



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ**
UNIVERSITY OF PATRAS

ΤΜΗΜΑ ΜΟΥΣΕΙΟΛΟΓΙΑΣ

**ΣΧΟΛΗ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΜΟΥΣΕΙΟΛΟΓΙΑΣ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ:

**«ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ
(SOCIALMEDIA) ΚΑΙ Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΣΤΟΥΣ
ΝΕΟΥΣ. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ FACEBOOK.»**

**ΙΩΑΝΝΑ ΤΣΑΚΑΛΟΥ
ΕΥΘΥΜΙΑ ΠΕΤΡΙΚΗ**

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ : ΑΡΓΥΡΟΠΟΥΛΟΥ ΜΑΡΙΑ

ΠΥΡΓΟΣ , 2019

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία με τίτλο «ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ (SOCIAL MEDIA) ΚΑΙ Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΣΤΟΥΣ ΝΕΟΥΣ. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ FACEBOOK» εκπονήθηκε στο Τμήμα Πληροφορικής και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης της Σχολής Διοίκησης και Οικονομίας του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Δυτικής Ελλάδας. Την εκπόνηση της παρούσας Πτυχιακής Εργασίας ανέλαβαν οι σπουδάστριες του τμήματος Πληροφορικής και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, Τσάκαλου Ιωάννα και Πετρίκη Ευθυμία, έπειτα από συνεργασία αρχικά με τον καθηγητή, κύριο Τριανταφύλλου Σωτήρη, και ολοκληρώθηκε με την καθγήτρια του τμήματος, κυρία Αργυροπούλου Μαρία.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία στοχεύει στην ενημέρωση καθώς και την ανάλυση ενός σύγχρονου θέματος το οποίο όπως προαναφέρθηκε και στον πρόλογο αφορά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και την επιρροή τους στους νέους.

Συγκεκριμένα, στο πρώτο κεφάλαιο ο αναγνώστης θα ενημερωθεί για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μέσω ορισμών, ιστορικών αναδρομών και επιμέρους πληροφοριών με σκοπό την πρώτη προσέγγιση ως προς το υπό ανάπτυξη θέμα.

Στο δεύτερο κεφάλαιο η εργασία εστιάζει στην περίπτωση του **Facebook**, μέσα από την ιστορία του, αναλύει τον τρόπο λειτουργίας του, τα θετικά και αρνητικά του, καθώς και την χρήση του ως επιχειρηματικό εργαλείο.

Το τρίτο κεφάλαιο αναφέρεται στους νέους και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, την ασφαλή χρήση τους από τα παιδιά, τη σχέση του **Facebook** με την εκπαίδευση αλλά και την επαγγελματική ανάπτυξή του. Επιπροσθέτως, εστιάζει στη χρήση του, τις ρυθμίσεις ασφαλείας του, αλλά και τους κανόνες που πρέπει να ακολουθούνται. Καταλήγει στη διδαχή της ψηφιακής ευθύνης και την υιοθέτηση ψηφιακών, κοινωνικών μορφών μάθησης.

Στο τέταρτο κεφάλαιο αναλύεται το φαινόμενο του διαδικτυακού εκφοβισμού (**cyberbullying**), ο έλεγχος προσωπικών πληροφοριών, τα είδη προσωπικότητας των θυμάτων, τα χαρακτηριστικά του μηνύματος αλλά και του αποστολέα και την ευπάθεια των θυμάτων. Γίνεται επίσης αναφορά στη θεωρία Επεξεργασίας Κοινωνικών Πληροφοριών.

Στο πέμπτο κεφάλαιο ο αναγνώστης, μπορεί να ενημερωθεί για τα μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης ανά τον κόσμο, για χώρες όπου αυτά δεν επιτρέπονται. Γίνεται επίσης αναφορά σε 10 απίστευτα και αξιοσημείωτα περιστατικά του **Facebook**.

Στο έκτο κεφάλαιο γίνεται σαφής αναφορά στο **Facebook** και την Υγεία, αναλύοντας τον ορισμό, τα την επιδημιολογία του εθισμού στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, τις εξηγήσεις γι' αυτόν τον εθισμό, τις αρνητικές του συνέπειες αλλά και τις θεραπευτικές παρεμβάσεις.

Στο έβδομο κεφάλαιο τονίζεται ο ρόλος των γονέων, στο ζήτημα του **Facebook**.

Στο όγδοο και τελευταίο κεφάλαιο, βλέπουμε την **μεθοδολογία** της έρευνας, αλλά και την σπουδαιότητά της με σκοπό την συλλογή ασφαλών συμπερασμάτων. Από τη συλλογή υλικού που προήλθε μέσω συνεντεύξεων, πρόέκυψαν αναλύσεις οι οποίες στοχεύουν στην εύκολη και άμεση λήψη πληροφορίας από τον αναγνώστη.

ΛΕΞΕΙΣ – ΚΛΕΙΔΙΑ: Facebook, Socialmedia, Διαδίκτυο, μεθοδολογία, cyberbullying

ABSTRACT

This dissertation aims to inform as well as analyze a contemporary topic which as mentioned above in the foreword deals with social media and their influence on young people.

Specifically, in the first chapter the reader will be informed about social media through definitions, historical retrospectives and individual information for the first approach to the subject under development.

In the second chapter the work focuses on the case of **Facebook**, through its story, analyzes how it functions, its pros and cons, and its use as a business tool. The third chapter deals with young people and **social media**, their safe use by children, **Facebook's** relationship with education and its professional development. In addition, it focuses on its use, its security settings, and the rules to be followed. It culminates in the teaching of digital responsibility and the adoption of digital, social forms of learning.

The fourth chapter analyzes the phenomenon of cyber bullying, the control of personal information, the personal characteristics of the victims, the characteristics of the message and the sender and the vulnerability of the victims. Reference is also made to the theory of Social Information Processing.

In the fifth chapter, the reader can find out about the social media around the world in countries where they are not allowed. Also mentioned 10 incredible and noteworthy incidents on Facebook.

The sixth chapter makes clear reference to **Facebook** and Health, analyzing the definition, the epidemiology of social media addiction, the explanations for this addiction, its negative consequences and therapeutic interventions.

Chapter seven highlights the role of parents in the **Facebook** issue.

In the eighth and final chapters, we look at the research methodology and its importance for drawing safe conclusions. From the material collected through interviews, analyzes have emerged that aim to easily and readily obtain information from the reader.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	i
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	ii
ABSTRACT	iii
ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ.....	vi
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο :«Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης».....	2
1.1. Ορισμός και Περιγραφή.....	2
1.2. Η Γέννηση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης	3
1.3. Τα Δημοφιλέστερα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης.....	3
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο : «Η Περίπτωση του Facebook».	8
2.1. Ιστορία.....	9
2.2. TheSocialMedia, ηταινία.....	10
2.3. Αξιοπερίεργα.....	10
2.4. Πώς λειτουργεί το Facebook.....	11
2.5. Το Facebook ως Προσωπικό Εργαλείο	12
2.6. Γιατί να χρησιμοποιήσει κανείς το Facebook ως επιχειρηματικό εργαλείο	12
2.7. Τα Θετικά και τα Αρνητικά του Facebook	13
2.8. Η Σκοτεινή Πλευρά του Facebook.....	15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^ο :«Παιδιά και Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης».....	17
3.1. Facebook και Εκπαίδευση.....	17
3.2. Το Facebook μέσα στην τάξη.....	18
3.3. Τα δεδομένα: τα παιδιά, η ασφάλεια και τα κοινωνικά δίκτυα	18
3.4. Επαγγελματική ανάπτυξη στο Facebook	19
3.5. Ανάπτυξη και παρακολούθηση της πολιτικής του εκπαιδευτικού κέντρου για το Facebook.	19
3.6. Ενθάρρυνση προς τους μαθητές να ακολουθούν τις οδηγίες του Facebook.....	20
3.7. Κανόνες της κοινότητας του Facebook.....	20
3.8. Ρυθμίσεις ασφάλειας και ιδιωτικότητας στο Facebook	21
3.9. Ρυθμίσεις απορρήτου στο Facebook	21
3.10. Ειδική ρύθμιση απορρήτου για μαθητές και άλλους ανηλίκους.....	21

3.11. Προώθηση της καλής συμπεριφοράς στον ψηφιακό κόσμο	22
3.12. Πώς οι μαθητές να έχουν καλή συμπεριφορά στον ψηφιακό κόσμο	22
3.13. Κοινωνικά μέσα καταγγελίας στο Facebook	23
3.14. Διδαχή της ψηφιακής ευθύνης	23
3.15. Υιοθέτηση ψηφιακών, κοινωνικών μορφών μάθησης	23
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4° : «Cyber - bullying (Διαδικτυακός Εκφοβισμός)»	24
4.1. Ο έλεγχος των προσωπικών πληροφοριών στο Διαδίκτυο	25
4.2. Τα είδη προσωπικότητας των θυμάτων του cyberbullying.....	26
4.3. Χαρακτηριστικά μηνύματος.....	27
4.4. Ευπάθεια του θύματος - Η Επίδραση του Τρίτου Χρήστη	28
4.5. Χαρακτηριστικά αποστολέα - Ανωνυμία του cyberbully	29
4.6. Θεωρία Επεξεργασίας Κοινωνικών Πληροφοριών (ΘΕΚΠ).....	30
4.7. Συμπερασματικά	30
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5° : « Τα SocialMedia ανά τον Κόσμο».....	32
5.1. Χώρες όπου Δεν επιτρέπονται τα Social Media	32
5.2. 10 Απίστευτα Περιστατικά του Facebook	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6° :«Facebook και Υγεία»	37
6.1. Ορισμός.....	37
6.2. Επιδημιολογία του εθισμού των ΜΚΔ.....	38
6.3. Εξηγήσεις για τον εθισμό στα ΜΚΔ	39
6.4. Αρνητικές συνέπειες του εθισμού ΜΚΔ.....	41
6.5 Θεραπευτικές παρεμβάσεις για εθισμό στα ΜΚΔ	43
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7° : «Το Facebook και ο ρόλος των γονέων».....	45
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8° :«Μεθοδολογία της έρευνας μέσω συνεντεύξεων»	47
8.1. Θέμα και σκοπός της έρευνας	47
8.2. Η έννοια της συνέντευξης	47
8.3. Περιγραφή συνεντεύξεων	47
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	48
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	50
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	59

ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

ΜΚΔ: Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

ΘΕΚΠ: Θεωρία Επεξεργασίας Κοινωνικών πληροφοριών

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι κύριοι πρωταγωνιστές της ψηφιακής κοινωνίας είναι τα **κοινωνικά δίκτυα**. Κανείς δεν αμφισβητεί την ασταμάτητη δύναμη που ήδη έχουν αποκτήσει και τη σημασία που έχουν. Κάποια στιγμή, ως δημιουργοί νέων παγκόσμιων τάσεων, ποιος ξέρει αν θα δημιουργήσουν νέες και σύνθετες κοινωνικές ενώσεις που δεν μπορούμε καν να φανταστούμε (VanDijck, 2013).

Για να κατανοήσουμε καλύτερα αυτά τα δίκτυα πρέπει να τα καθορίσουμε και να τα πλαισιώσουμε σύμφωνα με την προέλευσή τους και, με όλες τις δυνατότητές τους τόσο στον σημερινό κόσμο όσο και στο μέλλον, αλλά και με τις επιπτώσεις που θα προκαλέσουν, βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα (O'Keefe, 2011).

Επειδή ο κόσμος του **Διαδικτύου** εξελίσσεται διαρκώς και ξέφρενα, τα δίκτυα πριν από λίγα χρόνια, τα αρχικά, είναι εντελώς διαφορετικά από τα **κοινωνικά δίκτυα** τα οποία διαχειρίζονται οι χρήστες του Διαδικτύου του 2019. Τα όρια που καθορίστηκαν από τα παλιά **κοινωνικά δίκτυα** έχουν εξαλειφθεί και έχουν επαναπροσδιοριστεί. Παραμένει ένα δύσκολο έργο για να διακρίνουμε αυτούς τους νέους σχηματισμούς (VanDijck, 2013).

Ωστόσο, τολμούμε να συλλέξουμε τα βασικά και κύρια χαρακτηριστικά των κοινωνικών δικτύων και να προβάλλουμε μια αυστηρή και σαφή ιδέα για το τί είναι αυτά (Stelzner, 2014).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο :«Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης»

1.1. Ορισμός και Περιγραφή

Ο όρος δίκτυο, είναι μια θεωρητική - κοινωνιολογική δομή που αρχίζει να χρησιμοποιείται στο δεύτερο μισό της δεκαετίας του '50, στον τομέα της ανθρωπολογικής κουλτούρας των χωρών της Βόρειας Ευρώπης, και αντιπροσωπεύει τον ιστό των επαφών και των σχέσεων που πρόσωπο γύρω από την στην καθημερινή ζωή(Stelzner, 2014).

Τώρα, τα **Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης**(ΜΚΔ), αναφέρονται στο σύνολο των σχέσεων και των δεσμών με τις οποίες το άτομο συναναστρέφεται, δημιουργώντας έτσι την αντίληψη του ατόμου ως θέμα την αλληλεπίδραση με άλλους, έτσι ικανή να επηρεάσει και να επηρεαστεί (VanDijck, 2013).

Στη συνέχεια, ορίζεται ως ομάδα ανθρώπων, είτε πρόκειται για μέλη οικογένειας, γείτονες, φίλους ή ιδρύματα, ικανά να παρέχουν πραγματική και διαρκή στήριξη σε ένα άτομο ή οικογένεια(Stelzner, 2014).

Είναι μια κοινωνική δομή που αποτελείται από ένα σύνολο παραγόντων (όπως άτομα ή οργανώσεις) που συνδέονται με διαπροσωπικούς δεσμούς, οι οποίοι μπορούν να ερμηνευτούν ως σχέσεις φιλίας ή συγγένειας, μεταξύ άλλων.

Ωστόσο, είναι στη δεκαετία του εβδομήντα, όταν η έννοια του δικτύου αρχίζει να ορίσει μια **μεθοδολογία** παρέμβασης και προσέγγισης ή προοπτικής. Το δίκτυο αναφέρεται ως θεωρητική έννοια για να κατανοήσουν και να αναλύσουν τις εσωτερικές σχέσεις στην οικογένεια, την κοινότητα σε θεσμικό επίπεδο(Ο'Keeffe, 2011).

Σύμφωνα με τον Carlos Sluzki, "Το προσωπικό κοινωνικό δίκτυο είναι το άθροισμα όλων των σχέσεων που ένα άτομο αντιλαμβάνεται ως σημαντικό ή καθορισμένο ως διαφοροποιημένο από την ανώνυμη μάζα της κοινωνίας. Αυτό το δίκτυο αντιστοιχεί στη διαπροσωπική θέση του ατόμου και συμβάλλει ουσιαστικά στη δική του αναγνώριση ως άτομο και στην εικόνα του. Το προσωπικό κοινωνικό δίκτυο μπορεί να περιγραφεί ως χάρτης που περιλαμβάνει όλα τα άτομα με τα οποία ένα άτομο αλληλεπιδρά » (VanDijck, 2013).

Ένα κοινωνικό δίκτυο είναι μια ομάδα ανθρώπων, μελών της οικογένειας, φίλων και άλλων ανθρώπων, ικανών να παρέχουν πραγματική και διαρκή στήριξη και υποστήριξη σε ένα άτομο ή μια οικογένεια "(Speck, 1989).

Επί του παρόντος, ένα κοινωνικό δίκτυο θεωρείται ως ο τρόπος με τον οποίο μια ομάδα ατόμων δημιουργεί διαφορετικούς τύπους σχέσεων, που βασίζονται σε κοινά συμφέροντα. Οι σύνδεσμοι αυτοί μπορεί να έχουν συναισθηματικό, οικονομικό, πολιτικό ή πολιτιστικό χαρακτήρα. Μπορούν επίσης να ξεχωρίζουν από ένα άτομο, όπως σε ορισμένες μορφές συγγένειας. ή μιας ομάδας, όπως θα συνέβαινε με τις γειτονικές ή κοινοτικές ενώσεις(Stelzner, 2014).

1.2. Η Γέννηση των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης

Η ιστορία των **Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης**, ξεκίνησε το έτος 2003 όπου σχεδόν όλες οι εταιρείες που είχαν μεγαλώσει μέσω των χρηματοπιστωτικών αγορών κήρυξαν πτώχευση και έκλεισαν τις πόρτες τους. Τότε είναι που τρεις Αμερικανοί δημιουργούν δύο εταιρείες από την ανταλλαγή άμεσων μηνυμάτων και τον πολλαπλασιασμό του φόρουμ συζητήσεων, που έχουν σχεδιαστεί για να επιτρέπουν στους χρήστες του Διαδικτύου να μιλάνε ο ένας στον άλλο και να γνωρίσουν καλύτερα ο ένας τον άλλον (O'Keeffe, 2011).

Και συμπτωματικά, τα τρία αυτά άτομα σχετίζονται μεταξύ τους μέσω της μιας εταιρείας, τη Friendster, στην οποία όλοι ανήκαν. Πρόκειται για τον Marc Pincus, τον Reid Hoffman και τον Jonathan Abrams που ξεκινούν το Tribe.net, το LinkedIn και το Friendster αντίστοιχα, τα τρία πρώτα **κοινωνικά δίκτυα Διαδικτύου**.

Εν πάση περιπτώσει, το έτος 2003 αρχίζει η ανάκαμψη της ψηφιακής οικονομίας, την ίδια στιγμή που αυτά τα τρία **κοινωνικά δίκτυα** αρχίζουν να αυξάνουν σε αριθμό χρηστών (Stelzner, 2014).

Μία από αυτές, η Friendster, θα γινόταν διάσημη εκείνη την χρονιά ως αποτέλεσμα των εκλογών στις Ηνωμένες Πολιτείες, δεδομένου ότι μερικοί από τους υποψηφίους απασχολούνται έντονα στην εκστρατεία του. Η κυκλοφορία αυξήθηκε με τέτοιο τρόπο ώστε οι διακομιστές δεν μπορούσαν να αντέξουν και έπρεπε να ληφθούν νέα τεχνολογικά μέτρα.

1.3. Τα Δημοφιλέστερα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Το μεγαλύτερο ποσοστό της τρέχουσας διαδικτυακής κυκλοφορίας προορίζεται για επιτυχή **κοινωνικά δίκτυα**. Αυτό οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στην έμφυτη ανάγκη των ανθρώπων να αλληλεπιδρούν και να επικοινωνούν με τους συνομηλικούς τους, γεγονός που χαρακτηρίζει σημαντικά τη σύγχρονη ζωή (VanDijck, 2013).

Τα δίκτυα αυτά συμπληρώνουν με κάποιο τρόπο την κοινωνική απομόνωση και την έλλειψη τριβών που φέρνει η σύγχρονη ανάπτυξη και η ζωή (Stelzner, 2014).

Ενθαρρύνει επίσης τη συμμετοχή σε αυτούς τους χώρους, την ευκολία που προσφέρουν για να συναντήσουν τους ανθρώπους και να δημιουργήσουν φιλικές σχέσεις με ανθρώπους που έχουν παρόμοια γούστα και ενδιαφέροντα με τα δικά μας.

Ακολουθεί μια λίστα με αυτά τα κοινωνικά δίκτυα, τα οποία μπορούν να είναι πολύ χρήσιμα για όσους μόλις αρχίζουν να εξερευνούν το **Διαδίκτυο** και για άλλους, καθώς υπάρχουν περιοχές που έχουν πρόσφατα αναδυθεί, όχι τόσο γνωστές αλλά πολύ επιτυχείς.

Σε όλες τις περιπτώσεις προσφέρεται μια σύντομη περιγραφή για κάθε δίκτυο με τα χαρακτηριστικά του, τις απαιτήσεις συμμετοχής ορισμένων και τις συνδέσεις με την πρόσβαση και την εγγραφή (Stelzner, 2014).

Το GooglePlus ή το Google+



Κοινωνικό δίκτυο που δημιουργήθηκε από την Google τον Ιούλιο του 2011. Για αρκετά χρόνια έγινε ένα από τα κύρια και πιο δημοφιλή **κοινωνικά δίκτυα** στο διαδίκτυο.

Παρόλα αυτά, φαίνεται ότι δεν ήταν προς όφελος της εταιρείας, η οποία ανακοίνωσε το κλείσιμό της για τον Απρίλιο του 2019.

YouTube



Το YouTube είναι ένας ελεύθερος ιστότοπος αποθήκευσης στο **διαδίκτυο**, όπου μπορεί να γίνει μεταφόρτωση για κοινή χρήση, προβολή, σχολιασμό, αναζήτηση και λήψη βίντεο. Είναι μια από τις πολλές υπηρεσίες που προσφέρει η Google.

Είναι πολύ δημοφιλές χάρη στη δυνατότητα φιλοξενίας προσωπικών βίντεο με απλό τρόπο. Έχει μια μεγάλη ποικιλία ταινιών κλιπ, τηλεοπτικών εκπομπών και μουσικών βίντεο (Burgess, 2018).

Σήμερα, έχει γίνει ένα συμπλήρωμα στην τηλεόραση.

Reddit



Το Reddit είναι μια υπηρεσία για την κοινή χρήση σελιδοδεικτών και συνδέσμων και ταυτόχρονα ένα κοινωνικό δίκτυο.

Οι χρήστες έρχονται σε αναζήτηση πληροφοριών σε εκατοντάδες διαφορετικές κατηγορίες. Κάθε δημοσιευμένο πράγμα συζητείται με την προσωπική γνώμη και δίνεται μια ψήφος σε περίπτωση ικανοποίησης.

Δημοσιεύουν και μοιράζονται συνδέσμους σε ενδιαφέρουσες, περίεργες σελίδες, χρήσιμες υπηρεσίες, ειδήσεις, αστείες εικόνες, βίντεο, μουσική κλπ.

Τα περισσότερα από τα Reddit είναι στα αγγλικά, αλλά υπάρχουν όλο και περισσότερες διαθέσιμες γλώσσες (Burgess, 2018).

Twitter



Το Twitter είναι ένα κοινωνικό δίκτυο microblogging, ή ένα δίκτυο για τη δημοσίευση, "μοίρασμα" κα ανταλλαγή πληροφοριών από σύντομα σχόλια σε μορφή κειμένου, με ανώτατο όριο τους 140 χαρακτήρες ονομάζονται tweets, τα οποία εμφανίζονται στην αρχική σελίδα του χρήστη.

Είναι η πιο σημαντική πλατφόρμα επικοινωνίας σε πραγματικό χρόνο που υπάρχει σήμερα.

Οι χρήστες μπορούν να εγγραφούν σε άλλα Tweets, αυτό ονομάζεται "follow" και οι συνδρομητές καλούνται "followers".

Έχει ιδιαίτερη έλξη για την ταχεία ενημέρωση της κατάστασης από φορητές συσκευές όπως τα κινητά τηλέφωνα και την ανταλλαγή ειδήσεων σε πραγματικό χρόνο (Burgess, 2018).

Είναι ένας από τους πιο δημοφιλείς και δημοφιλείς ιστότοπους στο διαδίκτυο.

Instagram



Το Instagram είναι μια πολύ δημοφιλής εφαρμογή για κινητές συσκευές. Επιτρέπει την επεξεργασία, το ρετουσάρισμα και την πρόσθεση εφέ στις φωτογραφίες που λαμβάνονται σε **κοινωνικά δίκτυα**. Από τη στιγμή που σε μια ιστοσελίδα είναι δυνατή η περιήγηση και η εξερεύνηση φωτογραφιών από άλλους εγγεγραμμένους χρήστες, ονομάζεται ένα κοινωνικό δίκτυο.

Διατίθεται και σε άλλες γλώσσες για συσκευές που χρησιμοποιούν iOS (iPhone, iPad) και όλα αυτά που χρησιμοποιούν Android.

Πρόσφατα προστέθηκε η δυνατότητα πρόσβασης στο Instagram από τον υπολογιστή.

Αυτό καθιστά δυνατή την περιήγηση στο Timeline. Ένας χρήστης μπορεί να αφήνει σχόλια και να επισημαίνει τις εικόνες με "Αγαπημένα", χωρίς να χρειάζεται να χρησιμοποιήσει κινητό τηλέφωνο ή tablet (Burgess, 2018).

Η μεταφόρτωση εικόνων παραμένει περιορισμένη, είναι δυνατή μόνο από φορητές συσκευές.

LinkedIn



Το LinkedIn είναι ένα δίκτυο προσανατολισμένο στις επιχειρήσεις και για την αναμετάδοση της πληροφορίας στον επαγγελματικό τομέα.

Η μεγάλη πλειοψηφία των εταιρειών σε περισσότερες από 200 χώρες εκπροσωπούνται σε αυτήν. Αποτελεί απαραίτητο εργαλείο για την επαγγελματική προώθηση και πολύ χρήσιμο για την εύρεση και ανταλλαγή τεχνικών και επιστημονικών πληροφοριών (Burgess, 2018).

Imgur



Πολύ δημοφιλές και ελεύθερος χώρος φιλοξενίας φωτογραφιών.

Ανεβαίνουν από εγγεγραμμένους χρήστες σε αυτόν τον ιστότοπο, οι οποίοι ψηφίζουν και μπορούν να μοιράζονται ελεύθερα στο δίκτυο χρησιμοποιώντας μια συντομευμένη διεύθυνση.

Το Reddit χρησιμοποιεί εικόνες που φιλοξενούνται στο Imgur.com, η οποία έχει κάνει πολλά για να δώσει τη φήμη και το κύρος της υπηρεσίας που απολαμβάνει σήμερα, καθώς και τη δυνατότητα που δεν διαγράφονται εικόνες, παρά το εύρος ζώνης που καταναλώνουν (Burgess, 2018).

Tumblr



Το Tumblr είναι μια πλατφόρμα εκδόσεων microblogging.

Χαρακτηρίζεται από την απλότητα και την ταχύτητα δημοσίευσης.

Είναι δυνατή η δημιουργία καταχωρήσεων εισάγοντας την υπηρεσία, από άλλες σελίδες χρησιμοποιώντας ένα σελιδοδείκτη στο πρόγραμμα περιήγησης ή ακόμα και μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

Η ανάρτηση που δημιουργήθηκε μπορεί να περιέχει κείμενο, εικόνες, βίντεο, συνδέσμους και ήχο (Burgess, 2018).

Είναι η ιδανική πλατφόρμα για τη δημοσίευση από το κινητό ή το tablet.

Pinterest



Το Pinterest είναι ένα κοινωνικό δίκτυο πρόσφατης εμφάνισης που εξελίσσεται και γίνεται δημοφιλές με έναν θεαματικό ρυθμό. Έχει γίνει το τρίτο δημοφιλέστερο κοινωνικό δίκτυο που επισκέπτονται οι χρήστες στις Ηνωμένες Πολιτείες, μετά από το Facebook και το Twitter.

Επιλέχθηκε ως μία από τις 50 καλύτερες τοποθεσίες του 2011 και βραβεύτηκε πρόσφατα με το βραβείο Webby, ως "Η καλύτερη εφαρμογή **κοινωνικών μέσων**".

Είναι ένα μέρος για να μοιραστεί κάποιος, να βρεί και να οργανώσει συλλογές εικόνων ή βίντεο.

Λειτουργεί σαν ένα τεράστιο ψηφιακό πίνακα, στο οποίο τοποθετούνται εικόνες και βίντεο (αυτό είναι γνωστό ως Pin), το οποίο για κάποιο λόγο μας ενδιαφέρει αν τα ανεβάσαμε από την ομάδα μας ή τα βρήκαμε σε έναν **ιστότοπο** (Burgess, 2018).

Για να διευκολυνθεί η επιλογή των εικόνων στις σελίδες, πρέπει να εγκατασταθεί ένα κουμπί στο πρόγραμμα περιήγησης ιστού.

Με παρόμοιο τρόπο με άλλα δίκτυα, οι χρήστες συμμετέχουν ενεργά, μοιράζοντας και προτείνουν το περιεχόμενο στα συμβούλια μας, αν τους αρέσει.

Το Pinterest είναι επί του παρόντος ένα δίκτυο ανοιχτό στη συμμετοχή οποιουδήποτε χρήστη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο : «Η Περίπτωση του Facebook».



Το **Facebook** είναι το κύριο κοινωνικό δίκτυο που υπάρχει στον κόσμο. Ένα δίκτυο εικονικών συνδέσεων, με κύριο στόχο την παροχή υποστήριξης για την παραγωγή και την κοινή χρήση περιεχομένου. Ήρθε να επεκτείνει τις δυνατότητες της κοινωνικής σχέσης και προκάλεσε μια επανάσταση στον κόσμο των επικοινωνιών. Το μάρκετινγκ δεν ήταν ξένο σε αυτή την αλλαγή, βρίσκοντας με αυτόν τον τρόπο ένα εύφορο έδαφος για νέες ιδέες και προσεγγίσεις.

Το **Facebook** είναι το μεγαλύτερο **κοινωνικό δίκτυο** και έχει πάνω από 2 δισεκατομμύρια ενεργούς χρήστες σε όλο τον κόσμο και συμπλήρωσε τα 14 χρόνια ύπαρξης στις 4 Φεβρουαρίου, 2018. Σε αυτό μπορεί κάποιος να βρει γνωστούς ανθρώπους, να συμμετέχει σε ομάδες ενδιαφέροντος, να μοιραστεί περιεχόμενο, να στείλει και να λάβει μηνύματα, να κάνει επαφές, να πραγματοποιεί αναζητήσεις, να ανακοινώνει κ.λπ.

Μεταξύ των κοινωνικών δικτύων, είναι αυτό που οι χρήστες επιλέγουν πιο συχνά. Το **Facebook** είναι σήμερα ο πιο προσβάσιμος ιστοχώρος στον κόσμο. Χάρη στην επιτυχία και τη μεγάλη προσήλωσή του, θεωρείται ότι το δίκτυο επηρεάζει άμεσα την πολιτική, τον πολιτισμό και την κοινή γνώμη των χρηστών (Burgess, 2018).

Ως εκ τούτου, όταν βρίσκεται κανείς στο **Facebook**, η κατανόηση της λειτουργίας του και των πόρων που προσφέρει είναι ένα θεμελιώδες βήμα για όσους επιθυμούν να επεκτείνουν την επιχείρησή τους ή να γίνουν γνωστοί, να επεκτείνουν την εμβέλειά τους και τις στρατηγικές ψηφιακού μάρκετινγκ.

Σε αυτό, μπορεί κάποιος να δημιουργήσει ένα προσωπικό προφίλ ή Fanpage και να αλληλεπιδράσει με άλλους ανθρώπους που συνδέονται με την ιστοσελίδα, μέσω της ανταλλαγής άμεσων μηνυμάτων, κοινή χρήση περιεχομένου και την περίφημη «like» στη δημοσιεύσεις των χρηστών.

Εκτός από την εκτέλεση αυτών των λειτουργιών, επιτρέπει επίσης τη συμμετοχή σε ομάδες ανάλογα με τα συμφέροντα των ανθρώπων και τις ανάγκες στο κοινωνικό δίκτυο.

Επί του παρόντος, είναι μία από τις πιο χρησιμοποιούμενες μορφές σύνδεσης και χρησιμοποιείται επίσης για γρήγορη αναζήτηση πληροφοριών. εκτός από την εργασία ως ένα είδος centralizer επαφών (Burgess, 2018).

2.1. Ιστορία

Η ιστορία του πιο χρησιμοποιούμενου **κοινωνικού δικτύου** στον κόσμο ξεκίνησε το 2003, με το όνομα Facemash, μέσα σε ένα τέταρτο στο Πανεπιστήμιο του Χάρβαρντ.

Facemash

Η ιστοσελίδα δημιουργήθηκε από τους μαθητές MarkZuckerberg, ChrisHughes, DustinMoskovitz και τον Βραζιλιάνο EduardoSaverin, οι οποίοι ήταν στο δεύτερο έτος του κολλεγίου(O'Keeffe, 2011).

Με το Facemash, ήταν δυνατό να δει ένας φοιτητής ποια ήταν τα πιο ελκυστικά κορίτσια στην πανεπιστημιούπολη, με βάση τη σύγκριση των φωτογραφιών που συλλέχθηκαν από το σύστημα ασφαλείας του πανεπιστημίου.

Είναι σαφές ότι αυτού του είδους οι ιστοσελίδες, σύντομα προκάλεσαν την οργή των φοιτητών και των στελεχών του Χάρβαρντ, που το έκλεισαν γρήγορα.

Εκείνη τη στιγμή, ο Μαρκ υπέστη σειρά κατηγοριών ως παραβίαση της ιδιωτικής ζωής και της ασφάλειας, αντιμετωπίζοντας σοβαρά προβλήματα στο πανεπιστήμιο.

thefacebook

Λίγο αργότερα, ο φοιτητής άρχισε να κωδικοποιεί τον κώδικα ενός νέου εικονικού δικτύου με το όνομα του "thefacebook", το οποίο αργότερα θα χρησιμοποιήθηκε και από φοιτητές από άλλα κοντινά πανεπιστήμια.

Σε αυτό το site, ήταν δυνατό να δημιουργηθούν εικονικοί δεσμοί φιλίας μεταξύ των φοιτητών (Burgess, 2018).

Και τέλος, το Facebook

Η επέκταση συνεχίστηκε και το καλοκαίρι του 2005. Το **Facebook** ξεκίνησε επίσημα με την αρχική ονομασία του, λίγο μετά το σύμβουλο MarkZuckerberg, ο SeanParker, συν-ιδρυτής της Nerster, προτείνουν τη λεπτή αλλαγή του ονόματος.

Από το 2006, η πρόσβαση απελευθερώθηκε στους σπουδαστές της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης και επίσης στους εργαζομένους των εταιρειών γενικά και δεν ήταν πλέον απλώς πανεπιστημιακοί σπουδαστές που θα μπορούσαν να επωφεληθούν από τη χρήση του δικτύου (Burgess, 2018).

Σύντομα, οποιοσδήποτε ηλικίας άνω των 13 ετών θα μπορούσε να συνδεθεί στο **Facebook**, παρέχοντας απλές πληροφορίες όπως όνομα, επώνυμο, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, ημερομηνία γέννησης και φύλο.

Το 2011, ο ιστότοπος έγινε ο μεγαλύτερος διακομιστής φωτογραφιών στον κόσμο. Ήδη στο τέλος του ίδιου έτους, ο αριθμός των χρηστών που εισήλθαν στο **Facebook** μέσω κινητού τηλεφώνου ξεπέρασε τα 350 εκατομμύρια.

Σήμερα, ο αριθμός αυτός είναι υπερδιπλάσιος, καθώς και η αδιαμφισβήτητη επιτυχία του και οι εγγεγραμμένοι χρήστες του δικτύου ανήλθαν σε 2 δισεκατομμύρια.

Πολλοί άνθρωποι σταμάτησαν να χρησιμοποιούν το **Facebook** ως απλό τρόπο σύνδεσης με φίλους και ήρθαν να το δουν ως εργαλείο εργασίας, καθώς και ως μέσο διάδοσης των εταιρειών και των εμπορικών σημάτων(O'Keeffe, 2011).

2.2. TheSocialMedia, ηταινία

Η ταινία που μιλάει για την ιστορία πίσω από το **Facebook** αναγνωρίστηκε από τους κριτικούς ως η καλύτερη του 2010, λαμβάνοντας πολλά βραβεία, εκτός από το Oscar ως το καλύτερο προσαρμοσμένο σενάριο, την καλύτερη έκδοση και το καλύτερο soundtrack.

Σε αυτή παρουσιάζεται η πορεία του MarkZuckerberg, καθώς και οι εξελίξεις που έπρεπε να συμβούν από τη δημιουργία του Facemash. Εκείνη την εποχή, δεν υπήρχε ιδέα για την επιτυχία που θα είχε ο ιστοχώρος (Burgess, 2018).

Ο Ζούκερμπεργκ εμφανίζεται στην ταινία ως ένα είδος αντι-ήρωα, αδιάφορο και υποτιμητικό, που δεν φαίνεται να ενδιαφέρεται πολύ για τους ανθρώπους γύρω του.

Κανείς από την ομάδα του **Facebook** δεν συμμετείχε στην ταινία και ο σημερινός διευθύνων σύμβουλος του ονόμασε το σενάριο απλό μυθιστόρημα(Stelzner, 2014).

2.3. Αξιοπερίεργα

Με περισσότερα από δέκα χρόνια ιστορίας, είναι σαφές ότι τώρα είναι δυνατόν να συγκεντρωθούν μια σειρά από περίεργα γεγονότα σχετικά με το κοινωνικό δίκτυο ενός από τους πιο διάσημους διευθύνοντες συμβούλους στον κόσμο.

1. Είναι δυνατή η καταχώρηση ενός κληρονόμου χρήστη του λογαριασμού.

Με την επιλογή εγγραφής του χρήστη κληρονόμου, είναι δυνατή επιλογή ενός άτομο που θα διαχειριστεί το λογαριασμό, σε περίπτωση που κάτι συμβεί στον αρχικό χρήστη.

Η πρόσβαση που θα έχει αυτό το άτομο στο προφίλ του περιορίζεται στη διαχείριση ορισμένων περιεχομένων, χωρίς να είναι δυνατή η προβολή ιδιωτικών πληροφοριών, όπως για παράδειγμα συζητήσεις στη συνομιλία (Stelzner, 2014).

2. Ο AlPacino καλωσορίζει

Όταν ο ιστότοπος είχε ακόμα το όνομα "thefacebook", κατά την πρόσβαση στη σελίδα σύνδεσης, ήταν δυνατή η απεικόνιση, στην επάνω γωνία της οθόνης, του προσώπου του ηθοποιού AlPacino.

Μέχρι σήμερα δεν υπάρχει λόγος να εμφανιστεί το πρόσωπο του διερμηνέα του MichaelCorleone στην περιοχή, αλλά είναι γνωστό ότι η εικόνα αναπτύχθηκε από έναν συνάδελφο της τάξεως του Zuckerberg.

3. Το μπλε χρώμα και η σχέση του με τον MarkZuckerberg

Ο Mark έχει δηλώσει πως πάσχει από αχρωματοψία, και για αυτόν, το καλύτερο χρώμα είναι μπλε. Αυτός είναι και ο λόγος για τον οποίο ο διευθύνων σύμβουλος αποφάσισε να εισαγάγει χρώμα σε όλο το site(O'Keeffe, 2011).

4. Οι υπάρχουσες γλώσσες

Το **Facebook** έχει σήμερα 70 διαφορετικές επιλογές γλώσσας για χρήση.

Το πιο αξιοπερίεργο σχετικά με αυτό είναι ότι, εκτός από μια μεγάλη ποικιλία γλωσσών από όλο τον κόσμο, υπάρχουν επιλογές όπως:

"Αγγλικά UpsideDown", όπου όλα όσα γράφονται είναι γυρισμένα ανάποδα.

Και «Inglés (Pirate)», μια αγγλική έκδοση με πειρατικά ιδιώματα, το οποίο αντικατέστησε το «όνομα χρήστη» για «το όνομα πειρατή», «Όνομα» αντικαθίσταται από το «όνομα Master»,

«E-mail» αντικαθίσταται από το "E-bottle" (Κάτι σαν το E-μπουκάλι), εξαιτίας ιστοριών που μιλούσαν για μηνύματα που στέλνονταν σε φιάλες.

5. Οι χάκερ

Το 2014, ο αριθμός των προσπαθειών εισβολής μετρήθηκε, καταχωρήθηκαν 600 χιλ. ανά ημέρα. Οι χάκερ προσπάθησαν να αποκτήσουν πρόσβαση σε σημαντικές πληροφορίες, όπως ιδιωτικά μηνύματα, φωτογραφίες και άλλα δεδομένα χρηστών.

Για το λόγο αυτό, είναι απαραίτητη η δημιουργία ενός κωδικού πρόσβασης και η ενεργοποίηση των επιλογών ασφαλείας του **Facebook**, όπως η παροχή κωδικού πρόσβασης κατά την πρόσβαση στον λογαριασμό από άλλη συσκευή.

2.4. Πώς λειτουργεί το Facebook



Το **Facebook** χωρίζεται βασικά σε δύο κόσμους - τον κόσμο των ανθρώπων και τον κόσμο των εταιρειών. Δηλαδή, προσφέρει δύο επιλογές προφίλ για επιλογή: προσωπικό προφίλ ή Fanpage.

Προσωπικό προφίλ και Fanpage

Το προσωπικό προφίλ επιτρέπει την με τους φίλους, την δημοσίευση (εικόνες, κείμενα, βίντεο) κλπ. Το Fanpage, με τη σειρά του, είναι η σελίδα μιας επιχείρησης, είναι η παρουσία της εταιρείας στο **Facebook**. Οι κύριες διαφορές μεταξύ των δύο επιλογών βρίσκονται στον ακόλουθο πίνακα.

Πίνακας 1.

Facebook	Προσωπικό Προφίλ	Fanpage
Τύπος χρήσης	Προσωπική χρήση	Επαγγελματική χρήση
Χρήστες	Είναι φίλοι	Είναι οπαδοί
Αριθμός φίλων	Περιορισμένο	Απεριόριστο
Ποιος μπορεί να διαχειριστεί;	Ενιαίος χρήστης	Πολλαπλοί χρήστες
Επιλογές	Βασικά (avatar και στρώμα)	Προηγμένες (avatar, στρώμα, CTA και plug-

εξατομίκευσης		ins)
Μηνύματα	Επιτρέπει την αποστολή μεμονωμένων μηνυμάτων.	Επιτρέπει την αποστολή μαζικών μηνυμάτων.
Στατιστικά στοιχεία	Δεν προσφέρει καμία.	<ul style="list-style-type: none"> - Προσφέρει στατιστικά στοιχεία στο FacebookInsights. - Έχει ειδικές καρτέλες. - Επιτρέπει την πραγματοποίηση ανακοινώσεων μέσω των διαφημίσεων Facebook.

Ο τύπος του προφίλ που επιλέγει κάποιος πρέπει να συσχετίζεται με το στόχο του όταν χρησιμοποιεί το **Facebook**(O’Keeffe, 2011).

2.5. Το Facebook ως Προσωπικό Εργαλείο

Το **Facebook** έχει τόσο μεγάλο κύρος και δημοτικότητα, όπως και μια απίστευτη ευκολία χρήσης, που καθιστά σχεδόν αναπόφευκτη την ανάγκη να περάσει κάποιος από αυτήν την πλατφόρμα, όταν προωθεί την προσωπική του εικόνα. Επομένως, εάν χρησιμοποιείται για επαγγελματικούς σκοπούς, σαν να ήταν LinkedIn, είναι περισσότερο από σωστό.

Το **Facebook** είναι ιδανικό για δικτύωση που επιτρέπει την δημιουργία ομάδων και όχι τόσο επίσημων γεγονότων που επιτρέπουν ένα άλλο είδος προσέγγισης. Όλα θα εξαρτηθούν από το αποτύπωμα που θέλει ο χρήστης να αφήσει. Και όχι μόνο αυτό, αλλά και αν θέλει να κάνει ριζικές αλλαγές ή απλά να εξαφανιστούν για να αποσυνδεθεί λίγο (Stelzner, 2014).

Το **Facebook** είναι, χωρίς αμφιβολία, το **κοινωνικό δίκτυο** που καταλαβαίνει περισσότερο τον χρήστη, σε αυτό θα βρει κάποιος, εκτός από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, έναν καλό προσανατολισμό για αναδυόμενα προβλήματα.

2.6. Γιατί να χρησιμοποιήσει κανείς το Facebook ως επιχειρηματικό εργαλείο

Όπως έχει ήδη λεχθεί, το **Facebook** έχει περίπου 2.2δισεκατομμύρια χρήστες, πράγμα που κατά κάποιο τρόπο αρκεί για να απαντήσει σε αυτή την ερώτηση. Πιο συγκεκριμένα:

Άμεση και προσωπική σύνδεση

Η δυνατότητα άμεσου διαλόγου με έναν επικεφαλής, σε πραγματικό χρόνο με ημιτελικό τρόπο, είτε μέσω μιας υπηρεσίας εξυπηρέτησης πελατών είτε μέσω μιας ρομποτικής υπηρεσίας, είναι μια απίστευτη δυνατότητα. Όχι μόνο για τον πελάτη που μπορεί να έρθει σε επαφή με την εταιρεία ανά πάσα στιγμή, αλλά και για την εταιρεία που αυξάνει τις πιθανότητες λήψης πληροφοριών για την ίδια (Stelzner, 2014).

Διαδραστικότητα

Τα κουμπιά που μπορούν να προστεθούν και οι σύνδεσμοι που μπορούν να γίνουν με άλλες συμπληρωματικές πλατφόρμες δημιουργούν έναν τύπο δραστηριότητας που εξορθολογεί τις διαδικασίες, όχι μόνο της αγοράς αλλά και της πληρωμής. Με την αυξανόμενη κινητικότητα

των χρημάτων και των υπηρεσιών πληρωμών μέσω διαδικτύου, το κλασικό ABC των πωλητών AlwaysBeClosing κέρδισε ένα άλλο χρονοδιάγραμμα(Ο'Keeffe, 2011).

Σχόλια

Είναι επίσης ένα πιο ήπιο μέσο για την απόκτηση κριτικών και προτάσεων έτσι ώστε, με αυτόν τον τρόπο, να βελτιωθούν σταθερά οι επιδόσεις.

Δημιουργία ενός Προφίλ

Εισάγοντας τη σελίδα σύνδεσης στο **Facebook**, μπορεί κανείς να δει τις επιλογές σχετικά με τη δημιουργία ενός νέου λογαριασμού.

Σε αυτό θα βρείτε τα παρακάτω πεδία:

Όνομα

Επώνυμο

Αριθμός κινητού τηλεφώνου ή ηλεκτρονικό ταχυδρομείο

Κωδικός πρόσβασης

Ημερομηνία γέννησης

Φύλο

Για να μπορέσει κανείς να συνεχίσει στο επόμενο στάδιο, είναι απαραίτητο όλα τα πεδία να είναι γεμάτα. Μετά από αυτό, είναι δυνατό να επιλέξει την επιλογή ανοίγματος λογαριασμού.

2.7. Τα Θετικά και τα Αρνητικά του Facebook

Τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του **Facebook** μπορεί να διαφέρουν ανάλογα με το αν η χρήση του είναι προσωπική, εκπαιδευτική ή εταιρική. Μια καλή χρήση μπορεί να προσφέρει μεγάλα πλεονεκτήματα, αλλά εάν η χρήση του δεν είναι σωστή, μπορεί να οδηγήσει σε δυσκολίες και κινδύνους για τον χρήστη.

Το **Facebook** είναι το κοινωνικό δίκτυο με τον μεγαλύτερο αριθμό χρηστών στον κόσμο - συγκεκριμένα 1.5δισεκατομμύρια - το οποίο μεταφράζεται σε ένα έκτο του συνολικού πληθυσμού(Ο'Keeffe, 2011).

Η λειτουργία του είναι να μας κρατήσει συνδεδεμένους, εκτός από το να μας επιτρέπουν να δημοσιεύουμε ειδήσεις, πληροφορίες ή φωτογραφίες. Με την πρώτη ματιά φαίνεται ότι όλα ειδυλλιακά, αλλά λυπάμαι που σας λέω ότι αυτό μπορεί επίσης να οδηγήσει σε αρκετά προβλήματα.

1) Πλεονεκτήματα της χρήσης του **Facebook**

- Ανταλλαγή πληροφοριών

Το πρώτο από τα πλεονεκτήματά του είναι το πιο προφανές. Σε γενικές γραμμές, το **Facebook** γεννήθηκε με την ιδέα της ανταλλαγής πληροφοριών κάθε είδους μεταξύ των ανθρώπων, είτε είναι σκέψεις, φωτογραφίες ή βίντεο.

- Προσωπική συλλογή

Παρόλο που ίσως δεν έχει παρατηρηθεί από πολλούς, η εφεύρεση του MarkZuckerberg λειτουργεί ως ένα είδος προσωπικού άλμπουμ / ημερολογίου. Το μόνο που έχει να κάνει κανείς, είναι να πάρει την επιλογή των "φωτογραφιών" για να παρατηρήσει ολόκληρη τη ζωή του σε στιγμιότυπα.

Η επιλογή των "βίντεο" εισήχθη επίσης, κάτι που καθιερώνεται ως μια ισχυρή εναλλακτική λύση στις φωτογραφίες.

- Δυνατότητα εύρεσης προσώπων

Λαμβάνοντας υπόψη αυτό το κοινωνικό δίκτυο το οποίο έχει 1.5δισεκατομμύρια χρήστες, υπάρχει μεγάλη πιθανότητα να βρεθεί το άτομο που ψάχνει ή θέλει να συναντήσει κάποιος ξανά.

Κάθε μέρα πολλές ιστορίες αυτού του είδους εμφανίζονται στο διαδίκτυο.

Οι λειτουργίες "αναζήτηση για φίλους" ή "ομάδες" θα βελτιώσουν τις εργασίες επανασύνδεσης.

- Προώθηση επιχειρήσεων

Οι εταιρείες μπορούν επίσης να υποστηριχθούν στο **Facebook**. Από τοπικές επιχειρήσεις, μέχρι μεγάλες εταιρείες, μέσω προσωπικών ιστολογίων. Όλοι τους είχαν ή έχουν την ευκαιρία να αναπτυχθούν χάρη σε ένα σύστημα απόκτησης πελατολογίου.

Παρόλο που, αυτό φέρνει μαζί του ένα μικρό πρόβλημα το οποίο θα επισημανθεί αργότερα στο τμήμα των μειονεκτημάτων.

- Συνομιλία

Ένα άλλο από τα πλεονεκτήματα του **Facebook**, είναι και η συνομιλία. Η επιλογή αυτή επιτρέπει στους χρήστες να ξεκινήσουν συνομιλίες με ένα μόνο κλικ με οποιονδήποτε από τη λίστα φίλων. Αυτή η επιλογή συνοδεύεται από διάφορες επιλογές, όπως επιλογές αποστολής ήχου ή πραγματοποίηση κλήσεων βίντεο.

- Ψυχαγωγία

Μία από τις κύριες λειτουργίες του **Facebook**, μαζί με τη διατήρηση της σύνδεσής μας, είναι η διασκέδαση.

Όταν ανοίγει κανείς την εφαρμογή, μπορεί να αποκτήσει πρόσβαση σε ένα άπειρο αριθμό θεμάτων. Θα βρει περιεχόμενο κάθε είδους, είτε για αθλητικά, κινηματογραφικά, μουσικά, ιστορικά, επιστημονικά, κτλ. Οι δυνατότητες δεν τελειώνουν.

- Το πιο ισχυρό μέσο επικοινωνίας

Αν και μπορεί να είναι ειρωνικό, αυτή η πλατφόρμα που δημιουργήθηκε το 2004, είναι ίσως το πιο ισχυρό μέσο επικοινωνίας στον κόσμο.

Μπορεί κάποιος να συγκεντρώσει τη συντριπτική πλειοψηφία των εφημερίδων, των τηλεοράσεων, των ραδιοφώνων, των **ιστοτόπων** και των διαφόρων πυλών που μπορεί να συναντήσει. Πολλοί άνθρωποι προτιμούν να επιλέξουν το **Facebook** για να μάθουν τι συμβαίνει στον κόσμο πριν από οποιαδήποτε άλλο μέσο ενημέρωσης που έχει την προσωπική του ιστοσελίδα.

2)Μειονεκτήματα της χρήσης του **facebook**

- Περιορισμοί στις δημοσιεύσεις

Πριν αναφέρθηκε ότι η προώθηση των επιχειρήσεων ήταν αρκετά λανθάνουσα, αλλά το πρόβλημα έγκειται στους περιορισμούς που επιβάλλονται. Ένα παράδειγμα αυτού είναι ότι αν έχει κάποιος μια σελίδα όπου έχει 10.000 οπαδούς, οι δημοσιεύσεις θα περιορίζονται σε 100.

Ο μόνος τρόπος για να διορθωθεί αυτό είναι η πραγματοποίηση πληρωμών στην εφαρμογή.

- Ζημιώνει την επαγγελματική ζωή

Δεν θα ήταν η πρώτη φορά που μια εργασία απορρίφθηκε λόγω του **Facebook**. Κατά τη στιγμή της συνέντευξης εργασίας, ο επικεφαλής ή υπάλληλος ανθρώπινου δυναμικού, μπορεί να μπει στο προφίλ του ενδιαφερόμενου στο **facebook** ή οποιοδήποτε άλλο κοινωνικό δίκτυο και να παρακολουθήσει τις δραστηριότητές του.

- Εισβολή στην ιδιωτική ζωή

Όταν εγγράφεται κανείς στο **Facebook**, πρέπει να ολοκληρώσει μια σειρά από όρους και τις προϋποθέσεις υπό τις οποίες, εκτός από δίνοντας την ελευθερία να εκθέσει δημοσίως, πρέπει να δώσει το κινητό του τηλέφωνο, που σπούδασε, τα ενδιαφέροντα, και ούτω καθεξής.

- Είναι εθιστικό

Η επανάσταση της κινητής τηλεφωνίας μέσω των smartphones έχει φέρει μαζί της μια αποσύνδεση από τον πραγματικό κόσμο. Είναι συνηθισμένο να βλέπει κανείς ανθρώπους να επικεντρώνουν τα μάτια τους στο τηλέφωνο για πολλές ώρες και ακόμα περισσότερο όταν συμμετέχουν στο **Facebook**.

Είναι επίσης συνηθισμένο να δει κανείς ανθρώπους που έχουν βρεθεί για λίγο, και αντί να μιλήσουν μεταξύ τους, αφιερώνουν τον χρόνο τους για να τσεκάρουν τις πιο πρόσφατες ειδοποιήσεις της εφαρμογής.

- Απάτες

Οι απάτες στο **Facebook** είναι κάτι πολύ κοινό. Σελίδες που προωθούν ένα προϊόν σε απίστευτα χαμηλές τιμές ή που σε πολλές περιπτώσεις αποσπούν κωδικούς πιστωτικών καρτών.

- Αντιγραφή λογαριασμού προσώπου

Αυτό είναι ένας κίνδυνος, ειδικά για το πρόσωπο του οποίου το προφίλ έχει αντιγραφεί, καθώς μπορεί να οδηγήσει σε ζημιά στην εικόνα του. Είναι ενδιαφέρον ότι σε χώρες όπως η Ισπανία αυτό είναι ένα τιμωρούμενο αδίκημα.

- Έλλειψη σεβασμού

Αυτό είναι ένα όλο και πιο διαδεδομένο φαινόμενο. Δεν είναι ασυνήθιστο (ειδικά σε μεγάλες σελίδες με πολλά μέλη) ύβρεις και προσβολές κάθε είδους, τις περισσότερες φορές αβάσιμες. Αυτό προωθεί την έλλειψη σεβασμού και δημιουργία δυσφορίας μεταξύ των κοινοτήτων, δημιουργώντας ένα πραγματικά τοξικό και άβολο περιβάλλον για τους χρήστες.

2.8. Η Σκοτεινή Πλευρά του Facebook

Σε αυτό το κοινωνικό δίκτυο, δεν είναι όλα για καλό και για να βοηθήσουν. Ενώ βλέπουμε πολλούς ανθρώπους που θέλουν να κάνουν τον κόσμο ένα καλύτερο μέρος, και κάνει μια σωστή χρήση του **Facebook**, όπου ενθαρρύνονται π.χ. οι υιοθεσίες κατοικίδιων, η δωρεά αίματος ή να υπάρξει μια συνείδηση των κινδύνων, δεν πρέπει ποτέ να ξεχνιέται ότι ο **ιστότοπος** αυτός έχει και την κακή του πλευρά. Ποτέ δεν πρέπει να ξεχνάμε τους κινδύνους του διαδικτύου. Υποτιμάμε ότι αυτά μπορούν να είναι πολύ επικίνδυνα.

Πίσω από αθώες φωτογραφίες ή ευγενικά σχόλια, υπάρχει η πιθανότητα να παραδοκεί κάποιος ψυχικά άρρωστος, που απλά περιμένει την ευκαιρία και την απροσεξία, για να καταστρέψει τη ζωή κάποιου που δεν δίνει την απαιτούμενη προσοχή.

Σε αυτές τις περιπτώσεις συναγερμού, πρέπει οι γονείς να καθοδηγήσουν, οι αρχές να προλάβουν και, φυσικά, όπου εντοπίζεται παραβίαση της ηλεκτρονικής ασφάλειας, να υπάρχει η αρμόδια παρέμβαση.

Το διαδίκτυο δεν είναι γεμάτο μόνο από παιδεραστές, υπάρχουν και απατεώνες, ακόμη και δολοφόνοι.

Πρέπει να γίνει συνείδηση του πόσο επικίνδυνο μπορεί να είναι το **Facebook** και να μην το παίρνει ο κόσμος έτσι ελαφρά τη καρδιά, να μην υποτιμούμε τους κινδύνους που έχει μια εικονική ζωή.

Η αδιάκριτη χρήση του **Facebook** είναι επικίνδυνη όχι μόνο επειδή υπάρχουν τρελοί, αλλά και για την ακατάλληλη χρήση όλων.

Οι έφηβοι τείνουν να έχουν μεγαλύτερη πρόσβαση σε αυτό το κοινωνικό δίκτυο (αν και η χρήση από τα παιδιά μικρότερων ηλικιών αυξάνεται επικίνδυνα όλο και περισσότερο) και που τους αρέσει να πειραματίζονται στη λήψη φωτογραφιών.

Οι βασικοί κίνδυνοι του **Facebook** για παιδιά και εφήβους:

1) Μοιράζονται δεδομένα που τα καθιστούν ευάλωτα: Είναι χρήσιμο να γνωρίζεις κανείς πως όταν δημοσιεύει μια φωτογραφία στο **Facebook**, μπορεί να επισημάνει τον τόπο λήψης της. Αυτή η πληροφορία μπορεί να φαίνεται αβλαβής, αλλά υπάρχουν άνθρωποι που θα μπορούσαν να το χρησιμοποιήσουν για να καθορίσουν ένα πρότυπο προσωπικών δραστηριοτήτων και να κάνουν κατάχρηση αυτής της γνώσης. Ακόμα και αν αποφύγουμε αυτήν την επιλογή, τα άτομα με άριστες ικανότητες στον υπολογιστή μπορούν να έχουν πρόσβαση στις πληροφορίες μεταδεδωμένων της εικόνας, προσδιορίζοντας πού έχουν ληφθεί.

2) **Cyberbullying**: Η παρενόχληση στον κυβερνοχώρο δεν είναι καινούργια. Στην πραγματικότητα, είναι σίγουρο ότι όλοι έχουν ακούσει ή διαβάσει γι' αυτό. Η σχολική παρενόχληση υπήρχε ανέκαθεν (αν και πρόσφατα η εμφάνιση περιπτώσεων σε όλο τον κόσμο έχει αυξηθεί) και η κατάχρηση αυτή έχει φτάσει στο Διαδίκτυο και κυρίως στο **Facebook**. Η συμμετοχή στο **Facebook** κάνει τα παιδιά δυνητικά θύματα της διαδικτυακής παρενόχλησης.

3) Εθισμός: Αν και παραδέχονται ότι ο εθισμός δεν είναι χαρακτηριστικό μόνο του **Facebook**, είναι ένα από τα **κοινωνικά δίκτυα** που μπορεί να δημιουργήσει περισσότερα εθισμό, κυρίως λόγω της ευκολίας με την εγκατάσταση της εφαρμογής στο κινητό για τη χρήση και λόγω του οπτικού του χαρακτήρα! Είναι γνωστό ότι οι νέοι σήμερα αγαπούν τα πάντα τα οποία είναι οπτικά και αυτό μπορεί να τους κάνει εθισμένους. Ποιος δεν έχει δει ένα παιδί / έφηβο να φωτογραφίζει με συνέπεια;

4) Ροπή σε άγχος και ψυχικά προβλήματα: μια μελέτη από το Royal Society of Public Health και του Πανεπιστημίου του Cambridge έδειξε ότι «οι νέοι που περνούν περισσότερες από δύο ώρες την ημέρα για τα **κοινωνικά δίκτυα** όπως το **Facebook**, το Twitter ή το Instagram είναι πιο πιθανό να υποφέρουν προβλήματα ψυχικής υγείας, ιδιαίτερα άγχος και συμπτώματα κατάθλιψης." Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι πολλοί άνθρωποι ανεβάζουν επεξεργασμένες φωτογραφίες στο δίκτυο και αυτό μπορεί να δημιουργήσει ανασφάλεια (ειδικά σε κορίτσια και εφήβους) για να διαπιστωθεί ότι τα σώματά τους δεν ανταποκρίνονται στα κοινωνικά πρότυπα. Το #hashtag #sinfilter προστίθεται στις περισσότερες φωτογραφίες, ακόμα και αν ένα πρόγραμμα έχει χρησιμοποιηθεί για τη "βελτίωση" της εικόνας. Επίσης, η μη λήψη αρκετών "μου αρέσει" μπορεί να προκαλέσει αγωνία στους νέους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο :«Παιδιά και Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης».

3.1. Facebook και Εκπαίδευση



Παραδοσιακά, οι εκπαιδευτικοί βοήθησαν τους γονείς να διδάξουν στους νέους πώς να συμπεριφέρονται με τους άλλους. Τώρα, με τον πολλαπλασιασμό των κοινωνικών μέσων ενημέρωσης, τα λεγόμενα "**μέσα κοινωνικής δικτύωσης**", οι εκπαιδευτικοί μπορούν να συμπεριλάβουν ως μέρος της διδασκαλίας τους και αυτό το μέσο. Ο εκπαιδευτικός, μπορεί να τους δώσει οδηγίες για την ασφαλή χρήση, ηθική και υπευθυνότητα στο **Διαδίκτυο**.

Επί του παρόντος, το **Facebook** διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη ζωή εκατομμυρίων παιδιών. Ακούγονται επίσης νέα που περιστρέφονται γύρω από την κακή χρήση των ψηφιακών τεχνολογιών, συμπεριλαμβανομένων και ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης. Είναι κατανοητό ότι υπάρχει μια επιφύλαξη όσον αφορά την επίδραση των κοινωνικών μέσων ενημέρωσης στα παιδιά ή να υπάρχει μια ανησυχία για αλλαγές στην τάξη που περιλαμβάνουν νέες τεχνολογίες.

Το **Facebook** όμως, είναι ένας τρόπος να διοχετεύεται ο ενθουσιασμός των μαθητών για ιστοσελίδες όπως για την επίτευξη εκπαιδευτικών στόχων. Σχετικά με αυτό, το **Facebook** μπορεί να βελτιώσει τη μάθηση τόσο μέσα όσο και έξω από την τάξη. Είναι πιθανό, ακόμα να μην υπάρχει η εξειδικευμένη γνώση για το πως θα γίνει αυτό.

Γνωρίζουμε ότι σήμερα η δουλειά του εκπαιδευτικού δεν είναι εύκολο έργο. Το βάρος των νέων τεχνολογιών μέσω σαφών εξηγήσεων σχετικά με τη χρήση του **Facebook** μπορεί να ελαφρύνει την εκπαιδευτική διαδικασία.

7 χρήσεις του **Facebook** για τους εκπαιδευτικούς:

1. Βοηθάστην ανάπτυξη και την παρακολούθηση της πολιτικής του σχολείου σχετικά με το **Facebook**.
2. Ενθαρρύνονται οι μαθητές να ακολουθήσουν τις οδηγίες του **Facebook**.
3. Μένουν ενημερωμένοι σχετικά με τις ρυθμίσεις ασφαλείας και προστασίας προσωπικών δεδομένων στο **Facebook**.
4. Προώθηση της καλής συμπεριφοράς στον ψηφιακό κόσμο.
5. Χρήση ομάδων και σελίδων **Facebook** για επικοινωνία με τους μαθητές και τους γονείς.
6. Υιοθέτηση των ψηφιακών, κοινωνικών, κινητών και "πάντα online" μορφών μάθησης των φοιτητών του 21ου αιώνα.
7. Χρήση του **Facebook** ως πόρο για επαγγελματική ανάπτυξη.

3.2. Το Facebook μέσα στην τάξη



Οι περισσότεροι εκπαιδευτικοί εξέφρασαν το ενδιαφέρον τους να μάθουν να ενσωματώνουν το **Facebook** στα δικά τους σχέδια σπουδών και έτσι να εμπλουτίσουν τις εκπαιδευτικές εμπειρίες των σπουδαστών, να αυξήσουν τη σημασία του περιεχομένου και να προωθήσουν την αποτελεσματική συνεργασία των μαθητών με τους συμμαθητές τους.

Το **Facebook** μπορεί να προσφέρει στους σπουδαστές την ευκαιρία να παρουσιάσουν αποτελεσματικά τις ιδέες τους, να συζητήσουν online και να συνεργαστούν μεταξύ τους. Επιπλέον, το **Facebook** μπορεί να βοηθήσει τους εκπαιδευτικούς, να επωφεληθούν από τις ψηφιακές μορφές μάθησης των μαθητών τους.

Για παράδειγμα, μπορεί να διευκολύνει τη συνεργασία μεταξύ των μαθητών και να προσφέρει καινοτόμους τρόπους για να τους εμπλέξει στο θέμα τους.

Υπάρχει επίσης η πεποίθηση ότι το **Facebook** μπορεί να είναι ένα ισχυρό εργαλείο που θα βοηθήσει τους εκπαιδευτικούς να συνδεθούν με τους συναδέλφους τους, να μοιράζονται εκπαιδευτικό περιεχόμενο και να βελτιώνουν την επικοινωνία μεταξύ εκπαιδευτικών, γονέων και φοιτητών.

3.3. Τα δεδομένα: τα παιδιά, η ασφάλεια και τα κοινωνικά δίκτυα

Ορισμένοι εκπαιδευτικοί που επιθυμούν να χρησιμοποιήσουν το **Facebook** και άλλες πτυχές των κοινωνικών μέσων μαζικής ενημέρωσης αντιμετωπίζουν την αντίσταση των γονέων και των διευθυντών του σχολείου. Ανησυχούν ότι οι μαθητές μπορούν να βρουν περιεχόμενο ακατάλληλο ή σεξουαλικά επιτιθέμενους στο δίκτυο. Οι εκπαιδευτικοί όμως, μπορούν να βοηθήσουν τους συναδέλφους τους να λάβουν τις κατάλληλες αποφάσεις σχετικά με την πρόσβαση των φοιτητών στα κοινωνικά μέσα που μοιράζονται μελέτες σχετικά με πιθανούς κινδύνους.

Για παράδειγμα, το έργο που παρουσιάστηκε στην "Εφημερίδα του Αμερικανικού Ψυχολόγου", καθόρισε ότι πολλές πεποιθήσεις για τους σεξουαλικά επιτιθέμενους στο δίκτυο είναι υπερβολικές. Η μελέτη διαπίστωσε ότι "το στερεότυπο του επιτιθέμενου του Διαδικτύου που χρησιμοποιεί εξαπατήσεις και βία για να επιτεθεί στα παιδιά είναι αρκετά ανακριβής." Άλλοι ειδικοί επιβεβαιώνουν αυτό το σημείο. Αυτές περιλαμβάνουν τον David Finkelhor, Διευθυντή του Κέντρου για έρευνα για τα εγκλήματα κατά των παιδιών (www.unh.edu/ccrc/internet-crimes) του Πανεπιστημίου του Νιου Χάμσαϊρ.

Για άλλη μια φορά, είναι μια κατάσταση στην οποία είναι δύσκολο να βρεθεί μια ενιαία λύση για όλους. Ο εκπαιδευτικός πρέπει να ενθαρρύνει τους γονείς και τους συναδέλφους του να

υιοθετήσουν μια διαφορετική και με βάση τα δεδομένα προσέγγιση στα κοινωνικά μέσα μαζικής ενημέρωσης στην τάξη.

3.4. Επαγγελματική ανάπτυξη στο Facebook

Η εργασία του εκπαιδευτικού, είναι δύσκολη και έχει περιορισμένο χρόνο για την επαγγελματική του ανάπτυξη. Υπάρχει μια πληθώρα σεμιναρίων και εκπαιδευτικών ημερίδων σχετικά με τον τρόπο αποτελεσματικής χρήσης του **Facebook** ως διδακτικό μέσο.

Υπάρχουν επίσης έγγραφο σχετικά με εκτυπώσιμες διαδικασίες και φυλλάδια που παρέχουν συμβουλές για να ξεκινήσουν γρήγορα, καθώς και ένας οδηγός βήμα προς βήμα που επιτρέπει να αξιοποιήσουν στο έπακρο τα εκπαιδευτικά εργαλεία του **Facebook**.

3.5. Ανάπτυξη και παρακολούθηση της πολιτικής του εκπαιδευτικού κέντρου για το Facebook.

Είναι σημαντικό να συμμετέχει ο εκπαιδευτικός στην ανάπτυξη της πολιτικής της σχολικής μονάδας σε σχέση με το **Facebook**.

Το 2008, σχεδόν όλοι οι μαθητές ήταν στο **Facebook**. Παρά το γεγονός αυτό, τα σχολεία δεν είχαν μια πολιτική σχετικά με το **Facebook** και το προσωπικό και τους καθηγητές.

Σε ένα σχολείο όμως της Βοστώνης η διοίκηση αποδέχτηκε την πρόκληση και συγκάλυψε όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη από το σχολείο (καθηγητές, γονείς) σε αρκετές συναντήσεις για να συζητήσουν πώς να χρησιμοποιήσουν το **Facebook** και άλλα κοινωνικά μέσα ενημέρωσης για την επίτευξη των στόχων του σχολείου.

Μέχρι σήμερα, αυτή η ομάδα συνεχίζει να συνεδριάζει τέσσερις φορές το χρόνο για να ενημερώσουν τους ενδιαφερόμενους σχετικά με τις νέες γνώσεις τους σχετικά με τις νέες πραγματικότητες των κοινωνικών μέσων μαζικής ενημέρωσης.

Κατά τη γνώμη αρκετών, η ομάδα του σχολείου έχει δημιουργήσει τη σωστή φόρμουλα: συγκεντρώνουν τακτικά τα ενδιαφερόμενα μέρη του εκπαιδευτικού κέντρου για ενημέρωση. Η χρήση του **Facebook** μπορεί να διαφέρει από αυτή του σχολείου της Βοστώνης, αλλά ο γενικός στόχος είναι ο ίδιος: να προσδιοριστεί πώς μπορεί το **Facebook** και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συμβάλλουν στην επίτευξη των στόχων του εκπαιδευτικού κέντρου.

Το τοπίο των κοινωνικών μέσων αλλάζει συνεχώς και η πολιτική του σχολείου πρέπει να ακολουθεί τον ίδιο ρυθμό.

Εάν το σχολείο εξακολουθεί να μην έχει πολιτική για το **Facebook**, γιατί να μην βοηθήσει ο δάσκαλος να αποκτήσει; Θα κάνει μια υπηρεσία στο σχολείο του και τους μαθητές του.

3.6. Ενθάρρυνση προς τους μαθητές να ακολουθούν τις οδηγίες του Facebook.

Εκτός από την ανάπτυξη και την εφαρμογή της πολιτικής του σχολείου για το **Facebook**, είναι σημαντικό να ενθαρρυνθούν οι μαθητές να ακολουθήσουν τις οδηγίες του **Facebook**.

Πώς το **Facebook** προστατεύει τους ανηλίκους;

Πρώτον, για να είναι σε θέση να εγγραφεί κανείς στο **Facebook**, πρέπει να είναι τουλάχιστον 13 ετών. Όπως αναμενόταν, δεδομένου ότι το **Facebook** είναι μια εταιρεία που εδρεύει στις Ηνωμένες Πολιτείες, συμμορφώνεται με τους νόμους περί ιδιωτικότητας της χώρας αυτής, συμπεριλαμβανομένου του νόμου για την προστασία της ιδιωτικής ζωής των παιδιών. Αυτός ο νόμος απαιτεί οι δικτυακοί τόποι να λαμβάνουν άδεια από τους γονείς πριν συλλέξουν προσωπικά στοιχεία από παιδιά κάτω των 13 ετών. Για εκείνους που ζουν εκτός των Ηνωμένων Πολιτειών, πρέπει να λάβουν περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τους νόμους που ισχύουν για τα παιδιά και τη χρήση του Διαδικτύου.

Για να είναι σαφές, το **Facebook** δεν συλλέγει πληροφορίες από παιδιά κάτω των 13 ετών, αλλά απαγορεύει τη χρήση αυτής της υπηρεσίας. Αν οι μαθητές είναι κάτω από την ηλικία αυτή, δεν θα είναι σε θέση να δημιουργήσουν λογαριασμό ή να αποκτήσουν πρόσβαση σε ομάδες ή σελίδες του **Facebook**.

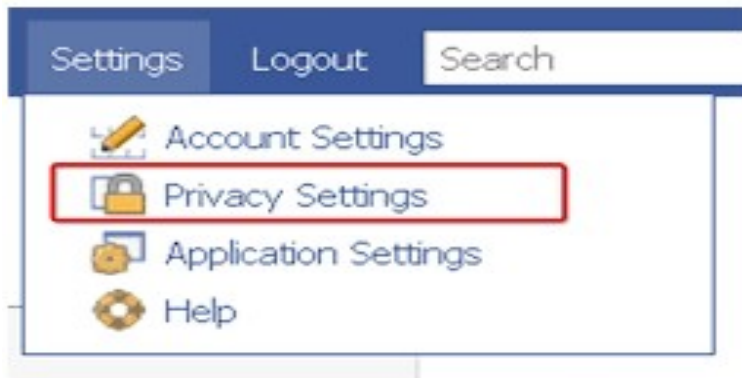
Το **Facebook**, ως εταιρεία, πάντα πίστευε ότι τα ψευδή ονόματα και οι κρυφές ταυτότητες είναι κακή ιδέα όταν ασχολείται κανείς με τα κοινωνικά δίκτυα. Η πολιτική **Facebook** δηλώνει ότι οι χρήστες που κάνουν εγγραφή πρέπει να χρησιμοποιούντα πραγματικά τους ονόματα. Αυτό είναι καλό. Η κουλτούρα "πραγματικής ταυτότητας" του **Facebook** σημαίνει ότι ο **ιστότοπος** έχει περισσότερες πιθανότητες να είναι μια αξιόπιστη κοινότητα, στην οποία θα βρει κάποιος φίλους, συγγενείς και συναδέλφους ή την τάξη.

3.7. Κανόνες της κοινότητας του Facebook

Το **Facebook** έχει περιγράψει τους κανόνες για περιεχόμενο σε ένα ηλεκτρονικό έγγραφο που ονομάζεται "πρότυπα κοινότητας **Facebook**" ([facebook.com/communitystandards](https://www.facebook.com/communitystandards)). Ο εκπαιδευτικός πρέπει να αναθεωρήσει αυτά τα πρότυπα και να τα μοιραστεί με τους μαθητές του ως μέρος μιας μεγαλύτερης συζήτησης σχετικά με τη σωστή συμπεριφορά στο διαδίκτυο.

Όλο και περισσότεροι άνθρωποι χρησιμοποιούν το **Facebook** και, κατά κάποιο τρόπο, είναι μέλη της μεγαλύτερης "μονάδας παρακολούθησης γειτονιάς" στον κόσμο. Τα κουμπιά για αναφορά καταχρηστικών συμπεριφορών μπορούν να βρεθούν σε σχεδόν κάθε σελίδα στο **Facebook**. Εάν οι χρήστες αναφέρουν προσβλητικό ή αγενές περιεχόμενο, όπως φωτογραφίες, ένα μέλος της ομάδας ασφάλειας του **Facebook** θα διερευνήσει και, αν χρειαστεί, θα εξαλείψει το περιεχόμενο του **ιστότοπου**.

3.8. Ρυθμίσεις ασφάλειας και ιδιωτικότητας στο Facebook



Πρέπει να υπάρχει συνεχής ενημέρωση σχετικά με τις προσαρμογές της ιδιωτικότητας στο **Facebook**. Στο **Facebook**, η προτεραιότητα που έχει ο καθένας πρέπει να είναι ο έλεγχος της ιδιωτικής του ζωής. Αυτό συμβάλλει να δημιουργηθεί ένα ηλεκτρονικό περιβάλλον στο οποίο οι εκπαιδευτικοί, οι γονείς και οι μαθητές μπορούν να συνδεθούν και να μοιραστούν πληροφορίες με ασφαλή τρόπο.

Το **Facebook** κάνει μια καλή δουλειά όταν ασχολείται με την ιδιωτική ζωή και την ασφάλεια των μαθητών και των εκπαιδευτικών στο διαδίκτυο.

Αλλά τα εργαλεία που έχει δημιουργήσει το **Facebook** δεν μπορούν να βοηθήσουν αν δεν χρησιμοποιηθούν.

3.9. Ρυθμίσεις απορρήτου στο Facebook

Όταν ανοίγει κάποιος έναν λογαριασμό στο **Facebook** για πρώτη φορά, θα εφαρμοστούν οι προεπιλεγμένες ρυθμίσεις απορρήτου. Αυτή η ρύθμιση είναι διαφορετική για ενήλικες και άτομα κάτω των 18 ετών. Όπως μπορεί κανείς να φανταστεί, για εκείνους κάτω των 18 η διαμόρφωση της ιδιωτικής ζωής είναι αυστηρότερη.

3.10. Ειδική ρύθμιση απορρήτου για μαθητές και άλλους ανηλίκους

Οι περισσότεροι άνθρωποι δεν γνωρίζουν ότι η διαμόρφωση των προσωπικών δεδομένων του **Facebook** λειτουργεί διαφορετικά για τα άτομα κάτω των 18 ετών. Θα εμφανιστούν βασικές πληροφορίες για ενήλικες και ανηλίκους όταν επισκέπτονται τους και θα περιλαμβάνει το όνομα, εικόνα προφίλ (αν προστεθεί), φύλο και δίκτυα στο οποίο ανήκει ο χρήστης.

Ενήλικες και παιδιά κάτω των 18 εμφανίζονται όταν αναζητούνται στο **Facebook**, αλλά από τους νέους κάτω από 18 χρόνια δεν έχουν αποτέλεσμα δημόσιας αναζήτησης. Με άλλα λόγια, δεν είναι δυνατόν να βρεικανείς παιδιά κάτω των 18 ετών που χρησιμοποιούν το **Facebook**, το Google, το Bing ή άλλες μηχανές αναζήτησης. Αυτό είναι κάτι πολύ καλό.

Επιπλέον, η επιλογή "Όλοι" λειτουργεί διαφορετικά στην περίπτωση των ανηλίκων. Όταν κάποιος κάτω από την ηλικία των 18 ετών δηλώνει πληροφορίες όπως φωτογραφίες ή ενημερώσεις κατάστασης να είναι ορατές από "Όλους", οι πληροφορίες αυτές θα είναι ορατές μόνο στους φίλους τους, τους φίλους των φίλων τους και άτομα που ανήκουν σε δίκτυα επαληθευμένων εκπαιδευτικών ή εργασιακών κέντρων στα οποία έχει ενταχθεί το παιδί, όχι για "όλους" όσοι έχουν πρόσβαση στο **Facebook**.

Υπάρχει ένας άλλος περιορισμένος χώρος σχετικά με την ιδιωτικότητα για ανηλίκους: μηνύματα **Facebook**. Εάν επιλέξει κανείς τη ρύθμιση "Όλα" στο "Στείλτε μου μηνύματα" θα λαμβάνει μόνο μηνύματα από φίλους και φίλους φίλων, όχι από "Όλους" εκείνους που βρίσκονται στο **Facebook**, αφού αυτή η επιλογή απευθύνεται σε ενήλικες.

Υπάρχει μια εξαίρεση για τη ρύθμιση "Όλα" για παιδιά κάτω των 18 ετών και είναι σημαντικό να κατανοήσουν οι γονείς και οι εκπαιδευτικοί την εν λόγω εξαίρεση. Οι μαθητές θα είναι δημόσια ορατοί σε οποιονδήποτε τους αναζητά στο **Facebook** αν αλλάξουν την προεπιλεγμένη ρύθμιση και επιλέξουν "Όλα" σε αυτές τις δύο περιοχές: "Αναζήτηση στο **Facebook**" και "Αποστολή αιτημάτων φίλων".

Εάν οι ανήλικοι πουν ψέματα για την ηλικία τους όταν εγγράφονται στο **Facebook** και επιλέγουν έτος γέννησης που τα χαρακτηρίζει ως ενήλικες αντί για άτομα ηλικίας κάτω των 18 ετών, αυτές οι πρόσθετες ρυθμίσεις απορρήτου δεν θα έχουν αποτέλεσμα. Έτσι, είναι σημαντικό οι μαθητές να εγγραφούν με το πραγματικό έτος γέννησής τους.

3.11. Προώθηση της καλής συμπεριφοράς στον ψηφιακό κόσμο

Καθώς η τεχνολογία γίνεται ολοένα και περισσότερο κομμάτι της ζωής μας, οι μαθητές χρειάζονται καθοδήγηση από τους ενήλικες για το πώς πρέπει να σέβονται τους άλλους, τόσο στο διαδίκτυο όσο και έξω από αυτό.

Αυτό μπορεί να αναπτύξει μια κουλτούρα συντροφιάς στο εκπαιδευτικό κέντρο κατά τη διάρκεια των ωρών διδασκαλίας και να ενθαρρύνει τους μαθητές να δείξουν μια κουλτούρα συντροφικότητας ακόμα και εκτός του σχολείου.

Ο εκπαιδευτικός, όχι μόνο πρέπει να διδάξει το πώς πρέπει να συμπεριφέρονται καλά οι μαθητές, αλλά και οι μαθητές πρέπει να γνωρίζουν ότι ο εκπαιδευτικός περιμένει αυτή τη συμπεριφορά. Οι εκπαιδευτικοί που είναι πρόθυμοι να δημιουργήσουν μια αίσθηση κοινότητας και να ενσταλάξουν την ευθύνη της καλής ψηφιακής συμπεριφοράς στους μαθητές, θα παρέχει πολύτιμες δεξιότητες τις οποίες μπορούν να εφαρμόσουν οι μαθητές πέρα από τις φυσικές ή εικονικές τάξεις.

3.12. Πώς οι μαθητές να έχουν καλή συμπεριφορά στον ψηφιακό κόσμο

Η εκμάθηση της ύπαρξης ενός υπεύθυνου ψηφιακού πολίτη δεν είναι μόνο θέμα του εκπαιδευτικού κέντρου. Η ψηφιακή γνώση θα πρέπει να αναπτυχθεί στον ολοένα και πιο ψηφιακό κόσμο των παιδιών. Το να μάθουν τι σημαίνει να είσαι καλός ψηφιακός πολίτης, θα είναι το κλειδί για την επιτυχία στον κόσμο της εργασίας του 21ου αιώνα. Είναι σημαντικό οι μαθητές να αρχίσουν να αναπτύσσουν και να ακονίζουν δεξιότητες ηλεκτρονικής επικοινωνίας το συντομότερο δυνατό.

Υπάρχουν πολλοί τρόποι για τον ορισμό της «ψηφιακής ιθαγένειας» αλλά για εμάς περιορίζεται σε τρία βασικά στοιχεία:

1. Περιήγηση με πολιτισμένο τρόπο στον κόσμο του Διαδικτύου, όπως ακριβώς αναμένεται να συμπεριφέρονται στον πραγματικό κόσμο. Τα καθολικά πρότυπα κοινωνικής συμπεριφοράς ισχύουν και στα δύο περιβάλλοντα.
2. Συμπερίληψη της ευθύνης και της συντροφικότητας σε διαδικτυακές ενέργειες.
3. Πρέπει να υπάρχει η αίσθηση της ασφάλειας των άλλων στην ηλεκτρονική κοινότητα, όπως θα έκανε κανείς στη γειτονιά του «πραγματικού κόσμου». Με αυτό τον τρόπο προωθείται μια υγιής και ασφαλής κοινότητα.

Οι εκπαιδευτικοί που έχουν πετύχει να αναπτύξουν μια κουλτούρα καλής ψηφιακής ιθαγένειας, το έχουν πετύχει στην τάξη συζητώντας διαφορετικά σενάρια με τους μαθητές για το τί είναι καλή συμπεριφορά στο διαδίκτυο και τί όχι.

3.13. Κοινωνικά μέσα καταγγελίας στο Facebook

Ίσως ένας από τους πιο σημαντικούς τρόπους με τους οποίους οι μαθητές μπορούν να είναι οι καλοί ψηφιακοί πολίτες, είναι η καταγγελία προσβλητικών, ακατάλληλων ή ενοχλητικών σχολίων. Αν κάποιος ανήκει σε μια ομάδα ή μια σελίδα στο **Facebook** που σχετίζεται με ένα εκπαιδευτικό κέντρο, οι μαθητές πρέπει να ενθαρρύνονται να ενημερώνουν τους γονείς τους ή τον δάσκαλό τους άμεσα.

Είναι επίσης σημαντικό να θυμάται κανείς, ότι για να μπορέσει το **Facebook** να βοηθήσει με θέματα ψηφιακής ιθαγένειας, πρέπει να καταγγέλλεται η καταχρηστική συμπεριφορά το συντομότερο δυνατό.

3.14. Διδασχί της ψηφιακής ευθύνης

Οι εκπαιδευτικοί και οι γονείς μπορούν να εξηγήσουν στους μαθητές ότι αυτό που αναρτάται στο δίκτυο μπορεί να εντοπιστεί. Δεν είναι ανώνυμο. Εάν ληφθούν νομικά μέτρα, οι αρμόδιες αρχές μπορούν να ζητήσουν από τους παρόχους υπηρεσιών διαδικτύου και ηλεκτρονικών υπηρεσιών να παράσχουν πληροφορίες σχετικά με την ταυτότητα των χρηστών του **Διαδικτύου**. Αυτά τα ψηφιακά ίχνη σε απευθείας σύνδεση μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως αποδείξεις υπέρ των μαθητών εάν εμπλέκονται σε περίπτωση εκφοβισμού στον κυβερνοχώρο.

Πρέπει να υπογραμμιστεί η ανάγκη οι εκπαιδευτικοί να μιλήσουν με τους μαθητές τους για την κατάλληλη συμπεριφορά στο διαδίκτυο και να ενεργήσουν γρήγορα για να αποφευχθούν οι περιπτώσεις διαδικτυακής παρενόχλησης, ακριβώς όπως θα έκαναν αν έβλεπαν ακατάλληλη συμπεριφορά σε μια καφετέρια ή στους διαδρόμους του σχολείου. Εάν συμβαίνει στο **Facebook**, μπορούν να το αναφέρουν. Εάν υπάρχουν φυσικές απειλές, θα πρέπει να ειδοποιηθούν άμεσα οι αρμόδιες αρχές.

3.15. Υιοθέτηση ψηφιακών, κοινωνικών μορφών μάθησης

Το **Facebook** μπορεί να βοηθήσει τους μαθητές να υιοθετήσουν μεθόδους της ψηφιακής, της κοινωνικής, της κινητής μάθησης. Η τεχνολογία κινητής τηλεφωνίας έχει αλλάξει τα δεδομένα.

Σύμφωνα με μελέτη του ερευνητικού κέντρου Pew μέσω του διαδικτύου, το 75% των εφήβων έχει ένα κινητό τηλέφωνο. Αυτή η αλλαγή με τον τρόπο που οι έφηβοι συνδέονται στο **Διαδίκτυο**, προσφέρει μια ευκαιρία στους εκπαιδευτικούς: να επωφεληθούν από την άμεση πρόσβαση για να μάθουν μέσω σελίδων του **Facebook**, από τους δασκάλους να κρατήσουν τους μαθητές τους σε "κατάσταση μάθησης" έξω από την τάξη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο : «Cyber - bullying (Διαδικτυακός Εκφοβισμός)»



Είναι ολοφάνερο ότι οι νέοι έχουν ενσωματώσει στη ζωή τους τη χρήση των τεχνολογιών της πληροφορίας και της επικοινωνίας και τείνει να γίνει ένα από τα κύρια μέσα που χρησιμοποιούνται για την ανάπτυξη των ακαδημαϊκών καθηκόντων τους. Επίσης, χρησιμοποιούν μέρος του χρόνου τους και, φυσικά, να διατηρήσουν και να ενισχύσουν τις προσωπικές τους σχέσεις. Είναι γνωστό ότι, κατά τη διάρκεια της εφηβείας, οι περισσότεροι ή λιγότερο οικείες φίλεις είναι ένας τομέας διαπροσωπικών σχέσεων μέσα από την οποία μοιράζονται όχι μόνο πληροφορίες και ειδήσεις, αλλά κυρίως συναισθήματα (Smith, 2006).

Μεταξύ των κινδύνων που ενδέχεται να προκύψουν από τη χρήση διαφορετικών ψηφιακών συσκευών και ίσως ένα από αυτά με το μεγαλύτερο αντίκτυπο είναι να βλάψουν τους άλλους, τον ηλεκτρονικό αποκλεισμό. Το **Facebook** γίνεται ολοένα και πιο ισχυρό, με κακό τρόπο, μπορεί να προκαλέσει πραγματικό χάος στη ζωή των ανθρώπων, και ειδικότερα στα παιδιά αν το χρησιμοποιούν λανθασμένα (Hinduja & Patchin, 2010).

Αλλά αυτός ο πιθανός κίνδυνος που συνοδεύει τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, δεν προέκυψε αποκλειστικά από την εισαγωγή των τεχνολογιών στη ζωή των νέων, αλλά θα μπορούσε να ειπωθεί πως είναι κάτι που αναπαράγεται και διαδίδεται μέσω των **μέσων ενημέρωσης**. Δηλαδή, συνδέεται άμεσα με ένα είδος σχολικού εκφοβισμού (Slonje & Smith, 2008). Έτσι, η εισαγωγή των ψηφιακών συσκευών στην σημερινή κοινωνία όχι μόνο έχει τροποποιήσει θετικά τη φύση των σχέσεων, αλλά έχει φέρει επίσης προβλήματα και συγκρούσεις επηρεάζοντας την κοινωνική ζωή των μαθητών (Li, 2007). Κατά συνέπεια, η χρήση αυτών των μέσων επιτρέπει στα σχολικά προβλήματα ή του διαδικτύου, να υπερβαίνουν τα φυσικά εμπόδια του σχολείου. Εμφανίζονται οπουδήποτε στον κόσμο όπου υπάρχει υπολογιστής, κινητό τηλέφωνο ή άλλη ψηφιακή συσκευή (Tokunaga, 2010).

Το **Cyberbullying** έχει οριστεί ως η εκ προθέσεως και επανειλημμένη επιθετικότητα μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που βασίζονται σε ανισορροπία ισχύος μεταξύ των εμπλεκόμενων ατόμων (Willard, 2007).

Οι επιθέσεις υπερβαίνουν τους περιορισμούς που επιβλήθηκαν στην παρενόχληση που πραγματοποιείται πρόσωπο με πρόσωπο, και διαπράττεται πέρα από τα σύνορα του σχολείου και επιτρέπουν τη διατήρηση της παρενόχλησης στα σίτια των θυμάτων (Slonje, Smith, & Frisén, 2013).

Τα χαρακτηριστικά των μέσων κοινωνικής δικτύωσης παρέχουν στο **cyberbullying** ορισμένες ιδιαιτερότητες όπως: α) η επίθεση μπορεί να συμβεί σε οποιαδήποτε στιγμή και οπουδήποτε, με την επακόλουθη δυσκολία αποσύνδεσης από τα κανάλια της επικοινωνίας όπου είναι πάντα ανοιχτά (Shapka, Domene, & Gagné, 2012).

β) η επιθετικότητα μπορεί να παρατηρηθεί από ένα μεγάλο αριθμό θεατών (Hinduja & Patchin, 2009). και

γ) τα θύματα ίσως να μην γνωρίσουν ποτέ τους επιτιθέμενους λόγω της ανωνυμίας που επιτρέπουν τα μέσα που χρησιμοποιούν (Ybarra, Diener-West, & Leaf, 2007).

Αλλά, αν και μπορεί να υπάρχουν διαφορές αδιαμφισβήτητες, η διαδικτυακή παρενόχληση θεωρείται ένα είδος εκφοβισμού από τότε που έχουν βρεθεί αποδεικτικά στοιχεία που δείχνουν την θυματοποίηση εκείνων που τη λαμβάνουν.

Με αυτόν τον τρόπο, θα μπορούσε να επιβεβαιωθεί ότι αυτή η τεχνολογία παρέχει στους επιτιθέμενους μεγάλη δύναμη όσον αφορά τη συχνότητα, τη διάρκεια και το εύρος των σεναρίων και τις τιμωρίες των θυμάτων με τέτοια σκληρότητα που μπορεί να υπερβεί αυτό που μπορεί να παρατηρηθεί έναν παραδοσιακό εκφοβισμό, επιτρέποντας στη ζημιά να είναι παρόμοια ή μεγαλύτερη, παράγοντας τις ίδιες ή μεγαλύτερες συνέπειες της που θα μπορούσαν να προκληθούν από τον παραδοσιακό εκφοβισμό, με εξαίρεση της σωματικής βίας, συμπεριλαμβανομένης δυστυχώς μέχρι και την αυτοκτονία (Hinduja & Patchin, 2010).

Ωστόσο, το **cyberbullying** δεν είναι ο μόνος κίνδυνος βίας που καθιστούν δυνατή η δημιουργία νέων ψηφιακών περιβάλλοντων. Στα αγόρια και τα κορίτσια μικρής ηλικίας, υπάρχει μια πραγματικότητα καταστροφική στη ζωή τους, όπως η αποπλάνηση (Wachs, Wolf, & Pan, 2012). Στο νομικό τομέα αναφέρεται σε αυτή τη συμπεριφορά που έχει εξελιχθεί σε έγκλημα, όπως οι προκαταρκτικές ενέργειες ενός ενήλικα σε ανήλικο πρόσωπο μέσω του **Διαδικτύου** για να κερδίσει την εμπιστοσύνη του ανηλίκου με πρόθεση να δημιουργήσει σχέσεις μαζί του, για να πάρει σεξουαλική απόλαυση μέσω ερωτικών εικόνων ή πορνογραφικού υλικού που μπορεί να πάρει από το παιδί, ακόμα και να οργανώσει ακόμη μια φυσική συνάντηση με σκοπό την σεξουαλική εκμετάλλευση του (Monge, 2010).

4.1. Ο έλεγχος των προσωπικών πληροφοριών στο Διαδίκτυο

Η πρόσβαση σε εικονικά περιβάλλοντα παράγει ισχυρά κίνητρα και μεγάλο ενδιαφέρον που μπορεί μερικές φορές να συμβάλλουν στο γεγονός ότι δεν παρακολουθούνται ή δεν λαμβάνονται υπόψη ορισμένοι τύποι συμπεριφοράς (Del Rey et al., 2012). Είναι ιδιαίτερα επικίνδυνος ο περιορισμένος έλεγχος που έχουν οι νέοι που χρησιμοποιούν το **Facebook** σχετικά με τις προσωπικές τους πληροφορίες. Αυτό πιθανότατα συμβαίνει λόγω άγνοιας των κινδύνων που μπορεί να συνεπάγεται η ανταλλαγή προσωπικών πληροφοριών στο **Διαδίκτυο** (Smith, 2006).

Κάποιες πολύ συνηθισμένες συμπεριφορές μεταξύ χρηστών κοινωνικών δικτύων και άλλων εικονικών περιβάλλοντων, είναι το να μοιράζεται κανείς κωδικούς πρόσβασης, η συνομιλία με αγνώστους κ.λπ. Μπορούν να χρησιμοποιηθούν από άλλους ανθρώπους για να εξαναγκάσουν, να εκβιάσουν και να ελέγξουν τα θύματά τους (Sengupta & Chaudhuri, 2011).

4.2. Τα είδη προσωπικότητας των θυμάτων του cyberbullying



Για να διερευνηθούν οι διαφορετικοί τύποι αρνητικών εντυπώσεων που μπορεί να σχηματιστούν από το θύμα του, είναι απαραίτητο να εξετάσουμε πρώτα τις βασικές προσωπικότητες που τυπικά χαρακτηρίζουν ένα τέτοιο θύμα. Το φαινόμενο του ηλεκτρονικού εκφοβισμού περιλαμβάνει δύο βασικές ομάδες: τον νταή και τα παθητικά / υποτακτικά θύματα. Οι **cyberbullies** είναι η κύρια ομάδα δραστών των επιθετικών συμπεριφορών, ενώ τα θύματα του **cyberbullying** λαμβάνουν εκφοβισμό, ενώ δεν αντιστέκονται και συνήθως έχουν αδυναμίες εκμετάλλευσης. Οι μελέτες σχετικά με την παρενόχληση στον κυβερνοχώρο επεδίωξαν να εξετάσουν τα τυπικά χαρακτηριστικά του παθητικού / υποτακτικού θύματος, επειδή η προσωπικότητα και τα χαρακτηριστικά έχουν αποδειχθεί ότι παίζουν ένα σημαντικό ρόλο στον εντοπισμό δυνητικών θυμάτων στον κυβερνοχώρο. Τα θύματα που αντιμετωπίζουν συχνά περιστατικά διαδικτυακού εκφοβισμού έχουν συνήθως τρία βασικά χαρακτηριστικά. Πρώτον, τα θύματα των **cyberbullies**, παρατηρούνται λιγότερο εξωστρεφή σε σύγκριση με άλλα άτομα. Τείνουν να είναι ομάδες που χαρακτηρίζονται ως μοναχικές και ευάλωτες, έχουν περισσότερα προβλήματα σχέσεων με τους συνομηλίκους τους. Τείνουν επίσης να έχουν περισσότερες αρνητικές αντιλήψεις για τον αυτοσεβασμό τους και την εικόνα του εαυτού τους σε σύγκριση με τους **cyberbullies** και τους μη εμπλεκόμενους ομολόγους τους (Smith, 2006).

Δεύτερον, τα θύματα ενός **cyberbully** είναι επίσης γνωστό ότι αντιμετωπίζουν μεγαλύτερη απομόνωση από τους συνομηλίκους τους σε σύγκριση με αυτούς που δεν εμπλέκονται με τον ηλεκτρονικό αποκλεισμό. Συνήθως οι συμμαθητές τους δεν τους κάνουν πολύ παρέα λόγω των χαμηλών επιπέδων κοινωνικοποίησης. Άλλοι άνθρωποι αντιλαμβάνονται συνήθως αυτά τα θύματα ως άτομα με λιγότερη αυτοπεποίθηση, πιο απομονωμένα και επίσης ανασφαλή στις αλληλεπιδράσεις τους μέσα στα κοινωνικά περιβάλλοντα.

Τρίτον, είναι γνωστό ότι τα θύματα του εκφοβισμού στον κυβερνοχώρο είναι λιγότερο κυριαρχικά άτομα στο κοινωνικό τους περιβάλλον με άλλους ανθρώπους. Η κυριαρχία στην περίπτωση αυτή αναφέρεται στην πιθανότητα ενός προσώπου να έχει μια πιο δυναμική και εξωστρεφής προσωπικότητα όταν αλληλεπιδρά με άλλους ανθρώπους. Τα θύματα των **cyberbullies** συνήθως εμφανίζουν χαμηλό επίπεδο κυριαρχίας όταν αλληλεπιδρούν με τους συνομηλίκους τους. Συνήθως είναι παθητικοί και αποτραβηγμένοι, επιλέγοντας αντ'αυτούνα συμμετάσχουν σε στρατηγικές έμμεσης επικοινωνίας για να διαπραγματευτούν τις κοινωνικές τους σχέσεις (Smith, 2006).

Όταν οι χρήστες του **Facebook** βλέπουν τη σελίδα προφίλ ενός θύματος, οι πληροφορίες που παρέχονται στη σελίδα, μπορούν να διευκολύνουν τη δημιουργία εντυπώσεων που σχετίζονται με την προσωπικότητα ενός θύματος εκφοβισμού του κυβερνοχώρου. Τέτοιες εντυπώσεις μπορεί να περιλαμβάνουν το θύμα να θεωρείται ως λιγότερο εξωστρεφής, πιο

απομονωμένο και λιγότερο κυρίαρχο. Είναι σημαντικό να εντοπιστούν τα διαφορετικά στοιχεία στο **Facebook** που ενδέχεται να οδηγήσουν στη δημιουργία αυτών των αρνητικών εμφανίσεων, καθώς παλαιότερες μελέτες έχουν δείξει ότι αυτά τα χαρακτηριστικά ενός θύματος μπορούν να αυξήσουν την επιρρέπειά τους στον εκφοβισμό (Smith, 2006).

4.3. Χαρακτηριστικά μηνύματος

Τα μηνύματα που είναι διαθέσιμα στο **Facebook** μπορούν να παίζουν ρόλο στην επίδραση του τρόπου με τον οποίο προσωπικότητα ενός θύματος γίνεται αντιληπτή και η κλίση του χρήστη αυτού στο **cyberbullying**. Συγκεκριμένα, η συχνότητα της δραστηριότητας στον κυβερνοχώρο, η οποία μεταφράζεται ως ο αριθμός των αρνητικών μηνυμάτων που κατευθύνονται προς τη σελίδα προφίλ του θύματος στο **Facebook**.

Ο αριθμός των αρνητικών μηνυμάτων μπορεί να αποτελεί βασικό παράγοντα των στοιχείων που εμφανίζονται στο **Facebook** και της επίδρασης που έχουν στους χρήστες και που να μπορούν να χρησιμοποιηθούν ενδεχομένως από τις αρχές.

Παλαιότερες έρευνες έχουν δείξει ότι στις ηλεκτρονικές πλατφόρμες, οι χρήστες είναι σε θέση να διαχειριστούν εύκολα εντυπώσεις και έχουν την τάση να χειρίζονται τα προφίλ τους για να παρέχουν μια πιο επιθυμητή εικόνα προς τους άλλους. Ως αποτέλεσμα αυτού του μηχανισμού αυτοεξυπηρέτησης, οι άλλοι χρήστες έχουν γενικά επίγνωση των πολλών ανακριβειών που μπορεί να υπάρχουν μέσα σε αυτόκλητες αξιώσεις και είναι πιο επιφυλακτικοί σε αυτές τις πληροφορίες κατά το σχηματισμό εντυπώσεων. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να βασίζονται οι χρήστες περισσότερο στα σχόλια και τα μηνύματα που υπάρχουν στη σελίδα προφίλ ενός χρήστη από άλλους χρήστες, για να σχηματίσουν μια πιο αξιόπιστη εντύπωση για κάποιον. (Smith, 2006)

Αυτό ονομάζεται Αρχή της Εγγύησης, και έχει ιδιαίτερη σημασία όσον αφορά την δημιουργία εντυπώσεων σε διαδικτυακές πλατφόρμες. Σε μια μελέτη του Antheunis οι ερευνητές διαπίστωσαν ότι παρά τις πληροφορίες που δημιούργησε ο χρήστης και οι οποίες θα έπρεπε να έχουν θετικό αντίκτυπο στο προφίλ του χρήστη στο **Facebook**, οι άλλοι χρήστες είχαν αρνητική εντύπωση του χρήστη όταν υπήρχαν άλλα αρνητικά μηνύματα στο συγκεκριμένο προφίλ.

Η Αρχή της Εγγύησης, σχετίζεται επίσης με τις συμπεριφορές του ηλεκτρονικού αποκλεισμού στο **Facebook**, το οποίο επιτρέπει σε τρίτους να αφήσουν δημόσια αρνητικά μηνύματα στο προφίλ του στόχου.

Αναμένεται, ότι όταν οι χρήστες εκτίθενται σε αρνητικά μηνύματα τρίτων στο **Facebook**, τα οποία θεωρούνται πιο αξιόπιστα, αυτά θα χρησιμοποιηθούν από τους αρμόδιους εύκολα για να σχηματίσουν κρίση για την προσωπικότητα του θύματος. Επιπλέον, ο μεγάλος αριθμός αρνητικών σχολίων που απευθύνεται στο προφίλ του θύματος από άλλους χρήστες, μπορεί να θεωρηθεί ως μια μορφή "επικύρωσης" της αντίληψής του για τον εαυτό του. Μία υψηλή συχνότητα εμφάνισης **cyberbullying** από άλλους μπορεί να ενισχύσουν την εντύπωση ότι ο στόχος είναι ένα τυπικό θύμα του **cyberbullying**, συμπεριλαμβάνοντας τις αρνητικές προσωπικότητες που χαρακτηρίζουν ένα τέτοιο πρόσωπο. Έτσι, ο αριθμός των αρνητικών μηνυμάτων στη σελίδα προφίλ ενός θύματος, μπορεί να επηρεάσει το σχηματισμό αρνητικών εντυπώσεων που αποτυπώνουν τα τυπικά χαρακτηριστικά του ενός θύματος **cyberbullying** (Smith, 2006).

Επιπλέον, εκτός από τη διαμόρφωση της εντύπωσης ενός χρήστη, η συχνότητα του **cyberbullying** στο **Facebook**, μπορεί επίσης να επηρεάσει την πρόθεση ενός χρήστη να προβεί άμεσα σε ενέργειες εκφοβισμού κατά του θύματος, το οποίο μπορεί να εξηγηθεί κοιτάζοντας τη Θεωρία της Σπείρας της Σιωπής. Στην ΘΣΣ, ο Noelle Neumann θεωρεί ότι η παρατήρηση του περιβάλλοντος μπορεί να επηρεάσει τον σχηματισμό της κοινής γνώμης.

Υπάρχουν 5 υποθέσεις στη ΘΣΣ, η οποία εξηγεί πότε οι άνθρωποι θα περάσουν στη μόδα και θα εκφράσουν μια γνώμη η οποία είναι παρόμοια με την πλειοψηφία, αλλά μπορεί να μην αντικατοπτρίζει τις αληθινές αντιλήψεις τους. Αυτές οι υποθέσεις περιλαμβάνουν μια απειλή απομόνωσης όταν κάποιος δεν συμμορφώνεται με την κυρίαρχη άποψη, με το φόβο της απομάκρυνσης από την ομότιμη ομάδα του ατόμου που αποτελεί τον κύριο οδηγό του αποτελέσματος της ΘΣΣ (Smith, 2006).

Ένας τρόπος να μετρηθεί η αντίληψη του χρήστη για την κοινή γνώμη - είτε ανήκει στην άποψη της μειονότητας ή της πλειοψηφίας, είναι η τάση του να συμμορφώνεται με την κυρίαρχη άποψη του μηνύματος που δημοσιεύεται ή την προθυμία του να μιλήσει. Σε μια μελέτη του Yun (2011), οι χρήστες μιας online πλατφόρμας φαίνεται να είναι πιο πιθανό να δημοσιεύσουν ένα μήνυμα όταν περιβάλλεται από παρόμοια μηνύματα παρά από διαφορετικού περιεχομένου μηνύματα. Εφαρμόζοντας αυτή την παρατήρηση, μπορεί να προβλεφθεί ότι ως αποτέλεσμα της ΘΣΣ, μια υψηλή συχνότητα ενεργειών **cyberbullying** (όπως φαίνεται από ένα μεγάλο αριθμό αρνητικών μηνυμάτων) μπορεί να αποτελέσει κυρίαρχο στοιχείο που δημιουργεί κοινωνική πίεση για να συμμορφωθούν οι άλλοι. Αυτός ο παράγοντας πίεσης, μπορεί να αναγκάσει τους άλλους να ακολουθήσουν αυτήν την κυρίαρχη συμπεριφορά **cyberbullying**, αυξάνοντας την πιθανότητα για περισσότερες δραστηριότητες **cyberbullying**.

Σύμφωνα με τα παραπάνω, προβλέπεται ότι εξαιτίας των αρνητικών μηνυμάτων που βλέπουν χρήστες σε άλλα προφίλ, θα αυξηθούν οι αριθμοί των **cyberbullies**.

4.4. Ευπάθεια του θύματος - Η Επίδραση του Τρίτου Χρήστη

Παρόλο που η παρουσία μεγαλύτερου αριθμού δραστηριοτήτων διαδικτυακού εκφοβισμού μπορεί άμεσα να επηρεάσει την κλίση ενός χρήστη να κάνει και ο ίδιος εκφοβισμό στο θύμα, προηγούμενες μελέτες έχουν δείξει ότι όταν ένα άτομο αντιλαμβάνεται ένα μήνυμα ότι έχει μια πιθανή αρνητική επίδραση για τον ίδιο, θα έχουν την τάση να αντιλαμβάνονται το μήνυμα να έχει μεγαλύτερη επιρροή σε άλλους παρά στον εαυτό τους. Μια τέτοια απόκλιση είναι γνωστή ως η Επίδραση του Τρίτου Χρήστη (ETX). Το φαινόμενο της ETX θέτει ότι "οι άνθρωποι θα τείνουν να υπερεκτιμούν την επιρροή που έχουν οι μαζικές επικοινωνίες στις στάσεις της συμπεριφοράς των άλλων, και ένα τέτοιο αποτέλεσμα είναι πιο έντονο για τα μηνύματα που είναι που θεωρείται ότι είναι λιγότερο κοινωνικά επιθυμητά." (Smith, 2006)

Η παρουσία ενός τέτοιου αποτελέσματος μπορεί να προκαλέσει την πιθανότητα να σκεφτούν ότι οι άλλοι χρήστες έχουν μεγαλύτερη κλίση από τους εαυτούς τους στο να εκφοβίσουν διαδικτυακά το θύμα, και οι άμεσες αναφορές σχετικά με την πρόθεση του χρήστη να ασκήσει διαδικτυακό εκφοβισμό ενδέχεται να μην αντικατοπτρίζουν με ακρίβεια την επιρροή του μηνύματος (VanDijk, 2013).

Προκειμένου να παρακαμφθούν ενδεχόμενες αποκλίσεις που μπορεί να προκύψουν λόγω αυτού του αποτελέσματος, γίνεται προσπάθεια για να μετρηθεί αντιληπτή ευπάθεια του θύματος στον κυβερνοχώρο, το οποίο σημαίνει τον τρόπο με τον οποίο οι χρήστες αντιλαμβάνονται τις προθέσεις του κυβερνο-εκφοβισμού άλλων χρηστών. Αυτή η μέτρηση μπορεί να δώσει μια πιο ολιστική εικόνα του τρόπου με τον οποίο μπορούν να επηρεαστούν διάφορες φράσεις στο **Facebook** από την τάση του χρήστη να κάνει κυβερνοεκφοβισμό. Σε μια μελέτη του Paradise (2012), διαπιστώθηκε ότι ένα φαινόμενο τρίτου προσώπου ήταν παρόν στο **Facebook**, καθώς οι ίδιοι οι χρήστες αντιλήφθηκαν ότι έχουν μικρότερη πιθανότητα να πεισθούν σε σύγκριση με τους συνομηλικούς όταν εκτίθενται σε διαφορετικές πληροφορίες στην πλατφόρμα. Ωστόσο, όταν διερευνήθηκε η συμπεριφορά άμεσα, διαπιστώθηκε ότι οι συμπεριφορές των χρηστών συσχετιζόνταν περισσότερο με την αντίληψη

τους σχετικά με την επιρροή των μέσων ενημέρωσης στους συνομηλίκους τους και παρά στους ίδιους(Smith, 2006).

4.5. Χαρακτηριστικά αποστολέα - Ανωνυμία του cyberbully



Ένα από τα στοιχεία που διακρίνουν τον κόσμο εκτός σύνδεσης από τον online κόσμο είναι το στοιχείο της ανωνυμίας. Αυτό μπορεί να παρατηρηθεί σε πλατφόρμες όπως φόρουμ σε απευθείας σύνδεση, παιχνίδια, κοινωνικά δίκτυα κ.λπ., όπου οι χρήστες μπορούν να αποκτήσουν διάφορες ταυτότητες και να αποκρύψουν τις πραγματικές τους (VanDijk, 2013).

Επιπλέον, η ανωνυμία που παρέχεται στους χρήστες στο διαδίκτυο μπορεί επίσης να οδηγήσει σε αύξηση του αριθμού των χρηστών αποδοχή των κυρίαρχων ομαδικών προτύπων(Smith, 2006).

Ο Hardaker (2010) έδειξε ότι η ανωνυμία μπορεί να οδηγήσει σε λιγότερο κόσμιες ενέργειες στο διαδίκτυο. Σύμφωνα με τον Hardaker, "η ανωνυμία ενθαρρύνει την αίσθησης ατιμωρησίας, της απώλειας της αυτογνωσίας και της πιθανότητας να προβεί σε ενέργειες που κανονικά δεν θα έκανε. Αυτή η έλλειψη κοινωνικών δεξιοτήτων θα είχε ως αποτέλεσμα τη μείωση της αυτοεκτίμησης του ατόμου, με αποτέλεσμα τη μείωση του αυτοπεριορισμού, των αυτοαξιολογήσεων και κάνοντας τον χρήστη να έχει λιγότερη επίγνωση στις συνέπειες της πιθανής αποκλίνουσας συμπεριφοράς του. Ως εκ τούτου, μπορεί κανείς να προβλέψει ότι η ανωνυμία που παρέχεται στους χρήστες του διαδικτύου θα μπορούσε να είναι σημαντική στην εξήγηση των αποκλίνουσων συμπεριφορών σε διαδικτυακές πλατφόρμες, μπορεί να προκαλέσει σε έναν χρήστη να είναι πιο πρόθυμος να συμμετάσχει σε αντικοινωνικές συμπεριφορές όπως η παρενόχληση στον κυβερνοχώρο (Hardaker, 2010).

Μια άλλη επίδραση της ανωνυμίας είναι η επιθετικότητα -οι χρήστες τείνουν να είναι πιο επιθετικοί σε ανώνυμες συνθήκες. Οι Twyman&Comeaux (2010) πρότειναν ότι η πιθανή εξήγηση για το γιατί ορισμένοι χρήστες επιλέγουν να φοβηθούν σε απευθείας σύνδεση αλλά όχι και εκτός σύνδεσης είναι ότι το πέπλο της προστασίας που παρέχεται από την ανωνυμία στις ηλεκτρονικές πλατφόρμες επικοινωνίας το οποίο επιτρέπει στους χρήστες να ενδιαφέρονται λιγότερο για τις συνέπειες των δικών τους αποκλίνουσων συμπεριφορών(Smith, 2006).

Επιπλέον, προηγούμενες μελέτες υποστήριζαν την άποψη ότι η κατάσταση ανωνυμίας μπορεί να οδηγήσει σε αυξημένη πιθανότητα για τους χρήστες να επηρεαστούν από άλλες αρνητικές συμπεριφορές. Ο Rosenberry (2011) ο οποίος διαπίστωσε ότι οι αρνητικές συζητήσεις σχετικά με τα ηλεκτρονικά φόρουμ ειδήσεων θα μπορούσαν να αποδοθούν σε μεγάλο βαθμό στην ανωνυμία που παρέχεται στους χρήστες του φόρουμ.

Η ανωνυμία προωθούσε μια αυξημένη τάση να δημοσιεύονται μηνύματα παρορμητικά και αρνητικά. Ένα τέτοιο φαινόμενο μπορεί επίσης να επηρεάσει την κλίση του ατόμου να εμπλακεί σε μη αποδεκτή συμπεριφορά στον κυβερνοχώρο σε ηλεκτρονικές πλατφόρμες όπως τα **μέσα κοινωνικής δικτύωσης** (Smith, 2006).

4.6. Θεωρία Επεξεργασίας Κοινωνικών Πληροφοριών (ΘΕΚΠ)

Όπως αναθεωρήθηκε στις προηγούμενες ενότητες, η εντύπωση που δημιουργείται από τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας ενός εν δυνάμει θύματος του διαδικτυακού εκφοβισμού, μπορεί να είναι σημαντική για τον προσδιορισμό της πρόθεσης ενός **cyberbully** να εκφοβίσει το στόχο. Χαρακτηριστικά όπως η αντιληπτή εξωστρέφεια, η κυριαρχία και το επίπεδο της αποξένωσης του στόχου, μπορεί να μεσολαβήσει για το πώς τα διαθέσιμα σήματα στα **μέσα κοινωνικής δικτύωσης** επηρεάζουν τον εκφοβισμό στον κυβερνοχώρο (VanDijk, 2013).

Η ΘΕΚΠ γίνεται κατανοητή από τον τρόπο με τον οποίο οι χρήστες στο διαδίκτυο προσπαθούν να χρησιμοποιήσουν διαφορετικά σήματα στο διαδίκτυο για να αντισταθμίσουν τα παραδοσιακά σήματα που λείπουν σε ένα ηλεκτρονικό περιβάλλον. Αυτό επιτρέπει στους χρήστες του **διαδικτύου** να ενδυναμώσουν περισσότερο τις σχέσεις μεταξύ τους.

Αυτή η διαδικασία εξατομίκευσης μπορεί να εξηγηθεί περαιτέρω μέσω του τρόπου με τον οποίο οι χρήστες χρησιμοποιούν τα διαθέσιμα ηλεκτρονικά μηνύματα για να σχηματίσουν εντυπώσεις σχετικά με τον στόχο.

Ο Walther (1996) πρότεινε ότι οι online χρήστες, είναι σε θέση να επιδεικνύουν συμπάθεια (δηλ. προτίμηση) για άτομα στο διαδίκτυο, παρόλο που υπάρχει έλλειψη μη λεκτικών σημείων (π.χ. χειρονομίες ή στυλ ένδυσης). Η ΘΕΚΠ χρησιμοποιήθηκε σε διάφορες μελέτες, συμπεριλαμβανομένου του τρόπου με τον οποίο οι άνθρωποι έμαθαν να μιλούν περισσότερο με την πάροδο του χρόνου και πώς οι άνθρωποι δημιούργησαν εικονικές φίλιες και πώς οι χρήστες στο διαδίκτυο χρησιμοποιούν τα στοιχεία που είναι διαθέσιμα στις ιστοσελίδες για να τους βοηθήσουν στην απόφασή τους να βρουν τον σύντροφό τους.

Εφαρμόζοντας τη ΘΕΚΠ, προβλέπεται ότι μέσω διαθέσιμων διαδικτυακών ενδείξεων, όπως ο αριθμός των αρνητικών σχολίων και ο φίλος παίζει σημαντικό ρόλο στο **Facebook**, οι χρήστες μπορούν να μειώσουν την αβεβαιότητα που έχουν για ένα συγκεκριμένο άτομο, συμπεριλαμβανομένης της αντιλαμβανόμενης εξωστρέφειας και απομόνωσης ενός εν δυνάμει θύματος διαδικτυακού εκφοβισμού. Αυτές οι εντυπώσεις, με τη σειρά τους, μπορεί να επηρεάσουν την πρόθεση του χρήστη προς την κατεύθυνση του να διαπράξει διαδικτυακό εκφοβισμό εναντίον του θύματος. Ως εκ τούτου, είναι πιθανό ότι η πρόθεση να διαπράξει κανείς διαδικτυακό εκφοβισμό στο **Facebook** συνδέεται έμμεσα με στοιχεία όπως οι φίλοι που έχει ένα εν δυνάμει θύμα στο **Facebook** και τον αριθμό των αρνητικών σχολίων. Με άλλα λόγια, τέτοιου είδους συμβουλές μπορούν να βοηθήσουν τους χρήστες να σχηματίσουν εντυπώσεις για το στοχευμένο άτομο (όπως εξηγείται από τη ΘΕΚΠ), και μέσα από αυτές τις εντυπώσεις, οι χρήστες μπορούν να αποφασίσουν εάν θέλουν να συμμετάσχουν σε δραστηριότητες διαδικτυακής παρενόχλησης (VanDijk, 2013).

4.7. Συμπερασματικά

Με την επέκταση των τεχνολογιών του Διαδικτύου και των κοινωνικών δικτύων, ο κυβερνο-εκφοβισμός γίνεται όλο και πιο συνηθισμένος και πιο σοβαρός. Οι πληροφορίες που παρουσιάζονται στην παρούσα εργασία, πρέπει να δώσουν στους ανθρώπους μια καλύτερη κατανόηση για το τι είναι ο νταής στον κυβερνοχώρο, πόσο επιβλαβής μπορεί πραγματικά να είναι και πώς μπορεί να αποφευχθεί η εκφοβιστικότητα στον κυβερνοχώρο. Αυτά τα

στοιχεία μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να βοηθήσουν τα θύματα να συνειδητοποιήσουν ότι δεν είναι μόνοι και δεν πρέπει να ενδώσουν στις επικίνδυνες συμπεριφορές ενός νταή.

Τα παιδιά τσακώνονται πάνω από τις φωτογραφίες, τις αναρτήσεις **ιστοτόπων** και τα βίντεο που δημοσιεύονται από τους αστυνομικούς χρησιμοποιώντας το Διαδίκτυο. Το **cyber-bullying** είναι τεχνολογικά τροφοδοτούμενο και θα επιδεινωθεί, καθώς η τεχνολογία γίνεται πιο διαδεδομένη. Ας ελπίσουμε ότι μελλοντικά η ενημέρωση της σημερινής νεολαίας και των γονέων θα γίνει μεγαλύτερη και καλύτερη. Εάν δει κανείς, κάποιο είδος εκφοβισμού που συμβαίνει μπροστά του, οφείλει να το σταματήσει αν είναι δυνατόν και στη συνέχεια να το αναφέρει (VanDijck, 2013).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο : « Τα SocialMedia ανά τον Κόσμο»

5.1. Χώρες όπου Δεν επιτρέπονται τα SocialMedia

Μετά από σχετική έρευνα, διαπιστώθηκε ότι υπάρχουν κάποια κράτη που δεν επιτρέπουν στους πολίτες τους την πρόσβαση σε ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης. Οι χώρες αυτές είναι:

-Κίνα: Στην Κίνα, ήδη από το 2009 απαγορεύεται στον οποιοδήποτε να δημιουργήσει λογαριασμό σε κοινωνικά μέσα δικτύωσης όπως το **Facebook** το Twitter και το YouTube. Μάλιστα, μία μουσουλμανική μειονότητα που βρίσκεται στην Κίνα προέβη σε μία ειρηνική διαμαρτυρία όπου πολλοί έπεσαν νεκροί κατά τη διάρκεια της διαμαρτυρίας αυτής (VanDijk, 2013).

-Τουρκία: Πριν τις εκλογές που ανέδειξαν πρόεδρο της Τουρκίας τον Ερντογάν, η τουρκική κυβέρνηση απαγόρευσε την είσοδο όλων των πολιτών της Τουρκίας στους κοινωνικούς ιστότοπους του YouTube και του Twitter για να μην υπάρχουν αντικυβερνητικές διαμαρτυρίες.

-Ιράν: Το 2009 Επίσης το Ιράν απαγόρευσε την πρόσβαση στο Twitter, το YouTube και το **Facebook** μετά από τις εκλογές που έγιναν στη χώρα.

-Βόρεια Κορέα: Στη Βόρεια Κορέα δεν επιτρέπεται σε όλους τους πολίτες να έχουν ίντερνετ.

-Ερυθραία: Στην Ερυθραία, η τοπική κυβέρνηση υποχρεώνει όλους τους παρόχους Τηλεπικοινωνιών να χρησιμοποιούν μία κρατικά ελεγχόμενη διαδικτυακή υπηρεσία. Αυτό τέθηκε σε ισχύ ήδη από το 2011, όπου το ίδιο έτος δύο από τους μεγαλύτερους παρόχους Τηλεπικοινωνιών μπλόκαραν το YouTube. Δεν είναι τυχαίο ότι η Ερυθραία είναι στη λίστα των πιο λογοκριμένων χωρών του κόσμου.

-Ηνωμένο Βασίλειο: Στο Ηνωμένο Βασίλειο, το 2011 ο πρωθυπουργός Κάμερον απειλήσε ότι θα απαγορεύσει το Twitter και το **Facebook**, αλλά τελικά δεν έκανε την απειλή του πράξη.

Άξιο αναφοράς είναι ότι ύστερα από το ξέσπασμα της "αραβικής άνοιξης", το Twitter απαγορεύθηκε εντελώς σε αρκετές κυβερνήσεις. ανάμεσα στις κυβερνήσεις αυτές ανήκει η Αίγυπτος το Μαλάουι το Καμερούν η Τυνησία και η Αλγερία.

5.2. 10 Απίστευτα Περιστατικά του Facebook

1) Η γυναίκα που είχε κλαπεί φωτογραφία της στο **Facebook** και χρησιμοποιήθηκε ως διαφήμιση στην Τσεχική Δημοκρατία



Η όμορφη οικογένεια του Μισσούριποζάζει για την φωτογραφία των Χριστουγέννων. Αλλά αυτό που δεν περίμεναν είναι ότι η φωτογραφία θα κατέληγε κάπου αλλού εκτός από το σαλόνι τους. Μια γιγαντιαία εκδοχή της εικόνας εντοπίστηκε από έναν φίλο τους σε ένα κατάστημα τροφίμων στην Πράγα, της Τσεχικής Δημοκρατίας. Η φωτογραφία χρησιμοποιήθηκε ως διαφήμιση χωρίς άδεια. Στο κατάστημα Grazie στον ιδιοκτήτη της Πράγας, ο MarioBertuccio είπε ότι το πήρε από το διαδίκτυο και δεν είχε ιδέα ότι ανήκε σε μια πραγματική οικογένεια.

2) Η καταθλιπτική γυναίκα που έχασε τα οφέλη από τις φωτογραφίες της στην παραλία του **Facebook**

Η NathalieBlanchard, μια γυναίκα από το Κεμπέκ, για μακροχρόνια αναρρωτική άδεια, είχε σταματήσει να λαμβάνει μηνιαίες αποδοχές, αφού δημοσίευσε τις φωτογραφίες του **Facebook** για να διασκεδάσει. Ενάμιση χρόνο πριν, η γυναίκα είχε άδεια από την εργασία της στην IBM στο Bromont λόγω της διάγνωσης της κατάθλιψης και λάμβανε παροχές ασθένειας κάθε μήνα από την ασφαλιστική εταιρεία TheManulife.

Ωστόσο, οι φωτογραφίες που αναρτήθηκαν στο δικτυακό τόπο την έδειξαν να χορεύει σε μια παραλία, να διασκεδάει σε μια εκπομπή και να απολαμβάνει το πάρτι γενεθλίων της έκανε να δείχνει μάλλον ευτυχισμένη. Έτσι, η ασφαλιστική εταιρεία κατάλαβε ότι δεν ήταν πλέον σε κατάθλιψη και σταμάτησε να πληρώνει τα οφέλη. Η γυναίκα είπε ότι ενημέρωσε τη Manulife για το ταξίδι και ότι οι εικόνες δεν αποτελούν απόδειξη ότι η συνολική της διάθεση είχε βελτιωθεί.

3) Ο γαμπρός που ενημέρωσε το **Facebook** στα σκαλιά της εκκλησίας κατά τη διάρκεια του γάμου του

Πριν φιλήσει τη νύφη, οDanaHanna, προγραμματιστής λογισμικού πήρε το κινητό του και ενημέρωσε την κατάσταση της σχέσης του στο **Facebook**και το Twitter. Έδωσε επίσης ένα στη νέα σύζυγό του για να κάνει το ίδιο.

4) Ο σύζυγος που παράτησε τη γυναίκα του από το **Facebook**

Η EmmaBrady, μια γυναίκα ηλικίας 35 ετών, συγκλονίστηκε από ένα μήνυμα που ο σύζυγός της δημοσίευσε στον **ιστότοπο** κοινωνικής δικτύωσης: «Ο NeilBrady έχει τελειώσει τον γάμο του με την EmmaBrady». Η γυναίκα είπε ότι δεν είχε ιδέα για αυτό μέχρι που ο καλύτερος φίλος της στη Δανία της τηλεφώνησε για να "ελέγξει εάν ήταν εντάξει".

Ο πρώην σύζυγός της NeilBrady, ο οποίος ζει τώρα με τη μητέρα του, δήλωσε ότι είχε αναφέρει το χωρισμό στη γυναίκα του.

5) Ο έφηβος που αποχώρησε από τις κατηγορίες επίθεσης χάρη σε ένα άλλοθι στο **Facebook**

Ο RodneyBradford, ένας 19χρονος άνδρας, δεν θα πίστευε ποτέ ότι ένα μήνυμα που γράφτηκε στο **Facebook** θα γινόταν το διαβατήριό του στην ελευθερία. "Πού είναι οι τηγανίτες μου" Rodney δακτυλογραφημένο Το Σάββατο, 17 Οκτωβρίου, στις 11:49 π.μ. από το διαμέρισμα του πατέρα του στο Χάρλεμ.

Την επόμενη μέρα ο νέος συνελήφθη ως ύποπτος σε ληστεία. Ο δικηγόρος υπεράσπισης του, RobertReuland, χρησιμοποίησε την καταχώρηση του **Facebook**, που έγινε κατά τη στιγμή της ληστείας, ως το άλλοθι του. Αυτό, ελέγχθηκε αργότερα από τον εισαγγελέα της περιοχής, ο οποίος απέσυρε τις κατηγορίες μόλις επιβεβαιώθηκε το άλλοθι στο **Facebook**.

6) Το απαχθέν παιδί που βρήκε την οικογένειά του μετά από 22 χρόνια με βοήθεια από το **Facebook**



Ο AlexAnfuso, ένας Ιταλός που απήχθη από τον πατέρα του στην ηλικία των 5 ετών, έζησε στο Κάιρο, τα τελευταία 22 χρόνια, χρησιμοποιώντας ένα διαφορετικό όνομα. Ο άνθρωπος επανεμφανίστηκε μέσω του διάσημου ιστοτόπου κοινωνικής δικτύωσης με τις ακόλουθες θέσεις: "Το όνομά μου είναι Alex, ψάχνω για την οικογένειά μου, ψάχνω για τη μητέρα μου".

Το 1987, ενώ η μητέρα του Alex ήταν φυλακισμένη στη φυλακή Rebibbia της Ρώμης, ο πατέρας του πήρε το μικρό αγόρι από την Guidonia της Ιταλίας και τον έφερε στην Αίγυπτο, όπου έζησε από τότε. Ο Anfuso, ο οποίος είναι τώρα 28 ετών, δεν έχει αιγυπτιακό πιστοποιητικό γέννησης ή ακόμα και κατοικία στην Αίγυπτο.

Μετά από όλα αυτά τα χρόνια, σε μια απεγνωσμένη προσπάθεια να έρθει σε επαφή με τους ιταλούς συγγενείς του, έστειλε μηνύματα σε πολλούς με το επώνυμο «Anfuso». Επίσης, ήρθε σε επαφή με τον Pino Anfuso, έναν τεχνικό τηλεόρασης που εργάζεται για τον κρατικό ραδιοτηλεοπτικό οργανισμό RAI και παρόλο που δεν ήταν συγγενής του, αποφάσισε να μοιραστεί την ιστορία στη λαϊκή τηλεοπτική εκπομπή του. Ο Αλέξ βγήκε στον αέρα για να πει την ιστορία του και, δυστυχώς, ανακάλυψε ότι η μητέρα του είχε πεθάνει.

7) Το αγόρι που έκανε μια δημοσκόπηση στο **Facebook** λέγοντας: "Αν πάρω 1.000.000 "μου αρέσει", θα κάνω το τατουάζ τα 150 Pokemon στην πλάτη μου!"



Ένας νεαρός από το Εκουαδόρ αποφάσισε να ανοίξει μια ομάδα στο **Facebook** υπό την ονομασία «Αν πάρω 1.000.000, εγώ, ο José Romero, θα κάνω τατουάζ τα 150 Pokemon στην πλάτη μου.» Αλλά δεν θα φανταζόταν ότι η πρόκληση θα προσελκύσει χιλιάδες που ήταν πρόθυμοι να τον υποστηρίξουν στην προσπάθειά του. Τόση ήταν η ευφορία των ανθρώπων που ενθουσιάστηκαν από την υπόσχεση του αγοριού που, μετά από 24 ώρες, 50.000 άνθρωποι είχαν ήδη ενταχθεί στην ομάδα. Ο νεαρός άνδρας ίσως αισθάνθηκε εκφοβισμένος από τον αριθμό των οπαδών που συνεχίστηκε να αυξάνεται, που αποφάσισε να καταστείλει το προφίλ του έτσι ώστε κανείς να μην τον βρει.

8) Το ζευγάρι με το ίδιο ονοματεπώνυμο που παντρεύτηκε μετά από συνάντηση μέσω **Facebook**

Αυτό που είναι τόσο ασυνήθιστο για αυτό το ζευγάρι δεν είναι ότι συναντήθηκαν στο διαδίκτυο αλλά ότι έχουν ακριβώς το ίδιο όνομα! Ένας άντρας από το Τέξας, που ονομάστηκε Kelly Hildebrandt, συναντήθηκε με την Kelly Hildebrandt από τη Φλόριντα, και είναι έτοιμοι να παντρευτούν. Τα πουλιά αγάπης συναντήθηκαν όταν η Kelly, το κορίτσι, κοίταξε το όνομά της στο **Facebook**. Αναρωτιόταν αν υπάρχει κάποια άλλη Kelly Hildebrandt στο **Facebook**, έτσι, έψαξε το όνομά της και εμφανίστηκε ο αγαπημένος της.

9) Το δεκατριών χρονών κορίτσι που συναντήθηκε με έναν άντρα στο **Facebook**, είχε σεξουαλική επαφή μαζί του και στη συνέχεια τον έκρυβε στο ντουλάπι της.

Μία πολύ σοκαρισμένη μητέρα κάλεσε την αστυνομία αφού άνοιξε την ντουλάπα της κρεβατοκάμαρας της εφηβικής κόρης της και βρήκε έναν 19χρονο άντρα κρυμμένο μέσα. Το 13χρονο κορίτσι παραδέχτηκε ότι είχε σεξουαλική επαφή με τον άνδρα μετά από γνωριμία τους στο **Facebook**. Στην πραγματικότητα, σύμφωνα με την αστυνομία, ο άνθρωπος βρισκόταν στο ντουλάπι από τουλάχιστον 2 ημέρες πριν.

10) Η νύφη που ακύρωσε το γάμο αφού είδε τον αρραβωνιαστικό της να αγκαλιάζει μια άλλη γυναίκα στο **Facebook**

Λίγες μέρες πριν από το γάμο, μια εξαγριωμένη αρραβωνιαστικιά άφησε το σύντροφό της, αφού τον είδε να φιλιέται με άλλη γυναίκα στο **Facebook**. Η θυμωμένη γυναίκα έστειλε απίστευτες σε όλη τη Ρώμη, όταν είδε τις στιγμές του συζύγου της, που ονομάστηκε Antonio M. από τα ιταλικά μέσα ενημέρωσης, αγκαλιάζοντας μια άλλη γυναίκα στην ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο :«Facebook και Υγεία»

Οι περισσότεροι ιστότοποι κοινωνικού δικτύου (**Facebook**, Twitter, Instagram κλπ.) είναι γνωστοί στους περισσότερους ανθρώπους, καθώς πάνω από ένα δισεκατομμύριο από εμάς χρησιμοποιούν τακτικά ένα ή περισσότερα από αυτά. Επομένως, η κοινωνική δικτύωση είναι κατά πολύ μια φυσιολογική σύγχρονη πρακτική. Οι παθολογικές μορφές φυσιολογικών και αναγκαίων συμπεριφορών έλαβαν αυξημένη προσοχή τις τελευταίες δεκαετίες καθώς οι επιστήμονες έχουν αναγνωρίσει εντυπωσιακές ομοιότητες μεταξύ των χημικών εξαρτήσεων (εξάρτηση από τα ναρκωτικά) και των μη χημικών επίμονα υπερβολικών συμπεριφορών παθολογικός τζόγος). Οι χημικοί και συμπεριφοριστικοί εθισμοί έχουν κοινά επτά βασικά συμπτώματα: ορμητικότητα, ανοχή, τροποποίηση διάθεσης, σύγκρουση, απόσυρση, προβλήματα και υποτροπή. Η υπερβολική και ψυχαναγκαστική συμπεριφορά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προτάθηκε πρόσφατα ως συμπεριφορικός εθισμός, παρόλο που δεν αναγνωρίζεται επίσημα ή ενσωματώνεται στην τρέχουσα ψυχιατρική νοσολογία (Stelzner, 2014).

6.1. Ορισμός

Οι Andreassen και Pallesen ορίζουν τον εθισμό των ΜΚΔ ως "να ανησυχεί κάποιος υπερβολικά για τα ΜΚΔ, να οδηγηθεί από ένα ισχυρό κίνητρο να συνδεθεί ή να χρησιμοποιήσει τα ΜΚΔ και να αφιερώνει τόσο πολύ χρόνο και προσπάθεια στα ΜΚΔ ώστε να εμποδίζουν άλλες κοινωνικές δραστηριότητες, μελέτες / εργασία, διαπροσωπικές σχέσεις και / ή ψυχολογική υγεία και ευημερία ". Αυτός ο ορισμός αντικατοπτρίζει τα προαναφερθέντα συμπτώματα εξάρτησης. Υποστηρίζουν ότι οι εθισμένοι στα ΜΚΔ συνήθως ξοδεύουν πολύ χρόνο σκεπτόμενοι τα ΜΚΔ και για το πώς μπορεί να απελευθερώσουν περισσότερο χρόνο για κοινωνική δικτύωση. Συχνά, ξοδεύουν πολύ περισσότερο χρόνο στα ΜΚΔ από ό, τι αρχικά προοριζόταν, αισθάνονται μια παρόρμηση για τα κοινωνικά δίκτυα όλο και περισσότερο για να επιτύχει το ίδιο επίπεδο ευχαρίστησης. Χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ για να μειώσουν τα συναισθήματα ενοχής, άγχους, ανησυχίας, αδυναμίας και κατάθλιψης, για να ξεχάσουν τα προσωπικά τους προβλήματα (τροποποίηση της διάθεσης). Εάν τους απαγορεύονται τα ΜΚΔ, οι εθισμένοι συνήθως γίνονται αγχώδεις, ανήσυχοι, προβληματικοί ή ευερέθιστοι και αισθάνονται άσχημα εάν δεν μπορούν να συμμετάσχουν στην κοινωνική δικτύωση (απόσυρση). Δεν λαμβάνουν υπόψη τις συμβουλές άλλων για να μειώσουν το χρόνο που περνάνε στα ΜΚΔ. Παρόλα αυτά, έχουν προσπαθήσει συνήθως να μειώσουν την κοινωνική δικτύωση χωρίς επιτυχία. Όταν αποφασίζουν να χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ λιγότερο συχνά, δεν καταφέρνουν να το κάνουν (υποτροπή). Οι εθισμένοι στα ΜΚΔ δίνουν λιγότερη προτεραιότητα στα χόμπι, στις μελέτες / στις δουλειές, στις δραστηριότητες αναψυχής και στην άσκηση, και αγνοούν τους συνεργάτες τους, τα μέλη της οικογένειας ή τους φίλους τους λόγω των ΜΚΔ (σύγκρουση). Οι τοξικομανείς συχνά χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ τόσο πολύ ώστε να επηρεάζουν αρνητικά την υγεία τους, την ποιότητα του ύπνου, τις σχέσεις τους και την ευημερία (προβλήματα) (Stelzner, 2014).

Κάποιοι μπορεί να υποστηρίζουν ότι η έννοια του "εθισμού ΜΚΔ" αντιπροσωπεύει μια περιττή παθολογία μιας συνηθισμένης ακραίας συμπεριφοράς. Ωστόσο, φαίνεται ότι υπάρχει εμπειρική υποστήριξη για την ιδέα ότι ορισμένα άτομα εμφανίζουν συμπεριφορά σχετιζόμενη με τα ΜΚΔ που είναι ψυχαναγκαστική και ανεξέλεγκτη, η οποία μπορεί καλύτερα να κατανοηθεί σε μια εξάρτηση. Επιπλέον, μια βασική διάκριση μεταξύ της φυσιολογικής υπερσύνδεσης στην κοινωνική δικτύωση (που περιστασιακά βιώνουν πολλοί) και του εθισμού των ΜΚΔ είναι ότι ο τελευταίος, σε αντίθεση με τον πρώτο, συνδέεται με δυσμενείς συνέπειες και ότι η κοινωνική δικτύωση γίνεται ανεξέλεγκτη και καταναγκαστική. Εν

ολίγοις, οι υπερσυνδεδεμένοι στα ΜΚΔ παραμένουν υπό έλεγχο. Εκτιμούν άλλες δραστηριότητες και οδηγούν πολυδιάστατες ζωές. Ωστόσο, για τους εθισμένους στα ΜΚΔ, οτιδήποτε παρεμβαίνει στην κοινωνική δικτύωση είναι αρνητικό. Παρόλο που η συμπεριφορά οδηγεί σε ανεπιθύμητες συνέπειες, όπως η αϋπνία ή οι συσχετιστικές συγκρούσεις, ο εξαρτημένος από τα ΜΚΔ υποστηρίζει το πρότυπο συμπεριφοράς, παράλληλα με άλλες συμπεριφορές εθισμού. Έτσι, ο εθισμός στα ΜΚΔ είναι κάτι ποιοτικά διαφορετικό από τον υπερβολικό χρόνο που αφιερώνεται σε ΜΚΔ (επειδή οι άνθρωποι μπορούν να περάσουν πολλές ώρες σε αυτές τις πλατφόρμες για πολλούς λόγους χωρίς να είναι εθισμένοι σε αυτό) ή να συνδεθούν στα ΜΚΔ από το πρωί μέχρι το βράδυ (Chou, 2009).

6.2. Επιδημιολογία του εθισμού των ΜΚΔ



Οι μελετητές υποστηρίζουν ότι ο εθισμός των ΜΚΔ έχει αυξηθεί, ειδικά με τις νέες τεχνολογίες (φορητοί υπολογιστές, smartphones). Ωστόσο, είναι δύσκολο να υπάρξουν αξιόλογες στατιστικές σχετικά με τον εθισμό στα ΜΚΔ (VanDijk, 2013).

Οι μελέτες συνήθως περιλαμβάνουν μικρά και μη αντιπροσωπευτικά δείγματα παιδιών που χρησιμοποιούν διάφορες μεθόδους διαλογής - καθιστώντας δύσκολη τη σύγκριση των αποτελεσμάτων στις μελέτες. Ωστόσο, πρόσφατα άρθρα σχετικά με το φαινόμενο της εξάρτησης από το **Facebook**, υποδεικνύουν ότι το 2% των ενηλίκων των ΗΠΑ είναι εθισμένοι. Ο χαμηλός δείκτης επικράτησης 1,6% βρέθηκε σε ένα νιγηριανό δείγμα και μπορεί να εξηγηθεί από το χαμηλό επίπεδο προσβασιμότητας στο Internet. Το υψηλό ποσοστό επικράτησης 34% βρέθηκε σε δείγμα 335 Κινέζων μαθητών (10-17 ετών) (Chou, 2009).

Υπάρχουν ορισμένες ενδείξεις ότι ο εθισμός στα ΜΚΔ είναι πιο διαδεδομένος σε ορισμένες ομάδες. Συγκεκριμένα, οι μελέτες αναφέρουν υψηλότερες εκτιμήσεις μεταξύ των νέων και των γυναικών, αν και ορισμένες μελέτες έχουν βρει υψηλότερες εκτιμήσεις στους ηλικιωμένους χρήστες και στους άνδρες. Άλλες μελέτες έχουν βρει ότι ο εθισμός των ΜΚΔ δεν σχετίζεται με την ηλικία και το φύλο.

Μια πρόσφατα δημοσιευμένη μελέτη των προγνωστικών της ιδιωτικής χρήσης των κοινωνικών μέσων στην εργασία σε ένα δείγμα 10.018 υπαλλήλων έδειξε ότι η χρήση αυτή σχετίζεται με το ανδρικό φύλο, τους νεότερους ενήλικες, την ενιαία κατάσταση και την ανώτερη εκπαίδευση. Ωστόσο, αυτή η μελέτη δεν μετρήσε τον εθισμό των ΜΚΔ (Chou, 2009).

Συνολικά, λόγω της κακής ποιότητας των προηγούμενων ερευνών σχετικά με την επικράτηση του εθισμού ΜΚΔ όσον αφορά τη δειγματοληψία, το σχεδιασμό της μελέτης, τη μέτρηση και

την βαθμολογία που χρησιμοποιείται, είναι πρόωρο να εξαχθούν συμπεράσματα σχετικά με την επικράτηση και τον σχετικό παράγοντα κινδύνου του εθισμού ΜΚΔ (VanDijck, 2013).

6.3. Εξηγήσεις για τον εθισμό στα ΜΚΔ

Ο εθισμός στα ΜΚΔ είναι πιθανό να προωθηθεί από την ενσωμάτωση των παραθετικών, κοινωνικο-πολιτισμικών και ενισχυτικών παραγόντων συμπεριφοράς.

- Παράγοντες διάθεσης

Οι νευροβιολογικές εξηγήσεις και μελέτες σχετικά με τον εθισμό στα ΜΚΔ επί του παρόντος λείπουν, αν και η νευροβιολογία συχνά αντιμετωπίζεται όταν εξηγούνται άλλες συμπεριφορικές και χημικές εξάρσεις. Οι εθιστικές συμπεριφορές αντιμετωπίζονται συχνά επιτυχώς μέσω φαρμακοθεραπείας που στοχεύει στο σύστημα ανταμοιβής του εγκεφάλου, το οποίο στηρίζεται στις νευροβιολογικές εξηγήσεις (Chou, 2009).

Οι μελέτες περί νευροαπεικόνισης των εξαρτώμενων από το διαδίκτυο και των τυχερών παιχνιδιών υποστηρίζουν αυτές τις εξηγήσεις ακόμη περισσότερο. Έτσι, με βάση τα ευρήματα από την έρευνα που διεξήχθη σε άλλους συμπεριφοριστικούς και εθιστικούς παράγοντες, είναι πιθανό οι εθισμένοι να είναι βιολογικά διατεθειμένοι να αναπτύξουν την υπερβολική και ψυχαναγκαστική συμπεριφορά των κοινωνικών δικτύων (VanDijck, 2013).

Η σχέση μεταξύ των παραγόντων προσωπικότητας και του εθισμού ΜΚΔ έχει καθιερωθεί σε προηγούμενες έρευνες. Οι μελέτες βασίζονται συχνά στο μοντέλο προσωπικότητας των παρακάτω παραγόντων, με έμφαση στις ακόλουθες κύριες διαστάσεις: νευρωτισμός, εξωστρέφεια, ανοιχτότητα στην εμπειρία συνείδηση. Τα μέτρια επίπεδα αυτών των παραγόντων θεωρούνται ως προσαρμόσιμα και οι ακραίες εκδοχές ως αντιπαραγωγικές. Ο νευρωτισμός εκδηλώνεται από την τάση να εμφανίζονται δυσάρεστα συναισθήματα (άγχος, κατάθλιψη, φόβος). Η έρευνα δείχνει ότι αυτό το χαρακτηριστικό συσχετίζεται θετικά με τον εθισμό των ΜΚΔ. Η εξωστρέφεια (εξερχόμενη, κοινωνική) συσχετίζεται επίσης συχνά με εθισμένους ΜΚΔ. Η συνείδηση χαρακτηρίζεται από την αυτοπειθαρχία και την επιδίωξη της για επίτευξη, κατά συνέπεια τα χαμηλά αποτελέσματα έχουν συνδεθεί με τον εθισμό των ΜΚΔ. Σύμφωνα με μια πρόσφατη έρευνα, διαπιστώθηκε ότι η εξωστρέφεια και ο νευρωτισμός ήταν θετικά και αρνητικά συνειδησιακά συσχετισμένα με την ιδιωτική χρήση ΜΚΔ κατά τη διάρκεια των ωρών εργασίας. Επιπλέον, η παρορμητικότητα και ο ναρκισσισμός είναι άλλα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας που εκδηλώνονται από την τάση να δρουν με την ώθηση και το μεγαλειώδες εγώ, αντίστοιχα. Και τα δύο χαρακτηριστικά συνδέονται με τον εθισμό των ΜΚΔ (Chou, 2009).

Μελέτες έχουν επίσης προτείνει μια σύνδεση μεταξύ των εγγενών βασικών ψυχολογικών αναγκών και του εθισμού ΜΚΔ. Σύμφωνα με τη θεωρία της αυτοδιάθεσης, οι καθολικές ανάγκες για αυτονομία, ικανότητα και σχετικότητα, αποτελούν τη βάση για όλα τα ανθρώπινα κίνητρα. Η ανάγκη για αρμοδιότητα αναφέρεται στην ανάγκη για έλεγχο και κυριαρχία. Η ανάγκη για αυτονομία αναφέρεται στην ανάγκη να είναι υπεύθυνος και σε αρμονία με την ίδια τη ζωή και τον εαυτό του (έχοντας επιλογές και κάνοντας κάποιες επιλογές στις ΜΚΔ χωρίς παρεμβάσεις από γονείς). Η ανάγκη για συγγένεια αναφέρεται στην ανάγκη διαπροσωπικής αλληλεπίδρασης, συνάφειας, φροντίδας και φροντίδας από άλλους (τεράστια λίστα φίλων). Η έρευνα δείχνει ότι ο εθισμός των ΜΚΔ σχετίζεται με την ανάγκη ανικανότητας, την κοινωνική επαφή και την αίσθηση της μοναξιάς και τη μείωση της μοναξιάς. Έτσι, εάν οι ανάγκες είναι παραμορφωμένες, λαμβάνεται δράση για να τροφοδοτήσει την ανάγκη σε ισορροπία (τελικά οδηγώντας σε ψυχαναγκαστική συμπεριφορά ΜΚΔ) (VanDijck, 2013).

Οι βασικές γνωστικές λειτουργίες φαίνεται να παίζουν ρόλο στην προώθηση του εθισμού στα ΜΚΔ, συμπεριλαμβανομένων των βασικών πεποιθήσεων, των αποδόσεων, των σχημάτων, των προσδοκιών και των αυτόματων σκέψεων. Οι γνωστικές λειτουργίες ενεργοποιούν τη συμπεριφορά και συνεπώς μπορούν να ενεργοποιήσουν τη συμπεριφορά κοινωνικής δικτύωσης. Έτσι, μια αρνητική αυτο-ιδέα («δεν είμαι αρκετά καλή» ή «μου λείπουν οι κοινωνικές δεξιότητες») μπορεί να προκαλέσει συμπεριφορά κοινωνικής δικτύωσης σε περιπτώσεις όπου το άτομο πιστεύει ότι ο αριθμός των «συμπαθειών» και «οπαδών» σε ένα ΜΚΔ ισούται με την επιτυχία, και οδηγεί σε ψυχαναγκαστική κοινωνική δικτύωση. Αυτή η θεωρία υποστηρίζεται από μελέτες όπου ο εθισμός του ΜΚΔ συνδέεται εμπειρικά με τη χαμηλή αυτοεκτίμηση (Chou, 2009).

- Κοινωνικοπολιτισμικοί παράγοντες

Ο εθισμός των ΜΚΔ εξηγείται επίσης από μια κοινωνικοπολιτισμική προοπτική. Για παράδειγμα, ο εξαρτημένος από ένα ΜΚΔ μπορεί να επηρεάζεται από συγκεκριμένη οικογενειακή δυναμική (π.χ. γονική πίεση) ή παρατηρώντας την ιδεοληπτική συμπεριφορά κοινωνικής δικτύωσης των προτύπων ή περιφερειών όπως οι γονείς, τα αδέρφια, οι συμμαθητές ή άλλοι. Με μακροπρόθεσμη προοπτική, το υποσυνείδητο μας δίνει έμφαση στις κοινωνικές δεξιότητες, τις ικανότητες, τον ανταγωνισμό, τη διαθεσιμότητα, την κατάσταση, τη φήμη και την τύχη. Αυτά μπορεί να λειτουργήσουν ως σημαντικοί παράγοντες στην καλλιέργεια του εθισμού στα ΜΚΔ -που χρησιμεύουν ως προσωπικά και πολιτιστικά σύμβολα ελκυστικότητας (π.χ. εξελικτική ψυχολογία).

Οι διαπολιτισμικές μελέτες θα αποτελούσαν πλεονέκτημα για τη μελλοντική έρευνα, προκειμένου να διερευνηθούν περαιτέρω οι σχέσεις αυτές. Η χρήση των ΜΚΔ προάγει επίσης την κοινωνική σύγκριση (π.χ. αριθμό φίλων) καθώς και τη διαχείριση των εμφανίσεων (παρουσιάζοντας μια δοξασμένη πρόσοψη στα ΜΚΔ) και είναι συνεπώς κοινωνικοπολιτισμικοί παράγοντες που συμβάλλουν στον εθισμό (Chou, 2009).

- Παράγοντες ενίσχυσης της συμπεριφοράς

Ο εθισμός ΜΚΔ μπορεί επίσης να εξηγηθεί με βάση τις θεωρίες μάθησης. Εάν η υπερβολική συμπεριφορά στα κοινωνικά δίκτυα ανταμείφθηκε στο παρελθόν, η συμπεριφορά είναι πιθανό να επαναληφθεί. Τα θετικά αποτελέσματα, όπως η ψυχαγωγία, η δημοτικότητα και η προσοχή και η θετική ανατροφοδότηση από σημαντικούς άλλους, μπορεί έτσι να ενθαρρύνουν τη συμπεριφορά. Ομοίως, αν η συμπεριφορά στα κοινωνικών δικτύων έχει οδηγήσει στο παρελθόν στην αποφυγή αρνητικών συνεπειών (π.χ. πλήξη, κριτική, αποκλεισμός ομάδας), είναι πιο πιθανό να συμβεί ξανά.

Οι μελέτες δείχνουν ότι ο εθισμός των ΜΚΔ σχετίζεται με τα κίνητρα του χρόνου, της διασκέδασης, του φόβου της απώλειας, κλπ. Εκτός από τις αρχές της λειτουργικότητας, οι αρχές της κοινωνικής μάθησης και της μάθησης μοντέλων, η συμπεριφορά ενίσχυσης είναι επίσης εφαρμόσιμη στην κατανόηση της εξέλιξης του φαινομένου του εθισμού των ΜΚΔ - αλλά δεν έχει ακόμη δοκιμαστεί εμπειρικά.

Τέλος, τα δομικά χαρακτηριστικά που είναι εγγενή στα ίδια τα κοινωνικά δίκτυα, όπως το κουμπί "μου αρέσει", η άμεση ανατροφοδότηση και τα σχόλια, εντός και εκτός ομάδων, η δημοσίευση εικόνων κλπ. πιθανότατα ενισχύουν ακόμα περισσότερο τη συμπεριφορά. Οι χρήστες ΜΚΔ αναζητούν ανατροφοδότηση, και το παίρνουν από εκατοντάδες ανθρώπους αμέσως. Θα μπορούσε να υποστηριχθεί ότι οι πλατφόρμες έχουν σχεδιαστεί για να κάνουν τους χρήστες "εθισμένους" (VanDijck, 2013).

6.4. Αρνητικές συνέπειες του εθισμού ΜΚΔ

Παρά τις προσωρινές και άμεσες ικανοποιητικές επιπτώσεις που προκύπτουν από την κοινωνική δικτύωση, η μακροχρόνια υπερβολική και ψυχαναγκαστική κοινωνική δικτύωση είναι σπάνια ωφέλιμη και είναι εξ ορισμού ανθυγιεινή. Όσον αφορά την έρευνα των αποτελεσμάτων, οι προσδιορισμένες συσχετίσεις υποδηλώνουν ότι οι εξαρτημένοι από το ΜΚΔ υποφέρουν από συναισθηματικά, σχεσιακά προβλήματα υγείας και απόδοσης .

- Συναισθηματικά προβλήματα

Ο εθισμός σταΜΚΔ μπορεί να δημιουργήσει σημαντικά συναισθηματικά προβλήματα. Όπως και με άλλους εθισμούς, το άτομο συχνά γίνεται εθισμένο στη συμπεριφορά ως ανακούφιση από τα αρνητικά συναισθήματα δυσφορίας και στρες (μηχανισμός διαφυγής / ελέγχου). Εν ολίγοις, οι εξαρτημένοι από ταΜΚΔ ασχολούνται με την κοινωνική δικτύωση για να αποκτήσουν τον έλεγχο, αλλά στο τέλοςελέγχονται από τα **κοινωνικά δίκτυα**. Οι εθισμένοι μπορούν επίσης να χρησιμοποιούν την κοινωνική δικτύωση ως μέσο για να παραμείνουν αποσυνδεδεμένοι από τα συναισθήματά τους. Έτσι, οι εθισμένοι τωνΜΚΔ δεν είναι σε θέση να αποσυνδεθούν από τα ΜΚΔ, παρά την κατανόηση του καταστρεπτικού τους αντίκτυπου και μπορεί να αισθανθούν άγχος αν σταματήσουν την κοινωνική δικτύωση. Οι εθισμένοι σταΜΚΔ μπορεί να περιγράψουν μια θετική ενέργεια που λαμβάνουν από την κοινωνική δικτύωση, μερικές φορές το μπερδεύουν για εμπλοκή επειδή το συνδυάζουν με το συναίσθημα καλό. Ωστόσο, δεν αισθάνονται καλά για ένα χόμπι ή ένα κοινωνικό γεγονός - εκτός αν αφορά την κοινωνική δικτύωση. Είναι στην πραγματικότητα "πραγματική ζωή" που δεν αισθάνεται καλά. Πρόσφατες μελέτες ανέφεραν μια σχέση μεταξύ εθισμού ΜΚΔ και κατάθλιψης και άγχους, ενώ άλλοι ανέφεραν κακή αυτοεκτίμηση και ευεξία.

- Προβλήματα στις σχέσεις

Οι σχέσεις εκτός σύνδεσης υφίστανται δοκιμασίες, καθώς οι εξαρτημένοι από ταΜΚΔ ανησυχούν και αφιερώνουν το μεγαλύτερο μέρος του χρόνου τους στην κοινωνική δικτύωση. Άλλοι σταματούν να περνούν χρόνο με αυτούς και αποσύρονται κοινωνικά, αφήνοντας μια ταραγμένη προσωπική ζωή.

Η συναισθηματική ενόχληση που σχετίζεται με την ύπαρξη ή την κάλυψη υπερβολικών ποσοστών κοινωνικής δικτύωσης μπορεί επίσης να οδηγήσει τους εθισμένους σταΜΚΔ να απομονωθούν από το περιβάλλον τους. Μετά από αυτή τη συμπεριφορά στην κοινωνική δικτύωση, ο εξαρτημένος από ταΜΚΔ μπορεί να αντιμετωπίσει περαιτέρω σημαντική αγωνία, άγχος και συμπτώματα κατάθλιψης, που μπορεί να επηρεάσουν αρνητικά τις σχέσεις στο σπίτι (οικογενειακές συγκρούσεις), στο χώρο εργασίας / σχολείο), και κοινωνικά (απώλεια φίλων). Με λίγα λόγια, οι εθισμένοι σταΜΚΔ εμφανίζουν εξαιρετική αφοσίωση στην κοινωνική δικτύωση εις βάρος των διαπροσωπικών σχέσεων. Για παράδειγμα, μία μελέτη διαπίστωσε ότι η υπερβολική δικτύωση σε απευθείας σύνδεση συσχετιζόταν θετικά με τη δυσαρέσκεια των σχέσεων μέσω της ζήλιας και της συμπεριφοράς επιτήρησης από τον σύντροφο. Μια άλλη μελέτη ανέφερε την κοινωνική δυσλειτουργία ως συσχετισμό και έχει αναφερθεί περαιτέρω ότι ο εθισμός στις βαθμολογίες στο **Facebook**, συσχετίζονται σημαντικά με μια σειρά πιθανών σχεσιακών προβλημάτων.

- Προβλήματα που σχετίζονται με την υγεία

Η υπερβολική κοινωνική δικτύωση μπορεί να προκαλέσει δυσκολίες στον ύπνο. Όπως αναμένονται, υπάρχουν μελέτες που δείχνουν ότι οι εθισμένοι σταΜΚΔ αναφέρουν περισσότερα προβλήματα ύπνου και χαμηλότερη ποιότητα ύπνου σε σύγκριση με τους εθισμένους σε κάτι εκτόςΜΚΔ. Οι εθισμένοι στα ΜΚΔ, παραμένουν στην κοινωνική δικτύωση ακόμα και όταν δεν είναι προς το συμφέρον τους, με αποτέλεσμα την μειωμένη άσκηση, ανάπαυση και ανάρρωση.

Ως εκ τούτου, μελέτες έχουν αναφέρει συσχετισμούς μεταξύ εθισμού ΜΚΔ και αϋπνίας και σωματικών συμπτωμάτων. Από την έρευνα του ύπνου γνωρίζουμε ότι τέτοια προβλήματα σχετίζονται με την ψυχολογική και φυσιολογική βλάβη με την πάροδο του χρόνου. Συνολικά, οι επόμενες μελέτες θα αποτελέσουν ένα μεγάλο πλεονέκτημα για να διερευνηθεί εάν και πώς ο εθισμός τωνΜΚΔ σχετίζεται με τα συμπτώματα που σχετίζονται με την υγεία μακροπρόθεσμα.

- Προβλήματα απόδοσης

Καθώς οι εθισμένοι σταΜΚΔ μπορούν να αφιερώνουν περισσότερο χρόνο και να βάζουν περισσότερη προσπάθεια στα **κοινωνικά τους δίκτυα**, και να αποφύγουν άλλες δραστηριότητες, θα περίμενε κανείς να εκτελούν λιγότερα σε άλλους τομείς. Προφανώς, αυτές οι συμπεριφορές μπορούν να επηρεάσουν αρνητικά τη δουλειά και την ακαδημαϊκή απόδοση των δικών τους και των άλλων. Μια μελέτη περίπτωσης ενός εξαρτημένου ΜΚΔ ανέφερε απώλεια εργασίας λόγω της συμπεριφοράς της κοινωνικής δικτύωσης. Σύμφωνα με αυτό, μια πρόσφατη μελέτη 10.218 υπαλλήλων κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η χρήση ιστότοπων κοινωνικής δικτύωσης για προσωπικούς σκοπούς κατά τη διάρκεια των ωρών εργασίας, υποβαθμίζει τις επιδόσεις στην εργασία που αναφέρθηκαν από τον ίδιο τον χρήστη. Πρόσφατα, μελέτες έχουν επίσης εξετάσει προσεκτικά τη σχέση μεταξύ ακαδημαϊκών επιδόσεων και υπερβολικής χρήσης ΜΚΔ και εθισμού. Αυτές οι μελέτες αναφέρουν χαμηλότερους βαθμούς και φτωχότερες επιδόσεις λόγω τέτοιων ψηφιακών περισπασμών. Έτσι, παρόλο που ένα σταθερό συμπέρασμα είναι πρόωρο, μπορεί να υποθέσουμε ότι η ανεξέλεγκτη χρήση τωνΜΚΔ επηρεάζει αρνητικά την αποτελεσματικότητα και τα επιτεύγματα. Τα προαναφερθέντα συναισθηματικά, σχεσιακά και υγειονομικά προβλήματα που προκύπτουν από τον εθισμό του ΜΚΔ μπορεί επίσης να επηρεάσουν δυσμενώς την εργασία και τις ακαδημαϊκές επιδόσεις. Ωστόσο, δεδομένου ότι η χρήση του **Διαδικτύου** είναι κατά το μάλλον ή ήττον αδιαχώριστη από την επαγγελματική και προσωπική ζωή για τους περισσότερους από εμάς, οι παρεμβάσεις εναντίον του εθισμού σταΜΚΔ πρέπει να επικεντρώνονται στην ελεγχόμενη χρήση και όχι στη συνολική αποχή από τη συμπεριφορά των κοινωνικών δικτύων στο **διαδίκτυο**.

6.5 Θεραπευτικές παρεμβάσεις για εθισμό στα ΜΚΔ



Όλοι οι εθισμοί, συμπεριλαμβανομένου του εθισμού των ΜΚΔ, έχουν βλαβερές συνέπειες για τα περισσότερα άτομα. Παρόλα αυτά, καλά τεκμηριωμένες θεραπευτικές παρεμβάσεις, αν υπάρχουν, είναι δύσκολο να βρεθούν για αυτού του είδους εθισμού. Ωστόσο, οι στρατηγικές αυτοβοήθειας, οι θεραπείες και οι προληπτικές δράσεις που αποδείχθηκαν αποτελεσματικές για άλλες συμπεριφορές εθισμού μπορεί να λειτουργήσουν καλά και όταν πλησιάζουν τον εθισμό στα ΜΚΔ.

- Παρεμβάσεις αυτοβοήθειας

Υπάρχουν εφαρμογές που βοηθούν στην περικοπή του χρόνου που αφιερώνεται στα κοινωνικά μέσα και στην εξάλειψη των ψηφιακών περισπασμών. Με τη λήψη τέτοιων εφαρμογών, ο χρήστης των ΜΚΔ μπορεί να αποκλείσει τους **ιστότοπους** που θέλει να αποφεύγει. Είναι επίσης δυνατή η εγκατάσταση ρυθμίσεων σε ΜΚΔ που παρέχουν ενημερώσεις σταθερού χρόνου (π.χ. κάθε ώρα). Καθώς οι άνθρωποι πολύ συχνά περνούν υπερβολικές ώρες στους **ιστότοπους** του κοινωνικού δικτύου τους μέσω των κινητών τους, μπορούν να το απενεργοποιήσουν ή να το θέσουν σε λειτουργία πτήσης ή σιωπής όταν δεν επιθυμούν να διαταραχθούν.

Άλλες πρακτικές στρατηγικές αυτοβοήθειας μπορούν να καθορίσουν κριτήρια όπως η μη σύνδεση σε **ιστότοπους** κοινωνικής δικτύωσης στην εργασία ή το σχολείο, αφήνοντας το κινητό στην εργασία ή στο σπίτι, ο μη προγραμματίζοντας επαρκών διαλειμμάτων για επίσκεψη στους **ιστότοπους** του κοινωνικού δικτύου, τροποποιώντας τα πρότυπα σκέψης. Οι τεχνικές χαλάρωσης για την καλύτερη αντιμετώπιση της συναισθηματικής δυσφορίας μπορούν επίσης να καταστούν χρήσιμες (π.χ. προσοχή).

- Θεραπευτικές επεμβάσεις

Αρκετές μελέτες σχετικά με τη θεραπεία άλλων συμπεριφορικών εξαρτήσεων βασίστηκαν στη Θεραπεία της Γνωστικής-Συμπεριφοράς. Ορισμένες τεχνικές γνωστικής-συμπεριφορικής θεραπείας έχουν επίσης προταθεί για τη θεραπεία του εθισμού στο **Διαδίκτυο**. Η προσέγγιση περιλαμβάνει τη διερεύνηση διανοητικών διαδικασιών και επικεντρώνεται στον τρόπο με τον οποίο ο εξαρτημένος αντιλαμβάνεται, θυμάται, σκέφτεται και μιλάει και λύνει τα προβλήματα. Οι δυσλειτουργικές γνωστικές γνώσεις σχετικά με την κοινωνική δικτύωση και

τη δύναμη που προκύπτει από αυτές είναι συνεπώς μηδενισμένες και ανακατασκευασμένες. Ως εκ τούτου, δημιουργούνται εναλλακτικές σκέψεις και στρατηγικές για την αντιμετώπιση της συναισθηματικής δυσφορίας, των απαιτήσεων και της απόσπασης. Ένα ημερολόγιο χρήσης του **Διαδικτύου** συνήθως κρατείται μέσω της θεραπείας. Η διαχείριση συμπεριφοράς, τόσο για τη διαδικτυακή όσο και για την εκτός σύνδεσης συμπεριφορά, μπορεί να χρησιμοποιηθεί με βάση τεχνικές όπως η πρόβα συμπεριφοράς, η μοντελοποίηση, η ανάκαμψη, η αυτο-διδασκαλία και η απόκτηση νέων προσαρμοστικών δεξιοτήτων.

Η *κινηματογραφική συνέντευξη* είναι μια καλά τεκμηριωμένη και αποτελεσματική θεραπεία για τους συμπεριφοριστικούς εθισμούς. Πρόκειται για μια μέθοδο που βασίζεται στον πελάτη και είναι διαδικασία για την εμπλοκή των εσωτερικών κινήτρων στην αλλαγή της συμπεριφοράς, αναπτύσσοντας την ασυμφωνία μεταξύ της τρέχουσας και της επιθυμητής κατάστασης και της διερεύνησης και επίλυσης της αμφιθυμίας μέσα στον πελάτη. Ο κύριος στόχος είναι να βοηθήσει τον πελάτη να ανακαλύψει τις αρνητικές πλευρές της συμπεριφοράς και να αυξήσει το εσωτερικό κίνητρο για αλλαγή. Για το σκοπό αυτό, χρησιμοποιούνται ορισμένες βασικές αρχές (αναπτυσσόμενες αποκλίσεις), επικοινωνιακές δεξιότητες (σκέψεις) και στρατηγικές (διερεύνηση αμφισημίας). Η εκδήλωση και η αντιμετώπιση της αλλαγής-συζήτησης (ομιλία που περιλαμβάνει λόγους, ανάγκες, επιθυμίες και ικανότητα αλλαγής) είναι ένας άλλος στόχος της Διερευνητικής Συνέντευξης, καθώς θεωρείται ότι αυτή διευκολύνει ακόμη περισσότερο τη διαδικασία αλλαγής.

- Φαρμακολογικές επεμβάσεις

Ορισμένες έρευνες έχουν δείξει ότι ορισμένα φάρμακα είναι χρήσιμα στη θεραπεία του εθισμού στο Διαδίκτυο. Μια μετα-ανάλυση 16 μελετών σχετικά με τη θεραπεία του εθισμού στο Internet δεν ανέφερε ιδιαίτερη διαφορά μεταξύ φαρμακολογικών και ψυχοθεραπευτικών παρεμβάσεων.

- Άλλες Παρεμβάσεις

Οι εργοδότες συνήθως φοβούνται τις οικονομικές απώλειες που οφείλονται στα ΜΚΔ των εργαζομένων. Οι δάσκαλοι και οι γονείς φοβούνται συνήθως ότι τα παιδιά μένουν πίσω στην προσωπική τους ανάπτυξη και εξέλιξη. Η εφαρμογή των παρεμβάσεων σε οργανωτικό ή σχολικό επίπεδο έχει επίσης προταθεί από επιστήμονες με έμφαση σε κανόνες και πολιτικές που προωθούν την υγιή και όχι ανθυγιεινή σύνδεση κοινωνικών δικτύων και εξασφαλίζουν την ικανοποίηση των βασικών αναγκών των εργαζομένων και των σπουδαστών.

Οι νέες έρευνες σχετικά με τη στάση απέναντι στη χρήση και την πραγματική χρήση των ιστότοπων του κοινωνικού δικτύου για προσωπικούς σκοπούς στην εργασία σχετίζονται με παράγοντες στην εργασία (λιγότερες προκλήσεις και απαιτήσεις) μεταξύ άλλων. Διαπιστώθηκε επίσης ότι η προσβασιμότητα και οι πολιτικές που απαγορεύουν την προσωπική χρήση τέτοιων χώρων στον εργασιακό χώρο εξυπηρετούν φαινομενικά τους σκοπούς τους.

Καθώς οι ηγέτες, οι εκπαιδευτικοί και οι γονείς χρησιμεύουν ως σημαντικά πρότυπα, τόσο διαδικτυακά όσο και εκτός σύνδεσης, θα πρέπει να αποτελέσουν παράδειγμα. Ο τρόπος με τον οποίο συμπεριφέρονται, μαζί με το σύστημα ανταμοιβής που εξυπηρετούν, έχει ζωτική σημασία για τον περιορισμό ή την εντατικοποίηση της υπερβολικής κοινωνικής δικτύωσης μεταξύ των εργαζομένων, των σπουδαστών και των παιδιών τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο : «Το Facebook και ο ρόλος των γονέων»



Η ποικιλία και η συνεχώς μεταβαλλόμενη φύση των κοινωνικών δικτύων μπορεί να είναι επιζήμια για όλους, ειδικά τους γονείς, καθώς είναι υπεύθυνοι για την ασφάλεια των παιδιών τους. Μπορούν όμως να προστατέψουν το παιδί τους και να του διδάξουν να αλληλεπιδρά και να συμπεριφέρεται υπεύθυνα online. Όλοι οι γονείς πρέπει να εφαρμόζουν τις παρακάτω πρακτικές για την προστασία και την προετοιμασία των παιδιών τους για κοινωνικά δίκτυα στο Internet.

- Συζήτηση με το παιδί σχετικά με τα ΜΚΔ, τι μπορεί να συναντήσει εκεί και τους τύπους πληροφοριών που δεν πρέπει ποτέ να μοιράζεται. Το παιδί πρέπει να αισθάνεται ότι μπορεί να τα πει όλα στους γονείς του για όσα βλέπει και να αισθάνεται ότι θα τον βοηθήσουν να εξασφαλίσει την ασφάλεια και την ιδιωτικότητά του. Πρέπει να του υπενθυμίζουν ότι δεν πρέπει ποτέ να εκφοβίσει, να τραυματίσει ή να απειλήσει κανέναν.
- Οι γονείς οφείλουν να έχουν γνώση για το ποια κοινωνικά δίκτυα και ιστότοπους θέλει να συμμετέχει το παιδί τους. Αυτά σίγουρα θα είναι τα μέρη που χρησιμοποιούν και οι φίλοι του. Το παιδί θα πρέπει να ζητάει άδεια πριν δημιουργήσει ένα προφίλ, να γίνει μέλος ή να λάβει αιτήματα για δημοσίευση, συνομιλία ή παρακολούθηση άλλων παιδιών.
- Οι γονείς πρέπει να ελέγχουν τα δικά τους προφίλ στα **κοινωνικά δίκτυα**. Το προφίλ τους πρέπει να αποτελέσει παράδειγμα για το είδος του σεβασμού για τους άλλους, που θέλουν να επιδείξει το παιδί τους. Οι γονείς πρέπει να ελέγξουν το προφίλ τους και να διαγράψουν κάθε υλικό που δεν θα μοιράζονταν με το παιδί τους ή τους φίλους των παιδιών τους. Αυτό περιλαμβάνει τυχόν αρνητικά σχόλια που έκαναν στο παρελθόν σχετικά με τα μέλη της οικογένειας, τους γείτονες και άλλους ενήλικες που είναι μέρος της ζωής της κόρης ή του γιου τους. Επίσης, πρέπει να ελέγξουν τις σελίδες που τους αρέσουν και τα άτομα που ακολουθούν.
- Είναι σημαντικό να ορίζουν κανόνες για τη χρήση των **κοινωνικών δικτύων**. Μια καλή ρύθμιση πρέπει να περιλαμβάνει προσδοκίες σχετικά με τον τρόπο διατήρησης της ιδιωτικής ζωής, τον τύπο περιεχομένου που το παιδί τους συμφωνεί να μην δημοσιεύει και τις συνέπειες της μη συμμόρφωσης με τη ρύθμιση. Οι κανόνες πρέπει επίσης να καθορίζουν τι

θα συμβεί αν η χρήση κοινωνικών δικτύων αρχίσει να επηρεάζει τη σχολική απόδοση, τον αθλητισμό, την οικογενειακή ζωή ή άλλες δραστηριότητες των παιδιών.

- Γνωριμία με τη φρασεολογία. Η ευκολία και η δημοτικότητα των μηνυμάτων κειμένου άλλαξαν τον τρόπο με τον οποίο επικοινωνούμε. Όταν τα παιδιά μιλούν στο διαδίκτυο, οι συντομογραφίες και η αργκό είναι συνήθως μέρος της συζήτησης. Αντί να ξοδεύουν χρόνο στο Internet για κάθε νέο όρο και τον ορισμό του, οι γονείς μπορούν να ζητήσουν από το παιδί τους να τους εξηγήσει τι έχει δει και ξέρει.

- Οι γονείς πρέπει να διδάξουν στο παιδί τους να προστατεύει σθεναρά την ιδιωτικότητά του. Οφείλουν να γίνουν εμπειρογνώμονες στις ρυθμίσεις απορρήτου και τις ειδοποιήσεις των κοινωνικών δικτύων που χρησιμοποιεί το παιδί τους. Το παιδί πρέπει να μάθει να σκέφτεται τι θα δημοσιεύσει, να στείλει ή να σχολιάσει, προτού το πράξει. Υπενθυμίζοντάς του συχνά ότι δεν πρέπει ποτέ να δημοσιεύσει τίποτα στο διαδίκτυο που δεν θα ανακοίνωνε δημοσίως σε ολόκληρο το σχολείο, και ότι όλα τα δημοσιεύματα θα μπορούσαν να παραμείνουν στο διαδίκτυο για πάντα.

- Τα παιδιά πρέπει να συμμετέχουν μόνο σε κοινωνικά δίκτυα στα οποία πληρούν την ελάχιστη απαίτηση ηλικίας. Οι γονείς πρέπει να ξέρουν ότι το παιδί τους είναι αρκετά μεγάλο για να συμμετέχει σε κάθε κοινωνικό δίκτυο όπου έχει προφίλ. Εάν όχι, πρέπει να διαγράψουν το λογαριασμό το συντομότερο δυνατό. Παρόλο που φαίνεται ένα ακραίο μέτρο, αυτό θα βοηθήσει το παιδί να καταλάβει τη σημασία του σεβασμού των κανόνων των κοινωνικών δικτύων.

- Οι γονείς πρέπει να αναγνωρίζουν τα προειδοποιητικά σημάδια ότι το παιδί τους μοιράζεται πάρα πολλές πληροφορίες. Εάν το παιδί χρησιμοποιεί κοινωνικά δίκτυα υπερβολικά, ξοδεύει πολύ χρόνο στο διαδίκτυο αργά το βράδυ ή είναι κοινωνικά απομονωμένο και έχει λίγους φίλους, υπάρχει η περίπτωση να μοιράζεται πάρα πολλές πληροφορίες διαδικτυακά.

- Οι γονείς πρέπει να βοηθήσουν το παιδί σας να βρει ισορροπία. Παρόλο που τα κοινωνικά δίκτυα μπορούν να ενισχύσουν τις φιλίες και να βοηθήσουν την κόρη ή το γιο να μείνουν ενήμεροι για το τι συμβαίνει στην κοινότητα, δεν πρέπει να υποκαταστήσουν τις προσωπικές σχέσεις και τις δραστηριότητες που χρειάζονται. Χρειάζεται ενθάρρυνση να κάνει κι άλλα πράγματα. Αυτό μπορεί να απαιτεί οι γονείς να περιορίσουν το χρόνο που επιτρέπουν στο παιδί τους να συνδεθούν στο διαδίκτυο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8^ο :«Μεθοδολογία της έρευνας μέσω συνεντεύξεων»

8.1. Θέμα και σκοπός της έρευνας

Το θέμα το οποίο ερευνήσαμε αφορά στο εάν και γιατί το **Facebook** επηρεάζει σημαντικά τους νέους. Σκοπός της εν λόγω μελέτης είναι η λεπτομερής και ουσιαστική καταγραφή στοιχείων που αφορούν στην επαφή των νέων με τα κοινωνικά δίκτυα, κυρίως το **Facebook**, κάνοντας σαφή αναφορά στις θετικές αλλά κυρίως αρνητικές επιπτώσεις της αλόγιστης χρήσης τους, καθώς και συμβουλές αντιμετώπισης.

8.2. Η έννοια της συνέντευξης

Η συνέντευξη αποτελεί μια βασική μέθοδο ανάλυσης και θεωρείται ίσως η πιο διαδεδομένη από όλες τις μεθόδους. Σαν διαδικασία απαιτεί χρόνο από τον αναλυτή και αρκετές ικανότητες, όμως δίνει τη δυνατότητα στον αναλυτή να κάνει λεπτομερή και σαφή αναφορά σε δραστηριότητες που τον αφορούν.

8.3. Περιγραφή συνεντεύξεων

Για την ανάγκη καλύτερης κατανόησης του ζητήματος εάν και γιατί επηρεάζει σημαντικά τους νέους το **Facebook** κρίθηκε αναγκαία η δημιουργία ερευνητικού μέρους στην παρούσα εργασία. Ένα από τα πεδία έρευνας της συγκεκριμένης μελέτης στηρίζεται στη μέθοδο της συνέντευξης. Στόχος των συνεντεύξεων που παρατίθενται είναι η συλλογή και η καταγραφή πληροφοριών σχετικά με εξεταζόμενο θέμα. Για το λόγο αυτό, είχαμε τη τιμή και τη χαρά να θέσουμε κάποια σημαντικά ερωτήματα και να μας διαλευκάνουν όλες τις τυχόν απορίες μας ειδικοί σχετικά με το θέμα αυτό. Πιο συγκεκριμένα, συνομιλήσαμε με έναν ψυχίατρο, ο οποίος τόνισε κινδύνους της αλόγιστης χρήσης του **Facebook**, ενώ στη συνέχεια λάβαμε πληροφορίες από καθηγητή μαθηματικών, ο οποίος υπογράμμισε όσα παρατηρεί καθημερινά από τους μαθητές του πάνω στο θέμα των **socialmedia**.

Ερωτήσεις προς ψυχίατρο:

- Ως ψυχίατρος πιστεύετε ότι το **Facebook** επηρεάζει σημαντικά τους νέους και γιατί?
- Ποιους κινδύνους πιστεύετε ότι κρύβει η μη συνετή χρήση του **Facebook**;
- Πώς πιστεύετε ότι θα πρέπει να διαχειρίζεται η οικογένεια μια ενδεχόμενη εθιστική συμπεριφορά;
- Πότε θεωρείτε εσείς ότι πρέπει να ανησυχήσουν οι γονείς?

Ερωτήσεις προς καθηγητή μαθηματικών Λυκείου:

- Εσείς είστε κάτοχος λογαριασμού στο **Facebook**;
- Μέσα από τη συναναστροφή σας με τους νέους έχετε αντιληφθεί προσκόλληση στο **Facebook** ή γενικότερα στα **socialmedia**;
- Παρατηρείτε παιδιά να ασχολούνται με το **Facebook** εν ώρα μαθήματος;
- Τι θα συμβουλευάτε εσείς τους μαθητές σας, τους νέους γενικότερα αλλά και τους γονείς πάνω στο ζήτημα των **socialmedia**;

Αποτελέσματα συνεντεύξεων σε Ψυχίατρο

Στα πλαίσια του ερευνητικού μας πεδίου, σημαντική ήταν η συμβολή ψυχιάτρου που εξέτασε το κείμενο ζήτημα της επιρροής του **Facebook** στους νέους, αλλά και τι επιπτώσεις μπορεί να έχουμε με την αλόγιστη χρήση του. Ο κύριος Καραντώνης θεωρεί ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και συγκεκριμένα το **Facebook** είναι ικανά να επηρεάσουν τόσο θετικά όσο και αρνητικά ένα νέο αφού ενθαρρύνουν την επικοινωνία αλλά ταυτόχρονα λόγω της μη πλήρους ανεπτυγμένης ικανότητας της κριτικής τους σκέψης, ελλοχεύουν πολλαπλοί κίνδυνοι, όπως ανάπτυξη βίας, αντικοινωνικής και εθιστικής συμπεριφοράς, άγχους αποδοχής, αίσθημα μειονεξίας, μειωμένη κοινωνική ζωή αλλά και μεγαλύτερα ψυχολογικά προβλήματα. Επίσημανε ακόμη πως πρόκειται για μια συνήθεια στην οποία είναι εύκολο κανείς να εθιστεί, δηλαδή να αφιερώνει σταδιακά όλο και περισσότερο χρόνο σε αυτή τη δραστηριότητα (**facebook**), εις βάρος τελικά άλλων πτυχών της ζωής του (π.χ. της κοινωνικής του ζωής, της εργασιακής/ακαδημαϊκής του απόδοσης, της προσωπικής του υγιεινής κτλ.).

Τόνισε επίσης, πως η πλήρης αποχή από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν είναι εφικτή ούτε βέβαια και η λύση. Αυτό που μπορούν να κάνουν οι γονείς είναι να θέσουν σαφή όρια ως προς το χρόνο χρήσης τους (π.χ. μέχρι μια ώρα την ημέρα) και να ενθαρρύνουν την ενασχόληση των εφήβων με αληθινές καταστάσεις, όπως την απασχόληση με ένα άθλημα ή μια έξοδο με φίλους. Επίσης, καλό είναι να είναι κοντά τους και να συζητούν μαζί τους για αυτά που βλέπουν αναρτημένα στο **Facebook**.

Τέλος, ο κύριος Καραντώνης πρόσθεσε πως οι γονείς θα πρέπει να ανησυχήσουν όταν δουν ότι το παιδί τους περνάει αρκετές ώρες μπροστά από την οθόνη της συσκευής του, του είναι δύσκολο να οριοθετηθεί και αντιδρά έντονα στην προσπάθεια του γονέα να κάνει πιο λογική χρήση των **socialmedia**, τότε είναι σημαντικό να απευθυνθούν σε κάποιον ειδικό.

Αποτελέσματα συνεντεύξεων σε καθηγητή φυσικής αγωγής

Κατά τη διάρκεια της εργασίας μας θεωρήσαμε αναγκαίο να συνομιλήσουμε με έναν καθηγητή μαθηματικών με σκοπό να μας παραθέσει τις εμπειρίες του και τις απόψεις του λόγω της καθημερινής επαφής του με εφήβους. Ο κύριος Αναγνωστόπουλος Γεώργιος θεωρεί ότι τα παιδιά τείνουν να κάνουν εκτενή χρήση των κοινωνικών δικτύων αφού θεωρούνται μόδα της εποχής και τα παιδιά πάντοτε τα εξιτάρει οτιδήποτε νέο. Στην συνέχεια, ανέφερε ότι έχει αντιληφθεί επανειλημμένα μαθητές να κάνουν χρήση του **Facebook** μέσω των κινητών τηλεφώνων τους εν ώρα μαθήματος. Στη συνέχεια, ανέφερε πως παρατηρεί πολλές φορές στα διαλείμματα ή σε κάποιες εκδρομές του σχολείου, τα παιδιά να είναι είτε μαζεμένα σε παρέες είτε μόνα τους και να μην έχουν καμία απολύτως επικοινωνία μεταξύ τους, και να είναι προσκολλημένα στο κινητό τους χαζεύοντας στα **socialmedia**.

Τέλος, παρότρυνε τους γονείς των παιδιών που παρουσιάζουν εθιστική συμπεριφορά με τα **μέσα κοινωνικής δικτύωσης** να τα στρέψουν και να τα ωθήσουν στον αθλητισμό, ή σε κάποιο άλλο χόμπι. Θεωρεί πως οι γονείς μπορούν μέσα από τη συζήτηση με τα παιδιά τους να προλάβουν ή και να σώσουν οποιαδήποτε τέτοια συμπεριφορά.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Τα ΜΚΔ έκαναν δειλά δειλά τα πρώτα τους βήματα σε ένα Πανεπιστήμιο της Αμερικής και ξεκίνησαν ως ένα μέσο επικοινωνίας μεταξύ φίλων. Σήμερα είναι δύσκολο να βρεθεί κάποιος που να μην έχει δημιουργήσει λογαριασμό σε τουλάχιστον ένα από τα πολλά που υπάρχουν. Το πιο δημοφιλές ΜΚΔ είναι το **Facebook** και μετρά εκατομμύρια χρήστες ανά τον κόσμο. Τέτοια είναι η δημοφιλία του που έγινε και ταινία.

Σε αρκετά σχολεία, ήδη εξετάζεται το ενδεχόμενο ενσωμάτωσής του στις αίθουσες διδασκαλίας. Τα διδακτικά οφέλη μπορεί να είναι πολλά, καθώς το κίνητρο που θα δοθεί στα παιδιά είναι μεγάλο. Όλα εξαρτώνται από το πώς θα το διαχειριστεί ο εκπαιδευτικός.

Τα θετικά του **Facebook** είναι πολλά. Η επικοινωνία καθίσταται ευκολότερη από ποτέ με την μορφή μηνυμάτων αλλά και βιντεοκλήσεων. Επίσης οι άνθρωποι έχουν την δυνατότητα να επανασυνδεθούν με παλιούς συμμαθητές και με άτομα που έχουν να δουν και να μιλήσουν χρόνια.

Το **Facebook** όμως παρουσιάζει και κινδύνους, ιδιαίτερα για τα παιδιά. Ένα φαινόμενο το οποίο έχει πάρει ανησυχητικές διαστάσεις είναι ο διαδικτυακός εκφοβισμός. Οι δράστες μέσω της ανωνυμίας πολλές φορές καταφέρνουν σημαντικά ψυχολογικά πλήγματα στα θύματά τους με τραγικές καταλήξεις σε κάποιες περιπτώσεις. Με την κατάλληλη καθοδήγηση όμως, το φαινόμενο αυτό είναι αντιμετωπίσιμο.

Κάθε χώρα έχει τις δικές τις ρυθμίσεις όσον αφορά τα ΜΚΔ. Σε πολλές χώρες τα ΜΚΔ είναι απαγορευμένα, ενώ σε άλλες η χρήση τους είναι περιορισμένη. Φυσικά δεν λείπουν και διάφορα ευτράπελα προερχόμενα από την χρήση τους.

Η ανεξέλεγκτη χρήση των ΜΚΔ μπορεί να επιφέρει ακόμα και εθισμό. Ο εθισμός αυτός, ονομάζεται από τους επιστήμονες συμπεριφορικός εθισμός και είναι όπως ακριβώς ο εθισμός στα τυχερά παιχνίδια π.χ. Όπως όλοι οι εθισμοί, έτσι και ο εθισμός των ΜΚΔ έχει επιπτώσεις στην υγεία του ανθρώπου. Οι παρενέργειες μπορεί να είναι από αϋπνία μέχρι κατάθλιψη.

Τέλος, βασιζόμενοι στα αποτελέσματα που προέκυψαν από τη συλλογή υλικού μέσω συνεντεύξεων για τη σημαντική επιρροή του **Facebook** στους νέους διαπιστώθηκε ότι οι γονείς παίζουν πολύ σημαντικό ρόλο στην εκπαίδευση των παιδιών τους σχετικά με την ορθή χρήση των ΜΚΔ. Με την κατάλληλη καθοδήγηση, τα παιδιά μπορούν να αποφύγουν πάρα πολλές παγίδες που υπάρχουν στημένες στα ΜΚΔ.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Asur, S., & Huberman, B. A. (2010, August). Predicting the future with social media. In Proceedings of the 2010 IEEE/WIC/ACM International Conference on Web Intelligence and Intelligent Agent Technology-Volume 01 (pp. 492-499). IEEE Computer Society
- Barnes, S. B. (2006). A privacy paradox: Social networking in the United States. *First Monday*, 11(9).
- Burgess, J., & Green, J. (2018). *YouTube: Online video and participatory culture*. John Wiley & Sons.
- Cheng, X., Dale, C., & Liu, J. (2008, June). Statistics and social network of youtube videos. In *Quality of Service, 2008. IWQoS 2008. 16th International Workshop on* (pp. 229-238). IEEE.
- Chou, W. Y. S., Hunt, Y. M., Beckjord, E. B., Moser, R. P., & Hesse, B. W. (2009). Social media use in the United States: implications for health communication. *Journal of medical Internet research*, 11(4).
- Correa, T., Hinsley, A. W., & De Zuniga, H. G. (2010). Who interacts on the Web?: The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior*, 26(2), 247-253.
- De Choudhury, M., Gamon, M., Counts, S., & Horvitz, E. (2013). Predicting depression via social media. *ICWSM*, 13, 1-10.
- DeHue, F., Bolman, C., & Völlink, T. (2008). Cyberbullying: Youngsters' experiences and parental perception. *CyberPsychology & Behavior*, 11(2), 217-223.
- Duggan, M., & Brenner, J. (2013). *The demographics of social media users, 2012* (Vol. 14). Washington, DC: Pew Research Center's Internet & American Life Project.
- Hanna, R., Rohm, A., & Crittenden, V. L. (2011). We're all connected: The power of the social media ecosystem. *Business horizons*, 54(3), 265-273.
- Hu, Y., Manikonda, L., & Kambhampati, S. (2014, June). What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types. In *IcwsM*.
- Java, A., Song, X., Finin, T., & Tseng, B. (2007, August). Why we twitter: understanding microblogging usage and communities. In Proceedings of the 9th WebKDD and 1st SNA-KDD 2007 workshop on Web mining and social network analysis (pp. 56-65). ACM.

- Kowalski, R. M., Limber, S. P., Limber, S., & Agatston, P. W. (2012). *Cyberbullying: Bullying in the digital age*. John Wiley & Sons
- Kwak, H., Lee, C., Park, H., & Moon, S. (2010, April). What is Twitter, a social network or a news media?. In *Proceedings of the 19th international conference on World wide web* (pp. 591-600). AcM.
- Lenhart, A., Purcell, K., Smith, A., & Zickuhr, K. (2010). *Social Media & Mobile Internet Use among Teens and Young Adults. Millennials*. Pew internet & American life project.
- Li, Q. (2006). Cyberbullying in schools: A research of gender differences. *School psychology international*, 27(2), 157-170.
- Madden, M., Lenhart, A., Cortesi, S., Gasser, U., Duggan, M., Smith, A., & Beaton, M. (2013). *Teens, social media, and privacy*. Pew Research Center, 21, 2-86.
- O'Keeffe, G. S., & Clarke-Pearson, K. (2011). Clinical report—the impact of social media on children, adolescents, and families. *Pediatrics*, peds-2011.
- Perrin, A. (2015). *Social media usage*. Pew research center, 52-68.
- Safko, L. (2010). *The social media bible: tactics, tools, and strategies for business success*. John Wiley & Sons.
- Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in human behavior*, 58, 89-97.
- Slonje, R., & Smith, P. K. (2008). Cyberbullying: Another main type of bullying?. *Scandinavian journal of psychology*, 49(2), 147-154.
- Smith, P. K., Mahdavi, J., Carvalho, M., Fisher, S., Russell, S., & Tippett, N. (2008). Cyberbullying: Its nature and impact in secondary school pupils. *Journal of child psychology and psychiatry*, 49(4), 376-385.
- Smith, P. K., Mahdavi, J., Carvalho, M., & Tippett, N. (2006). An investigation into cyberbullying, its forms, awareness and impact, and the relationship between age and gender in cyberbullying. *Research Brief No. RBX03-06*. London: DfES.
- Smith, T. (2009). Conference notes-The social media revolution. *International journal of market research*, 51(4), 1-5.
- Stelzner, M. (2014). *2014 social media marketing industry report*. Social media examiner, 1-52.

- Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.
- Willard, N. (2006). *Cyberbullying and cyberthreats*. Eugene, OR: Center for Safe and Responsible Internet Use.
- Zeng, D., Chen, H., Lusch, R., & Li, S. H. (2010). Social media analytics and intelligence. *IEEE Intelligent Systems*, 25(6), 13-16.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ

Συνέντευξη Ψυχιάτρου – παράθεση απόψεων για τη σημαντική επιρροή του Facebook στους νέους.

Συναντήσαμε τον ψυχίατρο Ιωάννη Καραντώνη και του θέσαμε κάποια καίρια ερωτήματα σχετικά με τη σημαντική επιρροή του **Facebook** στους νέους.

Ερώτηση 1: Ως ψυχίατρος πιστεύετε ότι το Facebook επηρεάζει σημαντικά τους νέους και γιατί?

- Κατά την άποψή μου το **Facebook** αλλά και γενικότερα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να επηρεάσουν ένα νέο τόσο θετικά όσο και αρνητικά. Από την μια τα **socialmedia** ενθαρρύνουν την επικοινωνία των νέων και οδηγούν στην απόκτηση γνώσεων. Από την άλλη βέβαια η χρήση τους ενέχει αρκετούς κινδύνους. Μην ξεχνάμε ότι πρόκειται για μια συνήθεια στην οποία είναι εύκολο κανείς να εθιστεί, δηλαδή να αφιερώνει σταδιακά όλο και περισσότερο χρόνο σε αυτή τη δραστηριότητα (**facebook**), εις βάρος τελικά άλλων πτυχών της ζωής του (π.χ. της κοινωνικής του ζωής, της εργασιακής/ακαδημαϊκής του απόδοσης, της προσωπικής του υγιεινής κτλ.). Έρευνες δείχνουν ότι η συμμετοχή και η έκθεση των εφήβων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζουν άμεσα την ψυχολογία τους και μπορούν να οδηγήσουν ακόμη και στην εμφάνιση ψυχολογικών προβλημάτων.

Ερώτηση 2: Αυτό θα σας ρωτούσα μόλις τώρα. Ποιους άλλους κινδύνους πιστεύετε ότι κρύβει η μη συνετή χρήση του Facebook;

- Ένα αρκετά κοινό συναίσθημα των νέων είναι το άγχος να είναι αποδεκτοί και κυρίως αρεστοί ανάμεσα στους συνομήλικους τους. Να είναι συνέχεια online, να δείχνουν ότι ακολουθούν τις τάσεις και είναι ενήμεροι για όλα. Όλα αυτά οδηγούν σε ένα κυνήγι like, το οποίο μπορεί να οδηγήσει σε εξάρτηση, εθισμό. Επίσης, τους δημιουργείται ένα αίσθημα μειονεξίας, αφού αρχίζουν να παρατηρούν και να συγκρίνουν τον εαυτό τους τόσο με άτομα από τον περίγυρό τους όσο και με διάσημους ανθρώπους. Όμως είναι αρκετά συχνό φαινόμενο να προβάλλεται μια ωραιοποιημένη εικόνα προς τα έξω, η οποία απέχει αρκετά από την πραγματικότητα. Να προσθέσω στην κατηγορία αυτή και τη μειωμένη κοινωνική ζωή, αφού η πολύωρη έκθεση τους μπροστά στις οθόνες τους απομακρύνει από αληθινές κοινωνικές καταστάσεις. Έτσι αντί να αυξάνεται και να καλλιεργείται η κοινωνικότητά τους εκείνοι κλείνονται περισσότερο στον εαυτό τους. Ένας άλλος κίνδυνος είναι ότι στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί κανείς να παρουσιάσει ψευδείς πληροφορίες, χωρίς να μπορούν οι υπόλοιποι εύκολα να εξακριβώσουν την αλήθεια αυτών των πληροφοριών. Επιγραμματικά θα αναφέρω και το cyberbullying, την επιβλαβή έκθεση της προσωπικής ζωής του κάθε ατόμου, το φαινόμενο grooming.

Ερώτηση 3: Πώς πιστεύετε ότι θα πρέπει να διαχειρίζεται η οικογένεια μια ενδεχόμενη εθιστική συμπεριφορά;

- Πρώτα απ' όλα, χρειάζεται να είναι ενημερωμένοι για αυτούς τους πιθανούς κινδύνους. Έπειτα να ενημερώσουν και να εκπαιδεύσουν τα παιδιά τους σχετικά με την ασφαλή χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Άλλωστε, είτε μας αρέσει είτε όχι, ειδικά για τις νεότερες γενιές, αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής τους. Οπότε είναι αναγκαίο να λάβουν όλη την σχετική παιδεία, ώστε να μπορούν αφενός να προφυλαχθούν από τους κινδύνους και αφετέρου να αξιοποιήσουν αυτά τα μέσα ως ένα χρήσιμο εργαλείο. Επιπλέον μπορούν να θέσουν σαφή όρια ως προς το χρόνο χρήση τους (π.χ. μέχρι μια ώρα την ημέρα) και να ενθαρρύνουν την ενασχόληση των εφήβων με αληθινές καταστάσεις, όπως την απασχόληση με ένα άθλημα ή μια έξοδο με φίλους. Επίσης, καλό είναι να είναι κοντά τους και να συζητούν μαζί τους για αυτά που βλέπουν αναρτημένα στα **socialmedia**.

Ερώτηση 4: Πότε θεωρείτε εσείς ότι πρέπει να ανησυχήσουν οι γονείς?

- Αν βλέπουν ότι το παιδί τους περνάει αρκετές ώρες μπροστά από την οθόνη της συσκευής του, του είναι δύσκολο να οριοθετηθεί και αντιδρά έντονα στην προσπάθεια τους να κάνει πιο λογική χρήση των **socialmedia**, τότε είναι σημαντικό να απευθυνθούν σε κάποιον ειδικό.

Συνέντευξη Καθηγητή Μαθηματικών – παράθεση εμπειριών και απόψεων για τη σημαντική επιρροή του Facebook στους νέους.

Κύριε Αναγνωστόπουλε, λόγω της ιδιότητας σας έρχεστε σε καθημερινή επαφή με παιδιά. Θα θέλαμε να μας παραχωρήσετε μια συνέντευξη βάση της εμπειρία σας σχετικά με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, του Facebook πιο συγκεκριμένα, και την επίδραση που έχει στους νέους.

Ερώτηση 1: Εσείς είστε κάτοχος λογαριασμού στο Facebook;

- Ναι, έχω προφίλ στο Facebook, αν και δεν το χρησιμοποιώ συχνά, πιο πολύ για ενημέρωση ειδήσεων θα έλεγα.

Ερώτηση 2: Μιας και έρχεστε καθημερινά σε επαφή με νέους, εφήβους, μέσα από τη συναναστροφή σας αυτή, έχετε αντιληφθεί προσκόλληση των παιδιών στο Facebook ή γενικότερα στα socialmedia;

-Αρχικά να πω πως θεωρώ ότι τα παιδιά τείνουν να κάνουν εκτενή χρήση των κοινωνικών δικτύων αφού θεωρούνται μόδα της εποχής και τα παιδιά πάντοτε τα εξιτάρει οτιδήποτε νέο. Τα παρατηρώ και στα διαλείμματα βέβαια, ή σε σχολικές κάποιες εκδρομές, να είναι είτε μαζεμένα σε παρέες, αλλά και να μην έχουν καμία απολύτως επικοινωνία μεταξύ τους. Να είναι προσκολλημένα στο κινητό τους χαζεύοντας στα socialmedia. Άλλα πάλι προτιμούν να κάθονται μόνα τους με ένα κινητό στο χέρι. Ακόμη και μέσα στην τάξη υπάρχουν παιδιά που χρησιμοποιούν το κινητό τους. Να σας πω μόνο ότι από τους δικούς μου μαθητές δεν υπάρχει ούτε ένας που δεν έχει έναν τουλάχιστον λογαριασμό σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης.

Ερώτηση 3: Παρατηρείτε δηλαδή παιδιά να ασχολούνται με το Facebook εν ώρα μαθήματος;

-Δυστυχώς, έχω αντιληφθεί επανειλημμένα μαθητές να κάνουν χρήση του Facebook μέσω των κινητών τηλεφώνων τους εν ώρα μαθήματος, με αποτέλεσμα να αποσπάται η προσοχή τους από τη διδασκαλία.

Ερώτηση 4: Τι θα συμβουλευάτε εσείς τους μαθητές σας, τους νέους γενικότερα αλλά και τους γονείς πάνω στο ζήτημα των socialmedia;

-Στους γονείς θα πω να μιλάνε περισσότερο με τα παιδιά τους, να τα στρέψουν και να τα ωθήσουν στον αθλητισμό, ή σε κάποιο άλλο χόμπι ή ενδιαφέρον. Θεωρώ πως οι γονείς μπορούν μέσα από τη συζήτηση με τα παιδιά τους να προλάβουν ή και να σώσουν οποιαδήποτε τέτοια συμπεριφορά. Στα παιδιά τώρα, θα πω να υπάρχει μέτρο στη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, να είναι περισσότερο προσεκτικοί σε ότι αφορά τη δημοσίευση προσωπικών τους δεδομένων ή πληροφοριών που αφορούν τρίτους και ότι η κοινωνική δικτύωση έχει να μας προσφέρει πολλά, αρκεί να μην υποκαθιστά την κοινωνική μας επαφή στον "πραγματικό" κόσμο. Κοιτώντας κάθε τόσο την οθόνη του κινητού μας μήπως χάσουμε κάποια καινούρια ανάρτηση, χάνουμε ουσιαστικά την επαφή με τους γύρω μας!