online κοινωνικά δίκτυα επικεντρώνουν το ενδιαφέρον πολλών επιστημονικών κλάδων όπως της πληροφορικής, οικονομικών, κοινωνιολογίας και άλλων. Τα online κοινωνικά δίκτυα, λοιπόν, ορίζονται ως web-based υπηρεσίες που επιτρέπουν σε ανθρώπους να δημιουργήσουν μέσα σε ένα οριοθετημένο σύστημα, δημόσιο ή ημι-δημόσιο προφίλ, να συνδεθούν με άλλους χρήστες και να επικοινωνήσουν μαζί τους και να δουν ή και να διανείμουν την προσωπική τους λίστα συνδέσεων και αυτών που δημιουργήθηκαν από άλλους μέσα στο σύστημα (Chriszah 2011).

Αυτό που κάνει τα online κοινωνικά δίκτυα να ξεχωρίζουν είναι τα εξελεγμένα εργαλεία που χρησιμοποιούνται στην επικοινωνία και την κοινωνικοποίηση των μελών τους καθώς και ο διαμοιρασμός ψηφιακών αρχείων. Τα online κοινωνικά δίκτυα ομαδοποιούνται σύμφωνα με την κοινωνικοποίηση και αλληλεπίδραση που προσφέρει η κάθε ιστοσελίδα σε τέσσερις κατηγορίες:

- Αυτά που δίνουν έμφαση στην επικοινωνία των φίλων (friendship oriented – like Facebook)
- Αυτά που φιλοξενούν επιχειρηματικό περιεχόμενο (career or business oriented – like LinkedIn, Xing)
- Αυτά με “ρομαντικό” προσανατολισμό (Match.com)

- Αυτά με στόχο την επικοινωνία των ατόμων που έχουν κοινά ενδιαφέροντα (Myspace, Dogster, Twitter)

Συχνά τα online κοινωνικά δίκτυα συγχέονται με τις εικονικές κοινότητες (virtual communities). Οι εικονικές κοινότητες είναι ομάδες καταναλωτών διαφόρων μεγεθών που επικοινωνούν συχνά και για κάποιο διάστημα, οργανωμένα, μέσω του διαδικτύου για την επίτευξη κοινών στόχων των μελών ή προσωπικού στόχου. Κάποιες δημοφιλείς εικονικές κοινότητες είναι οι: Dogster.com, Slashdot.com, 4chan.com, αλλά και τα ελληνικά adslgr.com και insomnia.gr (Chriszah 2011).

ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ FACEBOOK

Το Facebook είναι μια ανοιχτή υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης (online) όπου οι χρήστες δημιουργώντας ένα προφίλ μπορούν να επικοινωνούν με φίλους τους, να συγκροτήσουν ομάδες κοινού ενδιαφέροντος και να δημιουργήσουν σχέσεις. Για να μπορέσουν οι χρήστες να δημιουργήσουν προφίλ πρέπει να εγγραφούν, καταχωρώντας προσωπικά στοιχεία όπως ονοματεπώνυμο, ηλικία, ηλεκτρονική διεύθυνση κ.α. Η εγγραφή γίνεται σε ελάχιστο χρόνο και είναι δωρεάν (Κούρτης 2012).

Σε αυτό το χώρο οι χρήστες μπορούν από οποιαδήποτε χώρα να μοιραστούν μουσική, εικόνες, βίντεο και ότι άλλο θέλουν. Τα μέλη έχουν μια λίστα φίλων τους οποίους μπορούν να αναζητήσουν, να προσκαλέσουν και αν θέλουν να δεχτούν το αίτημα φιλίας τους. Εκτός όμως από το διαμοιρασμό αρχείων και την επαφή, το Facebook διαθέτει και μια σειρά ψυχαγωγικών εφαρμογών, όπως παιχνίδια ή διάφορα τεστ προσωπικότητας κ.α. τα οποία και είναι πολύ δημοφιλή (Κούρτης 2012).

Τα βασικά χαρακτηριστικά του Facebook φαίνονται παρακάτω (Κούρτης 2012) :

- Τίτλος online κοινωνικού δικτύου: Facebook
- Διεύθυνση ιστοτόπου: <http://www.facebook.com>
- Εγγραφή: Ελεύθερη
- Απαιτούμενα πεδία συμπλήρωσης για την εγγραφή: ονοματεπώνυμο, ηλικία, email.
- Στοιχεία που εμφανίζονται στο προφίλ του χρήστη: Κατ' επιλογή (υποχρεωτικά ονοματεπώνυμο, προαιρετικά ηλικία, φύλο, email, φωτογραφίες, άλλα προσωπικά στοιχεία, αγαπημένα κ.α.)
- Τρόπος σύνδεσης με άλλους χρήστες: ελεύθερη με αίτημα φιλίας.
- Επιτρεπόμενο υλικό δημοσίευσης: εικόνες, βίντεο, σύνδεσμοι, κείμενο.
- Άλμπουμ φωτογραφιών: Ναι
- Αριθμός χρηστών παγκοσμίως: >1.100.000.000
- Αριθμός χρηστών στην Ελλάδα: >6.000.000

ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ

Ένας όλο και αυξανόμενος αριθμός ακαδημαϊκών σχολιαστών δείχνει ενδιαφέρον για τη μελέτη του Facebook και άλλων εργαλείων κοινωνικής δικτύωσης. Οι ερευνητές των κοινωνικών επιστημών ήδη ερευνούν το αντίκτυπο που μπορούμε να περιμένουμε ότι θα έχουν οι εν λόγω ιστοσελίδες. Οι τομείς που προσελκύουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον είναι η ασφάλεια και η ιδιωτικότητα, η ηλεκτρονική εκπαίδευση, η χρήση από νεαρά σε ηλικία άτομα και το πώς μπορεί μια κοινωνία να κερδίσει από την χρήση τους (Τσάνος 2012).

ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΑΓΑΘΟ

Διάφορες ιστοσελίδες αρχίζουν να εκμεταλλεύονται τη δύναμη που έχουν αποκτήσει τα κοινωνικά δίκτυα ώστε να ωφελήσουν την κοινωνία. Αξιοποιώντας της δυνατότητες των δικτύων μπορούν κάποιες μικρές οργανώσεις να περάσουν το μήνυμά τους σε ένα ευρύτερο κοινό, στο οποίο δεν έχουν άλλο τρόπο πρόσβασης, και να δώσουν την ευκαιρία σε ανθρώπους με κοινά ενδιαφέροντα να επικοινωνήσουν (Τσάνος 2012).

Οι χρήστες μπορούν να αλληλεπιδράσουν ανταλλάσσοντας ιδέες και εμπειρίες με άτομα με τα οποία δεν θα είχαν τρόπο να έρθουν σε επαφή χωρίς τα εργαλεία της κοινωνικής δικτύωσης. Ονομαστικά κάποιες από αυτές τις ιστοσελίδες είναι οι SixDegrees.org, TakingITGlobal, G21.com, BabelUp, Care2, Change.org, Gather.org, Idealist.org, WiserEarth, OneWorldWiki, TakePart.com και το Network for Good. Το NonprofitLounge.com συνδέει επαγγελματίες, συνάδελφους και φίλους χωρίς κερδοσκοπικό ενδιαφέρον (Τσάνος 2012).

Στα περισσότερα από τα παραπάνω sites δίνεται και η δυνατότητα για δωρεά χρημάτων τα οποία θα χρησιμοποιηθούν για ανθρωπιστικούς σκοπούς. Σε μεγάλες κοινωνικές υπηρεσίες δικτύωσης, ελλοχεύουν κίνδυνοι λόγω της πληθώρας των προσωπικών πληροφοριών που δίνουν οι χρήστες και των ατόμων που θα θελήσουν να τα χρησιμοποιήσουν κακόβουλα. Οι χρήστες αυτών των υπηρεσιών πρέπει να προσέχουν την κλοπή προσωπικών δεδομένων ή ενδεχομένων ιών. Εντούτοις, οι μεγάλες υπηρεσίες, όπως MySpace, εργάζονται συχνά με την επιβολή νόμου για να προσπαθήσουν να αποτρέψουν τέτοια «ατυχήματα». Επιπλέον, υπάρχει μια αντιληπτή απειλή ιδιωτικότητας σε σχέση με την τοποθέτηση πάρα πολλών προσωπικών πληροφοριών στα χέρια μεγάλων εταιριών ή κυβερνητικών οργανισμών, επιτρέποντας σε κάποιον τη δημιουργία ενός profile με τα στοιχεία ενός άλλου ατόμου παραποιώντας πληροφορίες που μπορούν να αποβούν καταστροφικές για το άτομο (Κασφίκης κ.α., 2009).

Επιπλέον, υπάρχει ένα θέμα για τον έλεγχο των δεδομένων-πληροφοριών που μπορεί να είχαν τροποποιηθεί ή αφαιρεθεί από τον χρήστη, αλλά στην πραγματικότητα να είχαν διατηρηθεί ή να πέρασαν και σε τρίτα μέρη. Ο κίνδυνος αυτός επισημάνθηκε κατά το επίμαχο site κοινωνικής δικτύωσης Quechup, το οποίο συλλέγοντας διευθύνσεις ηλεκτρονικού ταχυδρομείου από λογαριασμούς χρηστών συνέβαλε στη λειτουργία spamming (Κασφίκης κ.α., 2009).

ΔΥΝΗΤΙΚΗ ΚΑΤΑΧΡΗΣΗ

Η σχετική ελευθερία που διατίθεται από τις κοινωνικές υπηρεσίες δικτύωσης έχει προκαλέσει την ανησυχία σχετικά με το ενδεχόμενο κατάχρησης από μεμονωμένους χρήστες. Τον Οκτώβριο του 2006, η Lori Janine είχε δημιουργήσει ένα πλαστό profile. Στο MySpace με το όνομα Josh Evans το οποίο και προκάλεσε την αυτοκτονία της Megan Meier, γεγονός που προκάλεσε παγκόσμια ανησυχία όσον αφορά τη χρήση των υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης για λόγους εκφοβισμού (Κασφίκης κ.α., 2009).

Τον Ιούλιο του 2008, ένας Βρετανός, Grant Raphael, διατάχθηκε να πληρώσει συνολικά 22.000 λίρες στερλίνες (περίπου \$ 44.000 δολάρια ΗΠΑ) για δυσφήμιση και παραβίαση της ιδιωτικής ζωής. Ο Raphael είχε δημιουργήσει μια πλαστή σελίδα στο Facebook και προσποιούνταν ότι ήταν ένας από τους πρώην φίλους του Matthew Firsht, με τον οποίον ο Raphael είχε σεξουαλική σχέση το 2000. Η σελίδα ψευδώς υποστήριξε ότι ο Firsht ήταν ομοφυλόφιλος και ότι ήταν ανέντιμος (Τσάνος 2012).

Παράλληλα, η πραγματική χρήση των υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης έχει αντιμετωπιστεί με καχυποψία με κύρια αιτία την κατάχρηση των υπηρεσιών. Τον

Σεπτέμβριο του 2008, το profile του αυστραλιανού χρήστη Elmo Keep απαγορεύτηκε από τους διαχειριστές του site, με το αιτιολογικό ότι παραβίασε τους όρους χρήσης του site. Ο Keep είναι ένας από τους πολλούς χρήστες του Facebook που είχαν απαγορευτεί από το site σχετικά με το τεκμήριο ότι τα ονόματά τους δεν είναι πραγματικά, αλλά φέρουν σχετική ομοιότητα με άλλα ονόματα όπως το Sesame Street της ELMO (Τσάνος 2012).

ΚΙΝΔΥΝΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΠΑΙΔΙΩΝ

Οι πολίτες και οι κυβερνήσεις έχουν σοβαρές ανησυχίες για το κατά πόσο τα παιδιά και οι έφηβοι μπορεί να κάνουν κατάχρηση των κοινωνικών δικτύων, και το μεγαλύτερο πρόβλημα είναι ο κίνδυνος να είναι χρήστες ιστοσελίδων ερωτικού περιεχομένου ή ακόμα χειρότερα να κάνουν διαδικτυακές φιλίες με άτομα που θέλουν να τα εκμεταλλευτούν σεξουαλικά και να τα παρασύρουν. Κυβερνήσεις σε όλο τον κόσμο έχουν δεσμευτεί να παρακολουθούν τέτοιου είδους δραστηριότητες και στόχος τους είναι να βρουν τρόπους να περιορίσουν, αν όχι να εξαλείψουν, το φαινόμενο αυτό. Μια επιτροπή έρευνας το 2008 κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η συμπλήρωση κάποιων στοιχείων όπως η ηλικία είναι εύκολο να παραποιηθεί με αποτέλεσμα να είναι δύσκολο να αντιμετωπιστεί το παραπάνω πρόβλημα (Κασφίκης κ.α., 2009).

ΕΡΕΥΝΕΣ

Οι κοινωνικές υπηρεσίες δικτύων χρησιμοποιούνται όλο και περισσότερο σε νομικές και αστυνομικές έρευνες. Οι πληροφορίες που καταγράφονται σε sites όπως το Myspace και το Facebook έχουν χρησιμοποιηθεί από την αστυνομία (έρευνα για το profile του δράστη ή του θύματος) και από τους ανώτερους πανεπιστημιακούς υπαλλήλους ώστε να διώξουν ποινικώς τους χρήστες παράνομων sites. Σε κάποιες περιπτώσεις το περιεχόμενο ενός profile, στο Myspace για παράδειγμα, έχει χρησιμοποιηθεί στο δικαστήριο (Κασφίκης κ.α., 2009)..

Το Facebook χρησιμοποιείται όλο και περισσότερο από τα σχολεία και τις υπηρεσίες επιβολής νόμου ως πηγή αποδείξεων ενάντια στους μαθητές που χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο. Τα κοινωνικά δίκτυα είναι πολύ αγαπητά στους μαθητές και τους φοιτητές και η πλειοψηφία τους δημιουργεί profile σε τέτοιου είδους sites. Οι πληροφορίες όμως που αναρτούνται μπορούν να προσπελαστούν από όλους τους εγγεγραμμένους χρήστες στους οποίους περιλαμβάνονται και καθηγητές και γενικά το προσωπικό του σχολείου και αν βρεθούν παραβάσεις δίνονται και οι ανάλογες τιμωρίες. Επιπρόσθετα στην Αγγλία έχουν γίνει συλλήψεις ανθρώπων με την κατηγορία κατοχής όπλων επειδή η αστυνομία ανακάλυψε ερευνώντας φωτογραφίες στις οποίες κρατούσαν μαχαίρια ή άλλου είδους όπλα (Κασφίκης κ.α., 2009).

ΟΦΕΛΗ ΚΑΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ

Η Χρήση online κοινωνικών δικτύων προσφέρει στους χρήστες τους πολλά οφέλη και πλεονεκτήματα. Όσον αφορά στις δυνατότητες κοινωνικής δικτύωσης, τα online κοινωνικά δίκτυα έχουν παγκόσμια έκταση και πολυφωνία. Επομένως τα οφέλη τους είναι (Τσάνος 2012) :

- Η δυνατότητα δημιουργίας δεσμών με πολύ μεγάλο αριθμό ατόμων, εφόσον το Διαδίκτυο Συγκεντρώνει πλήθος ατόμων απ' όλο τον κόσμο.
- Η δυνατότητα δημιουργίας δεσμών με άτομα που μπορεί να βρίσκονται σε μεγάλη γεωγραφική απόσταση το ένα από το άλλο, εφόσον το Διαδίκτυο καταργεί τις αποστάσεις. Αυτή η δυνατότητα δεν υπάρχει στα στενά κοινωνικά δίκτυα του άμεσου πραγματικού περιβάλλοντος του ατόμου (Christakis & Fowler 2010).

- Η δυνατότητα δημιουργίας μεγάλης ποικιλίας κοινωνικών δεσμών εφόσον στο Διαδίκτυο συρρέουν άτομα από διαφορετικές χώρες, κοινωνίες, πολιτισμούς και με διαφορετικές συνήθειες και χαρακτηριστικά.

- Η δυνατότητα επιλογής ανάμεσα σε μεγάλο πλήθος κοινωνικών ομάδων και η αναζήτηση της ομάδας που εκφράζει και ωφελεί το άτομο με τον καλύτερο δυνατό τρόπο.

- Η δυνατότητα επαφής με πολλούς διαφορετικούς πολιτισμούς και επομένως η δυνατότητα διεύρυνσης των γνώσεων και των πνευματικών οριζόντων του ατόμου.

- Η δυνατότητα δραστηριοποίησης και σύμπραξης για κοινούς σκοπούς με άτομα που μπορεί να βρίσκονται οπουδήποτε στη γη και επομένως η ενίσχυση του κοινού σκοπού με μεγάλο πλήθος συμμετεχόντων.

Όσον αφορά στην πρόσβαση των χρηστών τους σε χρήσιμο περιεχόμενο, τα σημαντικότερα από τα οφέλη τους είναι :

- Η δυνατότητα αναζήτησης και ανεύρεσης περιεχομένου (Φωτογραφιών, Βίντεο, κλπ), στο οποίο οι χρήστες δε θα μπορούσαν να έχουν πρόσβαση με διαφορετικό τρόπο.

- Η δυνατότητα άμεσης και από πρώτο χέρι ενημέρωσης για οτιδήποτε συμβαίνει στον κόσμο, εφόσον οι ειδήσεις μεταδίδονται μεταξύ των χρηστών του Διαδικτύου από τη μια άκρη της γης στην άλλη, σε ελάχιστο χρόνο. Η ενημέρωση μπορεί να είναι γενική ή στοχευμένη, δηλ. με συγκεκριμένο αντικείμενο.

- Η δυνατότητα εύκολης πρόσβασης σε ψυχαγωγικό περιεχόμενο, από το σπίτι, μέσω π.χ. της παρακολούθησης βίντεοκλιπ και μέσω της ενασχόλησης με εφαρμογές ψυχαγωγικού χαρακτήρα όπως τα παιχνίδια.

Εκτός όμως από τα παραπάνω σημαντικά οφέλη, υπάρχουν και σοβαροί κίνδυνοι που σχετίζονται με την online κοινωνική δικτύωση. Κάποιοι από τους κινδύνους αυτούς αφορούν και στην δικτύωση στον πραγματικό κόσμο. Υπάρχουν όμως επιπλέον κίνδυνοι που οφείλονται στο μέγεθος και στη φύση του κυβερνοχώρου. Στους επιπλέον κινδύνους συμπεριλαμβάνονται (Κασφίκης κ.α., 2009) :

- Η έκθεση σε πολύ μεγαλύτερο αριθμό κινδύνων κοινωνικού χαρακτήρα. Ενώ θα περίμενε κανείς ότι το Διαδίκτυο λόγω απόστασης θα προφύλασσε τα άτομα από πραγματικούς κινδύνους, είναι πολλές οι περιπτώσεις όπου ιδιαίτερα οι νέοι βιώνουν έντονες και απειλητικές καταστάσεις μέσα από την χρήση του κυβερνοχώρου, οι οποίες είναι τραυματικές για την ψυχική τους υγεία εξαιτίας της χρήσης online κοινωνικών δικτύων και της επαφής τους με πλήθος αγνώστων ατόμων.

- Η επιβλαβής έκθεση της προσωπικής ζωής του ατόμου. Τα Online κοινωνικά δίκτυα είναι χώροι όπου μπορεί να συγκεντρώνεται πλήθος διαφορετικών και αγνώστων ατόμων. Η καταχώρηση και δημοσίευση προσωπικών στοιχείων σε αυτά, καθιστά τους χρήστες τους ευάλωτους σε πολύ μεγαλύτερο αριθμό ατόμων, συχνά με ανεξέλεγκτες συνέπειες.

- Ο κίνδυνος εξαπάτησης. Πιο συγκεκριμένα, η σύνδεση με άτομα που σφετερίζονται κάποιους άλλους. Οι χρήστες του διαδικτύου μπορούν να διατηρήσουν την ανωνυμία τους όταν έρχονται σε επαφή με άλλους χρήστες, αλλά μπορούν εύκολα και να εξαπατήσουν ή να εξαπατηθούν από τους υπόλοιπους χρήστες εξαιτίας αυτής της δυνατότητας. Η επαφή και η διασύνδεση με παντελώς αγνώστους ενέχει περισσότερους κινδύνους από ότι η επαφή με αγνώστους στον πραγματικό κόσμο, γιατί δεν υπάρχει η αμεσότητα και η δυνατότητα ανάπτυξης κριτικής σκέψης και αντίδρασης.

- Η παρενόχληση. Άτομα εντελώς άγνωστα, μέλη του κοινωνικού δικτύου χωρίς τη δυνατότητα προστασίας ή αντιμετώπισης τέτοιων ενεργειών (Σταμούλας κ.α. 2008).
- Η κλοπή των προσωπικών δεδομένων και γενικά η απειλή της ασφάλειας των προσωπικών δεδομένων των χρηστών τους. Η συμμετοχή και η παροχή προσωπικών δεδομένων σε ιστότοπους, δυστυχώς δεν είναι ασφαλής και ο χρήστης δεν μπορεί να γνωρίζει αν αυτά τα δεδομένα χρησιμοποιούνται από τους συγκεκριμένους ιστότοπους με τρόπους που ο ίδιος δεν έχει εγκρίνει.
- Η εύκολη μετάδοση και επαφή με ηλεκτρονικό περιεχόμενο που δεν είναι ασφαλές για τους χρήστες του. Όπως κακόβουλο λογισμικό, πορνογραφικό υλικό, υλικό προσηλυτισμού, υλικό εθισμού σε επικίνδυνες ουσίες, υλικό με θέμα τη βία και με ρατσιστικό περιεχόμενο.
- Ο βομβαρδισμός με διαφημιστικά μηνύματα από τις σελίδες του ιστότοπου. Οι διαφημίσεις αυτές αποτελούν το κύριο έσοδο της εταιρείας που διαχειρίζεται τον ιστότοπο και είναι το τίμημα που “Πληρώνουν” Τα μέλη για τις “Δωρεάν” παροχές. Το 63% Των Ελλήνων Χρηστών σύμφωνα με δημοσίευμα της εφημερίδας “Ελευθεροτυπία” έχουν δημιουργήσει προφίλ σε κάποια online υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης, ενώ ο αντίστοιχος ευρωπαϊκός μέσος όρος είναι 45%. Το υψηλό αυτό ποσοστό φέρνει την Ελλάδα στην τρίτη θέση πανευρωπαϊκά, μετά τη Δανία και τη Νορβηγία.

ΣΤΟΧΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Στην τρέχουσα ελληνική και διεθνή βιβλιογραφία, υπάρχει σημαντικός αριθμός ερευνών που ασχολείται με τον εθισμό που προκαλεί η χρήση του διαδικτύου στους νέους. Αντιθέτως ο εθισμός που προκαλείται από τη χρήση των κοινωνικών δικτύων δεν έχει εξεταστεί επαρκώς. Χαρακτηριστικά, σε ελληνικό επίπεδο, οι έρευνες είναι ακόμη λιγότερες με συνέπεια, να υπάρχει αναγκαιότητα εξέτασης του φαινομένου.

Όπως ήδη έχει αναφερθεί και παραπάνω, τα κοινωνικά δίκτυα αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της σύγχρονης πραγματικότητας και ο εθισμός σε αυτά είναι ένας από τους σημαντικότερους κινδύνους που διατρέχουν οι χρήστες τους (Christakis & Fowler 2010). Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι να ερευνήσει τον εθισμό που προκαλεί η χρήση των κοινωνικών δικτύων στους νέους και ιδιαίτερα στους μαθητές γυμνασίου και λυκείου. Ειδικότερα εξετάζει την πιθανότητα εθισμού και προσπαθεί σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας να εντοπίσει στοιχεία που αποδεικνύουν την ύπαρξη εθισμού των νέων στα κοινωνικά δίκτυα.

Η ποσοτική μέθοδος επελέγη, δεδομένου ότι θεωρείται ως η κατάλληλη μέθοδος για να εξετάσει τις μεταβλητές που παρουσιάζουν ενδιαφέρον για την παρούσα έρευνα (Creswell, 2002).

Λαμβάνοντας υπόψη το πεδίο εφαρμογής της εν λόγω έρευνας, χρησιμοποιήθηκε το δομημένο ερωτηματολόγιο ως μεθοδολογικό εργαλείο. Το ερωτηματολόγιο είναι το πιο ευρέως χρησιμοποιούμενο εργαλείο στην ποσοτική έρευνα (Clark – Carter, 2004). Αυτό το μεθοδολογικό εργαλείο επιλέχθηκε επειδή είναι εύκολο να απαντηθεί από τους ερωτηθέντες, το σχεδιασμό, διανέμεται εύκολα καθώς και το κόστος συλλογής είναι πολύ χαμηλό. Επιπλέον, οι μεταβλητές μπορούν εύκολα να κωδικοποιηθούν και να είναι το καλύτερο εργαλείο για τη μέτρηση των στάσεων, των απόψεων, των προθέσεων, των προτιμήσεων και των συμπεριφορών των ατόμων (Bryman, 2004).

Τα ερωτηματολόγια που σχεδιάστηκαν για τους σκοπούς της παρούσας έρευνας είναι δομημένα. Αυτό σημαίνει ότι υπάρχουν συγκεκριμένα ζητήματα, με συγκεκριμένη

σειρά και όλοι οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να απαντήσουν τις ίδιες ερωτήσεις (Creswell, 2002). Για τους σκοπούς της έρευνας αυτής, χρησιμοποιούνται οι ερωτήσεις κλειστού τύπου και μία ερώτηση ανοιχτού τύπου. Στις κλειστές ερωτήσεις υποδεικνύονται μια σειρά πιθανών απαντήσεων, από τις οποίες ο ερωτηθείς έχει τη δυνατότητα να επιλέξει. Από την άλλη πλευρά, στις ανοιχτές ερωτήσεις ο ερωτηθείς μπορεί να απαντήσει ελεύθερα και να αναπτύξει την προσωπική του άποψη. Το πρώτο ερωτηματολόγιο αποτελείται από 25 κλειστές ερωτήσεις ενώ το δεύτερο είναι ακόμη πιο αναλυτικό και αποτελείται από 35 κλειστές ερωτήσεις και μία ερώτηση ανοιχτού τύπου.

Για το πρώτο ερωτηματολόγιο επιλέχθηκαν μαθητές όλων των τάξεων διαφόρων λυκείων του νομού Θεσσαλονίκης και απάντησαν ολοκληρωμένα 168 μαθητές.

Για το δεύτερο ερωτηματολόγιο επιλέχθηκαν μαθητές όλων των τάξεων γυμνασίων και λυκείων του νομού Θεσσαλονίκης και συμπληρώθηκαν ορθά 110 ερωτηματολόγια.

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ

Ακολουθεί η παρουσίαση μερικών αποτελεσμάτων των ερωτηματολογίων σε σχέση με τα κοινωνικά δίκτυα και τον ενδεχόμενο εθισμό που μπορεί να προκαλέσει.

ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΡΩΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Το 6% του δείγματος απαντά ότι δε χρησιμοποιεί καθόλου τα κοινωνικά δίκτυα, ενώ το 26% του δείγματος χρησιμοποιεί τα κοινωνικά δίκτυα πάνω από 5 ώρες στην καθημερινότητά τους. Το 27% του δείγματος, απάντησε ότι ο χρόνος χρήσης υπολογιστή δεν έχει αλλάξει λόγω της χρήσης των κοινωνικών δικτύων, ενώ το 53% δηλώνει, ότι αφιερώνει πλέον περισσότερο χρόνο. Το 31% του δείγματος αφιερώνει καθημερινά, 1-2 ώρες στα παιχνίδια που προσφέρουν τα κοινωνικά δίκτυα, ενώ το 44% του δείγματος αφιερώνει πάνω από 3 ώρες στα παιχνίδια. Μόνο το 13% των ερωτηθέντων δεν κάνει καμία χρήση των παιχνιδιών που προσφέρουν τα κοινωνικά δίκτυα.

Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος είναι μέλη του Facebook, του Yahoo, του Gmail, του Skype και του Twitter, με ποσοστά 83%, 71%, 54%, 39% και 21%, αντίστοιχα (δυνατότητα επιλογής πάνω από μια απάντηση).

Το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος, πιστεύει ότι τα κοινωνικά δίκτυα δεν προστατεύουν ιδιαίτερα τα προσωπικά τους δεδομένα. Μόλις το 9% του δείγματος θεωρεί ότι τα προσωπικά τους δεδομένα προστατεύονται πλήρως, ενώ σε αντίθεση το 27% υποστηρίζει ότι δεν υπάρχει καμία προστασία γύρω από τα προσωπικά τους δεδομένα.

Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος έχει παραμελήσει βασικές δραστηριότητες ώστε να κάνει χρήση των κοινωνικών δικτύων. Μόλις το 6% του δείγματος, δεν έχει μπει στην διαδικασία αυτή, ενώ το 69% απάντησε ότι παραμελεί άλλες σημαντικές δραστηριότητες από αρκετά συχνά έως και πολύ συχνά. Επίσης, πιστεύει ότι ο εθισμός ξεκινάει μετά τις 5-6 ώρες με την ενασχόληση με τα κοινωνικά δίκτυα. Χαρακτηριστικά, το 76% υποστηρίζει ότι ο εθισμός ξεκινάει από τις 5 ώρες και πάνω, ενώ υπάρχουν και ερωτηθέντες που θεωρούν ότι ο εθισμός ξεκινάει μόλις με 1-2 ώρες (4%).

Ο πιο δημοφιλής τρόπος για την πρόληψη και αντιμετώπιση του εθισμού στα κοινωνικά δίκτυα είναι η καλύτερη ενημέρωση για τους κινδύνους που ελλοχεύει η

χρήση τους (68%), η συχνότερη προσωπική επαφή με φίλους (49%) και η ενασχόληση με εξωσχολικές δραστηριότητες (26%).

Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος, θεωρεί πως τα κοινωνικά δίκτυα έχουν τη δυνατότητα να ασκήσουν επιρροή πάνω στην ανθρώπινη σκέψη. Το 60% του δείγματος, πιστεύει ότι τα κοινωνικά δίκτυα επηρεάζουν από αρκετά έως και πάρα πολύ την ανθρώπινη σκέψη, ενώ το 15% αρνείται αυτή την εκδοχή.

Μόλις το 14% θεωρεί ότι η απουσία της χρήσης των κοινωνικών δικτύων δε μπορεί να του προκαλέσει το αίσθημα της μοναξιάς, ενώ αντιθέτως το 42% υποστηρίζει πως η απουσία της χρήσης κοινωνικών δικτύων τους προκαλεί το αίσθημα της μοναξιάς από πολύ έως και πάρα πολύ, ενώ μπορεί να φτάσει στο 69% (αρκετά έως και πάρα πολύ).

ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΥΤΕΡΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων είναι μέλος σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης. Χαρακτηριστικά, μόλις το 15% των ερωτηθέντων απαντά πως δεν είναι μέλος κάποιου κοινωνικού δικτύου.

Μόλις το 26% του δείγματος πιστεύει ότι οι φίλοι του και οι συμμαθητές του είναι πλήρως ενημερωμένοι σε θέματα εθισμού των κοινωνικών δικτύων, ενώ η πλειοψηφία πιστεύει πως είναι λίγο ή ακόμη και καθόλου, με ποσοστά 48% και 26% αντίστοιχα. Οι ερωτηθέντες πιστεύουν ότι η ενημέρωση γύρω από τον εθισμό των κοινωνικών δικτύων είναι πολύ απαραίτητη (79%), ενώ λίγο απαραίτητη και καθόλου τα ποσοστά είναι χαμηλότερα, με 16% και 5%, αντίστοιχα. Το 55% του δείγματος υποστηρίζει ότι γνωρίζει προσωπικά περιπτώσεις μαθητών που έχουν εθιστεί στα κοινωνικά δίκτυα. Σχεδόν, το ίδιο είναι και το ποσοστό του δείγματος που δεν έχει γνώση τέτοιων περιστατικών (45%). Παρόλο, που οι περισσότεροι ερωτηθέντες της έρευνας χρησιμοποιούν τα κοινωνικά δίκτυα, έχουν έρθει αντιμέτωποι με τις αρνητικές συνέπειες της χρήσης τους. Μόλις το 17% του δείγματος, δεν έχει δεχτεί καμία αρνητική συνέπεια.

Στην ερώτηση «Νομίζετε ότι η χρήση των κοινωνικών δικτύων μπορεί να προκαλέσει μέχρι και εξάρτηση σ' έναν χρήστη;» γίνεται εύκολα αντιληπτό από τις απαντήσεις, πως η χρήση των κοινωνικών δικτύων μπορεί να οδηγήσει σε εθισμό. Το 91% του δείγματος είναι σύμφωνο με αυτή την άποψη, ενώ μόλις το 9% υποστηρίζει ότι η χρήση των κοινωνικών δικτύων δε μπορεί να οδηγήσει στον εθισμό. Το 55% του δείγματος, πιστεύει ότι έχουν υπάρξει στιγμές που ένιωσαν δυσαρέσκεια ή ακόμη και ανησυχία λόγω ότι δε μπορούσαν να έχουν πρόσβαση σε κοινωνικά δίκτυα. Από την άλλη πλευρά, το 45%, δεν έχει νιώσει αυτά τα συναισθήματα, γεγονός που αποδεικνύει μια πιο αθώα σχέση με τα κοινωνικά δίκτυα.

Το 76% του δείγματος υποστηρίζει ότι τα κοινωνικά δίκτυα είναι σχεδιασμένα με τέτοιο τρόπο ώστε να έλκονται οι μαθητές και οι μαθήτριες για να τα χρησιμοποιήσουν. Αντιθέτως, μόλις το 9% πιστεύει ότι η φύση και ο τρόπος σχεδιασμού των κοινωνικών δικτύων δεν ασκεί καμία έλξη.

Μεγάλο ενδιαφέρον, παρουσιάζει το γεγονός ότι οι περισσότεροι ερωτηθέντες παραμένουν περισσότερο χρόνο στα κοινωνικά δίκτυα από αυτόν που είχαν προγραμματίσει να αφιερώσουν. Μόλις το 4% υποστηρίζει ότι δεν αφιερώνει ποτέ περισσότερο χρόνο.

Οι απόψεις γύρω από την επίδραση των κοινωνικών δικτύων στην μείωση της σχολικής απόδοσης είναι μοιρασμένες. Το 52%, θεωρεί ότι ο χρόνος που καταναλώνεται στη χρήση των κοινωνικών δικτύων, μειώνεται από το διαθέσιμο χρόνο για διάβασμα, με αποτέλεσμα να υπάρχει μείωση της σχολικής απόδοσης. Το 44% του

δείγματος ανυπομονεί να συνδεθεί ξανά και ξανά στα κοινωνικά δίκτυα ενώ το 46% δεν ενδιαφέρεται στον ίδιο βαθμό. Το 54% του δείγματος, δηλώνει ότι δεν πιστεύει ότι η ύπαρξη των κοινωνικών δικτύων συντελεί στην ολοκλήρωση της ευτυχίας του. Από τη άλλη πλευρά, το 35%, που είναι ιδιαίτερα μεγάλο ποσοστό, θεωρεί πως χωρίς τα κοινωνικά δίκτυα, η ζωή του θα ήταν ανιαρή και δε θα μπορούσε να δεχτεί την ίδια χαρά και την ίδια απόλαυση. Αρκετά σημαντικό ποσοστό του δείγματος, ενοχλείται όταν κάποιος τον διακόπτει από τη συμμετοχή του στα κοινωνικά δίκτυα. Μόλις το 23%, δεν ενοχλείται αν την ώρα που χρησιμοποιεί κάποιο κοινωνικό δίκτυο, του μιλήσουν ή του αποσπάσουν την προσοχή.

Μόλις το 8% του δείγματος, δεν αφιερώνει μέρος των ωρών που προορίζονται για βραδινό ύπνο στη χρήση των κοινωνικών δικτύων. Από την άλλη πλευρά το 12% του δείγματος, πάντα αναλώνει κάποιο μέρος του βραδινού ύπνου, στην περιήγηση στα κοινωνικά δίκτυα. Το υπόλοιπο 80%, προτιμά να κάνει χρήση των κοινωνικών δικτύων παρά να κοιμάται, έστω και περιστασιακά. Μόνο το 17%, του δείγματος δεν αισθάνεται χαμένο ή μπορεί να αξιοποιήσει το χρόνο του, όταν δεν είναι συνδεδεμένο στον υπολογιστή και δεν ασχολείται με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αντιθέτως, αρκετά μεγάλο ποσοστό, της τάξης του 28%, νιώθει πάντα χαμένο όταν δεν μπορεί να χρησιμοποιήσει τα κοινωνικά δίκτυα. Ο μεγαλύτερος αριθμός του δείγματος, νιώθει αδυναμία να αποκοπεί από τα κοινωνικά δίκτυα και προσπαθεί να δώσει λίγο χρόνο παραπάνω στην ενασχόλησή του με αυτά. Μόλις το 10% του δείγματος, μπορεί να ελέγξει το χρόνο του και να σταματήσει άμεσα, ενώ το 18% του δείγματος, ζητά συνεχώς και άλλο χρόνο στην ενασχόληση του με τα κοινωνικά δίκτυα. Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος, προσπαθεί να αποκρύψει το χρόνο που έχει δαπανήσει στη χρήση των κοινωνικών δικτύων, έστω και περιστασιακά. Μόνο το 21%, δεν θέλει να αποκρύψει το χρόνο που δαπανά στην ενασχόλησή του με τα κοινωνικά δίκτυα. Το 41% του δείγματος, θεωρεί ότι πάντα προτιμά τη συνάντηση με τους φίλους ή με τους συμμαθητές του, συγκριτικά με την χρήση των κοινωνικών δικτύων. Βέβαια, το ποσοστό που έστω και περιστασιακά προτιμά την ενασχόληση με τα κοινωνικά δίκτυα προσεγγίζει το 60%.

Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος δεν πιστεύει ότι είναι εθισμένο στα κοινωνικά δίκτυα. Παρόλο αυτά, αρκετά μεγάλο ποσοστό αναγνωρίζει ότι έχει εθιστεί σε αυτά (31%).

Οι γονείς επιτρέπουν την ελεύθερη χρήση των κοινωνικών μέσων (64%), ενώ κάποιοι είναι πιο αυστηροί και δεν επιτρέπουν την αλόγιστη χρήση (21%). Καταληκτικά, το 15% των γονέων του δείγματος απαγορεύει τη χρήση των κοινωνικών δικτύων. Συνολικά το 36% των γονέων είναι αρνητικοί και επιφυλακτικοί.

Στην ερώτηση ανοιχτού τύπου όπου ζητήθηκε από τους ερωτηθέντες να καταγράψουν σχόλια που θεωρούν σχετικά με το θέμα της έρευνας, οι απαντήσεις που κυριάρχησαν σχετίζονται με τους κινδύνους που ελλοχεύουν στα κοινωνικά δίκτυα και θεωρούν αναγκαία την καλύτερη δυνατή ενημέρωση. Επιπλέον, θεωρούν ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως βοηθητικό εργαλείο στην επικοινωνία και δεν μπορούν να αντικαταστήσουν τη διαπροσωπική επαφή. Πρέπει να υπάρχει συγκεκριμένο όριο, μέσα στο οποίο μπορούν να αξιοποιούνται τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Μετά την ευρεία διάδοση των δικτύων υπολογιστών, και ιδιαίτερα του Διαδικτύου, λαμβάνει χώρα μια ταχεία εξέλιξη των διαδικτυακών αλληλεπιδράσεων μεταξύ ατόμων με παρόμοια ενδιαφέροντα, τα οποία, αν και διασκορπισμένα γεωγραφικά, έχουν πλέον τη δυνατότητα να συγκεντρώνονται σε έναν ενιαίο χώρο. Μελέτες έχουν καταδείξει ότι η κοινωνικοποίηση είναι ένας από τους πόλους έλξης πίσω από την εθιστική δύναμη του Διαδικτύου. Οι δυνατότητες για κοινωνικοποίηση που παρέχει το Διαδίκτυο ευθύνονται για την υπερβολική ώρα που αφιερώνουν τα άτομα για επαφές σε πραγματικό χρόνο με τη χρήση ηλεκτρονικής αλληλογραφίας, forum, chat (διαδικτυακή συνομιλία), διαδικτυακών παιχνιδιών κ.λ.π. Τα άτομα που συμμετέχουν στις παραπάνω καθώς και σε άλλες μορφές διαδικτυακής αλληλεπίδρασης στοχεύουν στην ανταλλαγή πληροφοριών, στη συναισθηματική υποστήριξη ή απλά σε μια συζήτηση με άτομα με παρόμοια ενδιαφέροντα. Σε λιγότερο από δύο δεκαετίες, η επικοινωνία μέσω υπολογιστών κατάφερε να πλέξει έναν ιστό σε όλο τον κόσμο, παρέχοντας δίοδο για διαδικτυακή κοινωνικοποίηση σε ποικίλες ομάδες ανθρώπων καθώς και πρωτοφανή πρόσβαση σε πληροφορίες.

Όπως ήδη έχει γίνει αντιληπτό, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν κόμβους ατόμων, ομάδων, οργανισμών και συναφών συστημάτων που βασίζονται σε έναν ή περισσότερους τύπους αλληλεξαρτήσεων, όπως για παράδειγμα κοινές αξίες, οράματα και ιδέες, κοινωνικές επαφές, οικονομικές ανταλλαγές, εμπόριο, κοινή συμμετοχή σε οργανώσεις, συμμετοχή σε εκδηλώσεις της ομάδας. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ομάδες ατόμων που μοιράζονται πληροφορίες σχετικά με ένα κοινό ενδιαφέρον σε ένα online περιβάλλον στο διαδίκτυο. Ορισμένα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τα οποία είναι ιδιαίτερα προσφιλή στο ευρύ κοινό είναι το Facebook, το Twitter, το Flickr, τα διάφορα forums όπου ανταλλάσσονται απόψεις, το YouTube, η Wikipedia, το LinkedIn.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης οφείλουν την εμφάνισή τους στις τεχνολογίες Web 2.0, οι οποίες βοήθησαν στη δημιουργία ομάδων ατόμων με κοινά χαρακτηριστικά και / ή ενδιαφέροντα. Για παράδειγμα, ένα κοινό χόμπι, ένα κοινό ενδιαφέρον, ο διαμοιρασμός μουσικής, βίντεο, εικόνων, φωτογραφιών και κειμένων, αλλά κυρίως το γεγονός ότι ο άνθρωπος είναι κοινωνικό ον, σε συνδυασμό με το αίσθημα του 'ανήκειν' σε μία ομάδα είναι οι παράγοντες εκείνοι που δίνουν σε ένα άτομο το ερέθισμα να γίνει μέλος μίας κοινότητας σε ένα μέσο κοινωνικής δικτύωσης.

Ένα από τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι ότι έχουν επεκτείνει την έννοια της κοινότητας (community), η οποία στο παρελθόν βασίζονταν εξολοκλήρου σε γεωγραφικά, πολιτικά ή θρησκευτικά κριτήρια, ενώ πλέον μπορεί να βασίζεται σε κοινά ενδιαφέροντα. Επιπρόσθετα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποκτούν ολοένα και περισσότερους χρήστες, ενώ παράλληλα επιτρέπουν την ενεργό συμμετοχή και αλληλεπίδραση των χρηστών μεταξύ τους. Αυτό μπορεί την ίδια στιγμή να αποτελέσει και μειονέκτημα, καθώς έχει ασκηθεί κριτική στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ότι δίνουν περισσότερη έμφαση στην αλληλεπίδραση των χρηστών και όχι τόσο στο περιεχόμενο της ίδιας της πληροφορίας.

Στον αντίποδα βέβαια, βρίσκονται και τα μειονεκτήματα της χρήσης των κοινωνικών δικτύων. Ένα από τα σημαντικότερα μειονεκτήματα αποτελεί η διαρροή προσωπικών δεδομένων και η κακόβουλη χρήση τους από αυτούς που υποκλέπτουν τις πληροφορίες. Επιπλέον, η προσήλωση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να οδηγήσει στην αποξένωση των χρηστών και στην παραίτησή τους από άλλα

ενδιαφέροντα. Ουσιαστικά, όπως και στις περισσότερες περιπτώσεις οι επιπτώσεις μπορούν να περιορίσουν σημαντικά τα οφέλη που προκύπτουν από τη χρήση των κοινωνικών δικτύων.

Αυτό που χαρακτηρίζει τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι το φαινόμενο της κοινωνικής επιρροής. Η κοινωνική επιρροή μπορεί να οριστεί ως η αντιλαμβανόμενη εξωτερική πίεση που δέχονται τα άτομα αφενός κατά τη διαδικασία της ενημέρωσής τους για ένα προϊόν ή / και μία υπηρεσία και αφετέρου κατά τη διαδικασία λήψης της απόφασης αν θα κάνουν χρήση αυτού του προϊόντος ή / και αυτής της υπηρεσίας. Επίσης, η κοινωνική επιρροή αφορά και το βαθμό στον οποίο τα άτομα αντιλαμβάνονται ότι άλλα άτομα, τα οποία θεωρεί ως σημαντικά, είναι θετικά ως προς αυτό το προϊόν ή / και αυτήν την υπηρεσία.

Πρέπει να σημειωθεί όμως ότι δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις που έχουν αναφερθεί κρούσματα εθισμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Το ελκυστικό περιβάλλον μέσα στο οποίο λειτουργούν, οι δυνατότητες επικοινωνίας και ψυχαγωγίας που προσφέρουν μπορούν να καθηλώσουν το χρήστη και να τον εθίσουν. Ειδικότερα ο εθισμός στις διαδικτυακές σχέσεις που επιτυγχάνεται μέσω των κοινωνικών δικτύων, μπορεί να οδηγήσει στην πρόκληση μεγάλων αριθμών προβλημάτων στην ψυχολογία και τη συμπεριφορά των χρηστών.

Για τους σκοπούς της παρούσας έρευνας διεξήχθη πρωτογενής έρευνα σε μαθητές γυμνασίων και λυκείων της Θεσσαλονίκης, ώστε να διερευνηθεί η ύπαρξη προβλημάτων από τη χρήση κοινωνικών δικτύων καθώς και η καταγραφή περιστατικών εθισμού σε αυτά. Το ερευνητικό εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε είναι το ερωτηματολόγιο. Ειδικότερα σχεδιάστηκαν δύο ερωτηματολόγια με πλειοψηφία κλειστών ερωτημάτων και απαντήθηκαν συνολικά από 278 μαθητές.

Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματός είναι συνδρομητές στο διαδίκτυο και αποτελούν χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Καταγράφηκε ότι οι μαθητές χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για ποικίλους λόγους όπως είναι η αναζήτηση πληροφοριών, η επικοινωνία και η ψυχαγωγία. Ειδικότερα, η σχέση τους με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης φαίνεται να είναι ιδιαίτερα σημαντική, αφού οι περισσότεροι τα χρησιμοποιούν και επικοινωνούν σε συστηματική βάση με τους διαδικτυακούς φίλους τους. Μεγάλο ποσοστό του δείγματος έχει αναπτύξει σημαντικό κύκλο φίλων, ακόμη και αν δεν τους γνωρίζει όλους προσωπικά. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι πολλοί μαθητές συνομιλούν και συναντιούνται με άτομα που έχουν γνωρίσει μέσω των κοινωνικών δικτύων. Παρόλο που οι περισσότεροι γνωρίζουν την επικινδυνότητα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των προαναφερθέντων πράξεων, ρισκάρουν για να έρθουν σε επαφή με το άγνωστο. Μία πιθανή απάντηση στο γιατί να συμβαίνει αυτό, αν και αυθαίρετη λόγω ότι αποτελεί προσωπική άποψη, είναι ότι οι μαθητές έχουν την περιέργεια να γνωρίσουν νέα άτομα αλλά και να περιορίσουν το αίσθημα της μοναξιάς μέσα από τη δυνατότητα που τους δίνουν τα κοινωνικά δίκτυα να επικοινωνούν εύκολα και με διαφορετικό τρόπο. Πρέπει να σημειωθεί, πως ενώ οι γονείς και οι καθηγητές των σχολείων προσπαθούν να ενημερώνουν τους μαθητές γύρω από τους κινδύνους που ελλοχεύουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι μαθητές δεν πιστεύουν ότι είναι πλήρως ενημερωμένοι και θεωρούν ότι μπορεί να υπάρξει καλύτερη και σε μεγαλύτερο βάθος ενημέρωση.

Οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες δηλώνουν με τις απαντήσεις τους, ότι έχουν αναπτύξει μία ιδιαίτερη σχέση με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Καταναλώνουν πολλές ώρες μπροστά στον υπολογιστή τους και πιο συγκεκριμένα στη χρήση των

κοινωνικών δικτύων. Ακόμη και αν ο χρόνος τους είναι περιορισμένος, προσπαθούν να τον ανακατανέμουν ώστε να αφιερώνουν περισσότερες ώρες στα κοινωνικά δίκτυα. Αυτή η ανακατανομή γίνεται κατά κύριο λόγο εις βάρος του ύπνου τους, του διαβάσματός τους και των προσωπικών στιγμών τους με άλλους ανθρώπους. Στο σημείο αυτό, η απάντησή τους ότι συνεχώς θέλουν λίγο χρόνο παραπάνω καθώς και ότι αποκρύπτουν ακόμη και από τους ίδιους τους εαυτούς τους το χρόνο που κατανάλωσαν στη χρήση των κοινωνικών δικτύων, φαίνεται ότι ολοκληρώνει το σκηνικό της σχέσης τους με τα κοινωνικά δίκτυα.

Η ιδιαίτερη σχέση που έχει αναπτυχθεί μεταξύ των κοινωνικών δικτύων και των μαθητών γίνεται εύκολα αντιληπτή, από τα αποτελέσματα που έχει δείξει η έρευνα σχετικά με τα συναισθήματα που προκαλεί η αδυναμία πρόσβασης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Χαρακτηριστικά, μεγάλο ποσοστό του δείγματος υποστηρίζει ότι νιώθει αισθήματα δυσαρέσκειας και απογοήτευσης όταν δεν έχει τη δυνατότητα να συνδεθεί στα κοινωνικά δίκτυα καθώς και ότι ενοχλείται όταν κάποιος τρίτος του αποσπά την προσοχή από την ενασχόλησή του με αυτά. Το τελευταίο στοιχείο της έρευνας στο οποίο πρέπει να γίνει αναφορά είναι ότι αρκετοί μαθητές παραδέχονται ότι είναι εθισμένοι στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, γεγονός αρκετά ανησυχητικό.

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

Η παρούσα έρευνα διεξήχθη σε μαθητές γυμνασίων και λυκείων του νομού Θεσσαλονίκης. Ωστόσο, ενδιαφέρον θα παρουσίαζε και η διεξαγωγή μίας μελέτης, η οποία θα διεξαγόταν σε καθηγητές και γονείς ώστε να διερευνηθεί ο τρόπος με τον οποίο αντιμετωπίζουν την ενασχόληση των μαθητών και παιδιών τους αντίστοιχα με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τους ενημερώνουν σχετικά με τους κινδύνους που η χρήση τους ελλοχεύει, κυρίως μέσω της διεξαγωγής συνεντεύξεων, έτσι ώστε να εκτιμηθεί ο βαθμός συμμετοχής τους στην αντιμετώπιση του προβλήματος του εθισμού στα κοινωνικά δίκτυα αλλά και να καταγραφούν παράλληλα οι δράσεις και οι ενέργειες που λαμβάνονται τόσο από τους καθηγητές όσο και από τους γονείς. Ακόμη, θα ήταν χρήσιμο να πραγματοποιηθεί μία έρευνα, στην οποία θα διερευνηθούν οι λόγοι για τους οποίους οι μαθητές αψηφούν τους κινδύνους παρόλο, που τους γνωρίζουν.

Επίσης, ενδιαφέρουσα είναι και η διεξαγωγή μίας μελέτης συγκριτικής, με ένα δείγμα μαθητών του εξωτερικού. Η συγκριτική αυτή μελέτη θα έδινε τη δυνατότητα να διαπιστωθούν οι ανάγκες των μαθητών στο σύνολό τους, να καταγραφούν τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν και να διερευνηθούν αφενός ο βαθμός και αφετέρου οι τρόποι με τους οποίους μπορούν να προληφθούν και να αντιμετωπιστούν τα προβλήματα εθισμού στα κοινωνικά δίκτυα. Τα αποτελέσματα αυτής της μελέτης θα μπορούσαν να φανούν χρήσιμα για την περίπτωση του σχεδιασμού ενός πλάνου δράσης από καθηγητές, γονείς και αρμόδιους φορείς.

ΑΝΑΦΟΡΕΣ

Κούγκα Γ. (2010). Διαχείριση Δεδομένων στα Κοινωνικά Δίκτυα. Ιόνιο Πανεπιστήμιο.

Κούρτης Γ. (2012). Facebook: Αίτημα Φιλίας. Θα Επιβεβαιώσετε;. Γενικό Λύκειο Δεμενικών.

Κασφίκης Ν., Κατάνου Β., Μαλαματή Α. (2009). Κοινωνικά Δίκτυα. Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης.

Μπάρμπας Α. (2012). Κοινωνικά Δίκτυα Θεωρία και Πράξη. ΑΤΕΙ Λάρισας.

Παπαδημητρίου Β. (2012). Τα Κοινωνικά Δίκτυα, η Σχέση τους με το Μάρκετινγκ, η Περίπτωση του Facebook. Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο.

Σταμούλας Α., Σφακιανάκης Μ., Χανδρινός Κ. (2008). Η προστασία του ανήλικου καταναλωτή στο διαδίκτυο. Δικηγορικός Σύλλογος Αθηνών. Συνήγορος του καταναλωτή. Ανακτήθηκε στις 27/01/2014 από τη διεύθυνση <http://www.synigoroskatanaloti.gr/docs/info/info-anhlikoi-internet.pdf>.

Τζιρώνης Β. (2012). Αποδοτικές Τεχνικές Εύρεσης Κοινωνικών Ομάδων σε Δίκτυα Κοινωνικής Δικτύωσης. Πανεπιστήμιο Κύπρου.

Τσάνος Ε. (2012). Περιβάλλοντα Οπτικοποίησης Σχέσεων και Δραστηριοτήτων σε Εφαρμογές Κοινωνικής Δικτύωσης: Γεωκοινωνική Δικτύωση. Πανεπιστήμιο Πειραιά.

Bryman, A. (2004). Social research methods. Oxford: Oxford University Press.

Christakis N. & Fowler J. (2010). Συνδεδεμένοι. Εκδόσεις κάτοπτρο.

Chriszah (29/11/2011). Ορισμός των online social networks [Online]. Ανακτήθηκε στις 25/01/2014 από τη διεύθυνση <http://chriszah.wordpress.com/2011/11/29/ορισμός-των-online-social-networks/>.

Clark – Carter, D. (2004). Quantitative psychological research. New York: Psychology Press.

Creswell, J.W. (2002). Research Design: Qualitative, Quantitative, and mixed methods approaches. London: Sage

McGinnis B. (2013). AFAR: A Facebook Page Case Study[Online]. Ανακτήθηκε στις 27/01/2014 από τη διεύθυνση <http://www.aboutus.com/afar-facebook-page/>

Wasserman S. & Faust K. (1994). Social Network Analysis in the social and behavioral sciences. Social Network Analysis: Methods and Applications. Cambridge University Press. Pp 1-27.