

Διεθνές Συνέδριο για την Ανοικτή & εξ Αποστάσεως Εκπαίδευση

Τόμ. 12, Αρ. 6 (2023)

ICODL2023

Πρακτικά του 12^{ου} Συνεδρίου

για την Ανοικτή & εξ Αποστάσεως Εκπαίδευση
Η εξ αποστάσεως και συμβατική εκπαίδευση στην ψηφιακή εποχή

Αθήνα, 24 έως 26 Νοεμβρίου 2023

Τόμος 6

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ

Αντώνης Λιοναράκης

Ευαγγελία Μανούσου

ISBN 978-618-5335-24-3
ISBN SET 978-618-82258-5-5



Σχολή Ανθρωπιστικών Επιστημών,
Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο



Ελληνικό Δίκτυο
Ανοικτής & εξ Αποστάσεως Εκπαίδευσης

Μέσα κοινωνικής δικτύωσης και εξάρτηση. Η επίδραση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην κοινωνική ζωή των νέων μετεφηβικής ηλικίας

Γεωργία Παπανίκου, Στέφανος Αρμακόλας, Χρήστος Παναγιωτακόπουλος, Ιωάννης Δρίτσας

doi: [10.12681/icodl.5630](https://doi.org/10.12681/icodl.5630)

Copyright © 2024, Γεωργία Παπανίκου, Στέφανος Αρμακόλας,
Χρήστος Παναγιωτακόπουλος, Ιωάννης Δρίτσας



Άδεια χρήσης [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

Μέσα κοινωνικής δικτύωσης και εξάρτηση. Η επίδραση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην κοινωνική ζωή των νέων μετεφηβικής ηλικίας

Social media and addiction. The effect of social media on the social life of post-adolescence young people

Γεωργία Παπανίκου
Νοσηλεύτρια, Msc
Πανεπιστήμιο Πατρών
gogo131208@gmail.com

Στέφανος Αρμακόλας
ΕΔΙΠ-PhD
Πανεπιστήμιο Πατρών
stefarmak@upatras.gr

Χρήστος Παναγιωτακόπουλος
Ομότιμος Καθηγητής
Πανεπιστήμιο Πατρών
cpanag@upatras.gr

Ιωάννης Δρίτσας
Αναπληρωτής Καθηγητής
Πανεπιστήμιο Πατρών
dritsasioan@upatras.gr

Περίληψη

Η συστηματική χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχει συνδεθεί με την εμφάνιση συμπτωμάτων άγχους, συμπτωμάτων κατάθλιψης, με επιβάρυνση της ψυχολογικής ευημερίας των χρηστών, με χαμηλή αυτοεκτίμηση, με ψυχολογική δυσφορία, ακόμα και με μοναξιά και απομόνωση. Ο σκοπός της παρούσας έρευνας είναι η διερεύνηση του βαθμού στον οποίο άτομα μετεφηβικής ηλικίας (18-21 ετών) της ευρύτερης περιοχής των Πατρών είναι εθισμένοι στη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Ειδικότερα, ο στόχος της έρευνας είναι η διερεύνηση του βαθμού και του τρόπου με τον οποίο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζουν την κοινωνική ζωή και την κοινωνική συμπεριφορά των νέων της ηλικίας αυτής. Για τους σκοπούς της έρευνας επιλέχθηκε η ποσοτική μέθοδος συλλογής και ανάλυσης των δεδομένων με τη χρήση ερωτηματολογίου αποτελούμενου αποκλειστικά από ερωτήσεις κλειστού τύπου, ενώ το δείγμα αποτέλεσαν συνολικά 127 νέοι οι οποίοι κατοικούν στην ευρύτερη περιοχή των Πατρών. Σε γενικές γραμμές, η παρούσα έρευνα δείχνει να επιβεβαιώνει την τάση των νέων μετεφηβικής ηλικίας να χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ώστε να ενισχύσουν την κοινωνικότητά τους. Τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας συγκλίνουν

περισσότερο προς την άποψη πως η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δεν φαίνεται να επηρεάζει αρνητικά την κοινωνική ζωή των νέων του δείγματος.

Λέξεις κλειδιά

μέσα κοινωνικής δικτύωσης, νέοι, εθισμός, εξάρτηση, απώλεια ελέγχου, κοινωνική ζωή

Abstract

The systematic use of social media has been linked to the appearance of anxiety and depression symptoms, burden on the psychological well-being of users, low self-esteem, psychological discomfort, even loneliness and isolation. The primary goal of this research is to investigate the degree to which post-adolescent people (18-21 years old) in the wider area of Patras are addicted to social media. In particular, the aim is to investigate the degree and the way with which social media influence the social life and social behavior of young people of this age. Furthermore, the aim was to investigate the degree to which the demographic characteristics of young people of this age affect their degree of addiction to social media. For the purposes of the research, the quantitative method of data collection and analysis was chosen using a questionnaire consisting exclusively of closed questions, while the sample consisted of a total of 127 young people who live in the wider area of Patras. Overall, the present research seems to confirm the tendency of post-adolescent youth to use social media as a means to enhance their sociability. Nevertheless, it seems that the use of social media by the young people in the sample is not of such a degree and of such a nature so as to threaten their social life. The aforementioned statement can be proved by the analysis of the research data which showed a small or in some cases a moderate degree of addiction, which means that the young people in the sample have not yet reached the point where they cannot control their use. On the contrary, it seems to be more confirmed by research in which it has been shown that young people use social media, to further empower their sociability. The results of the present research converge more towards the opinion that the use of social media does not seem to negatively affect the social life of the young people in the sample.

Keywords: social media, young people, addiction, dependence, loss of control, social life

Εισαγωγή

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν αποτελούν μόνο μέσω κοινωνικής προβολής και αναπαράστασης. Καθίστανται δίαυλοι επικοινωνίας, μέσα παραγωγής του περιεχομένου αλλά και λήψης αυτού, καθώς και μετάδοσης πληροφοριών, με έναν πιο ενεργητικό τρόπο από αυτόν που επιτρέπει η χρήση των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης (Παναγιωτακόπουλος, 2018). Μάλιστα, η επικοινωνία αυτή δεν υποπίπτει σε περιορισμούς του χρόνου, καθώς οι χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δύνανται να επικοινωνούν και να αλληλεπιδρούν σε όλη τη διάρκεια της ημέρας, να προωθούν τις αξίες και τις αντιλήψεις του, τους κοινωνικούς ρόλους που καλείται να επιτελέσει καθημερινά. Σύμφωνα με τους ερευνητές, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ασκούν επίδραση ακόμα και στη διαμόρφωση της πολιτικής και κοινωνικής συμπεριφοράς, καθώς διαμορφώνουν εν πολλοίς την κοινή γνώμη (Agichtein et al., 2008). Τα τελευταία χρόνια, μάλιστα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιούνται και από τα εκπαιδευτικά ιδρύματα ή έχουν αποκτήσει σημαντική θέση εντός των εργασιακών δικτύων. Το γεγονός αυτό είναι ενδεικτικό της δύναμης των δεσμών που δημιουργούνται και κυρίως συντηρούνται στα κοινωνικά αυτά μέσα, τα οποία επιλέγουν οι χρήστες ώστε να έχουν μια συχνή επικοινωνία (Agichtein et al., 2008).

Στην προσπάθειά μας να ορίσουμε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, θα λέγαμε πως πρόκειται για διαδραστικά τεχνολογικά μέσα, τα οποία, όπως έχει ήδη αναφερθεί, εξυπηρετούν τις ανάγκες του χρήστη να ενημερώνεται και να πληροφορείται, να επικοινωνεί, να αλληλεπιδρά με άλλους χρήστες και φυσικά να ψυχαγωγείται (Obar & Wildman, 2015). Η λειτουργία των μέσων αυτών στηρίζεται σε μια ποικιλία πλατφορμών, στις οποίες έχει πρόσβαση ο χρήστης τόσο από κάποιον υπολογιστή όσο και από το κινητό του, ενώ αναπτύσσονται και κυκλοφορούν νέες πλατφόρμες, οι οποίες κερδίζουν το ενδιαφέρον των χρηστών (Obar & Wildman, 2015).

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ακόμα, επιτρέπουν στο χρήστη να κατασκευάσει το προφίλ του, το οποίο μπορεί να επιλέξει αν θα το διατηρήσει δημόσιο ή ημι-δημόσιο, επιλέγοντας με αυτό τον τρόπο και τους άλλους χρήστες που θα έχουν πρόσβαση στο προφίλ του (Chaniotakis & Antoniou, 2015). Στο ίδιο πλαίσιο, έχει τη δυνατότητα να προσθέσει ή να αφαιρέσει χρήστες, να στείλει ή να λάβει προσωπικά μηνύματα (Agichtein et al., 2008; Heyman et al., 2014).

Βασική ιδιότητα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, όπως ήδη αναφέρθηκε, αποτελεί η δυνατότητα που παρέχουν στους χρήστες να δημιουργούν κοινότητες στις οποίες μετέχουν βάσει των κοινών ενδιαφερόντων τους (Fiesler et al., 2017). Η ιδιότητα αυτή αντανακλά ένα ακόμη χαρακτηριστικό των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που τα διαφοροποιεί σημαντικά από τα παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας. Πρόκειται για την ιδιότητα της «συνεκτικότητας», η οποία αφορά τη δυνατότητα σύνδεσης με ασφαλείς ιστοσελίδες, η οποία, με τη σειρά της, βοηθά στη δημιουργία δεσμών όσο το δυνατόν πιο πραγματικών.

Πέραν των εσωτερικών τους ιδιοτήτων, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης χαρακτηρίζονται και από δομικές ιδιότητες. Πρόκειται για εκείνες τις ιδιότητες, οι οποίες αφορούν στον τρόπο σύνδεσης των μεμονωμένων μελών (Heyman et al., 2014). Μέσω της δυνατότητας για συμμετοχή και του ανοιχτού χαρακτήρα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, οι χρήστες δημιουργούν σχέσεις με άλλα μέλη του διαδικτύου, οι οποίες ορίζονται από το σύνολο, τη φύση και το είδος των πληροφοριών που ανταλλάσσουν οι χρήστες, ενώ στηρίζονται στην κοινωνική αλληλεπίδραση και υποστήριξη (Smith, et al., 2014).

Οι νέοι και η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης

Τα ερευνητικά δεδομένα αναφορικά με τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δείχνουν πως οι νέοι εφηβικής και μετεφηβικής ηλικίας χρησιμοποιούν σχεδόν συστηματικά διαδικτυακές πλατφόρμες, όπως είναι το Facebook, το Instagram, το YouTube και το Snapchat εντάσσοντας τες στην καθημερινή τους πρακτική (Smith & Anderson, 2018). Στο πλαίσιο αυτό, για παράδειγμα, ο Lenhart (2015) αναφέρει πως το 92% των νέων και εφήβων των ΗΠΑ χρησιμοποιεί τις υπηρεσίες του διαδικτύου καθημερινά, το 24% δραστηριοποιείται στο διαδίκτυο και το 71% χρησιμοποιεί περισσότερα από ένα διαδικτυακά κοινωνικά δίκτυα, ενώ το 56% των χρηστών

ηλικίας 13-17 ετών συνδέεται στο διαδίκτυο πολλές φορές την ημέρα. Αντίστοιχα, οι Villanti et al. (2017) αναφέρουν πως κατά το έτος 2016, το 97.5% των νεαρών ενηλίκων των ΗΠΑ χρησιμοποιούσε σε τακτική βάση τουλάχιστον ένα από τα διαθέσιμα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι Anderson & Jiang (2018) βρήκαν πως το 45% των νέων μετεφηβικής ηλικίας παραμένει συνδεδεμένο στο διαδίκτυο καθ' όλη τη διάρκεια της ημέρας, ενώ σημαντικό είναι πως το ποσοστό αυτό είναι σχεδόν διπλάσιο από αυτό που είχε καταγραφεί το 2015.

Πολλές είναι, ακόμα, οι έρευνες που καταγράφουν την υιοθέτηση της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από τους χρήστες όλων των ηλικιών εξαιρώντας την περίπτωση των εφήβων (Anderson & Jiang, 2018). Σημαντικό είναι πως η εφηβεία είναι μια περίοδος κατά την οποία εγκεφαλικά δίκτυα, τα οποία σχετίζονται με τη διαχείριση των συναισθημάτων και των κινήτρων είναι ακόμα εν εξελίξει (Crone & Konijn, 2018). Στην ηλικία αυτή και στη μετάβαση προς την ενήλικη ζωή (μετεφηβεία), μάλιστα, φαίνεται πως η ίδια τους η ύπαρξη ταυτίζεται πλέον με την πρόσβαση και τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Griffiths & Kuss, 2017). Οι πολλές ώρες κατά τις οποίες παραμένουν συνδεδεμένοι σε αυτά είναι ενδεικτικές του βαθμού στον οποίο τα μέσα αυτά έχουν εισχωρήσει στη ζωή τους. Τα παραπάνω ενισχύονται σε μια εποχή κατά την οποία αυξάνεται ο φόβος και η ανησυχία των χρηστών μήπως χάσουν μέρος των ταχύτατων εξελίξεων. Σύμφωνα με τους Przybylski, Murayama, DeHaan, & Gladwell (2013), οι νέοι ενήλικες αισθάνονται έντονα αυτόν τον φόβο, γεγονός που τους ωθεί να παραμένουν συνδεδεμένοι στο διαδίκτυο ακόμα περισσότερες ώρες, ώστε να δύνανται να παρακολουθήσουν τι κάνουν οι άλλοι. Αντίστοιχα, τα μέσα αυτά φαίνεται πως ικανοποιούν την ανάγκη που έχουν οι νέοι να αποκτήσουν (ή να διατηρήσουν) τη δημοτικότητά τους και να είναι ενημερωμένοι για όλες τις εξελίξεις (Nesi, Choukas-Bradley & Prinstein, 2018). Κατά κύριο λόγο, οι νέοι χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να βγάζουν και να διαμοιράζονται δικές τους φωτογραφίες. Πρόκειται για τις γνωστές σήμερα ως «selfie» φωτογραφίες, όπου οι χρήστες φωτογραφίζουν τον εαυτό τους ή τον εαυτό τους μαζί με κάποιον άλλο χρησιμοποιώντας το κινητό τους. Το μέγεθος των φωτογραφιών αυτών που βγάζουν οι χρήστες των «έξυπνων συσκευών» ίσως αγγίζει τα 93.000.000 το 30% των οποίων αφορά σε εφήβους και νεαρούς ενήλικες (Lee & Sung, 2016, ό. π. αναφέρεται στο

Boursier & Manna, 2018). Στο πλαίσιο αυτό, ερευνητές αναφέρουν πως αυτές οι φωτογραφίες αποτελούν κομμάτι της προβολής του εαυτού τους, ώστε να τους αποδεχθούν οι συνομήλικοί τους (Reich, Schneider & Heling, 2018). Αυτό σημαίνει πως οι νέοι μετεφηβικής ηλικίας, όπως και οι έφηβοι, προβαίνουν στη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, και γενικά των τεχνολογικών μέσων, είτε λόγω της ανάγκης τους να ακολουθήσουν τις συνήθειες των συνομήλικων τους είτε λόγω της παρότρυνσης που δέχονται από τους γονείς τους. Οι τελευταίοι ίσως θεωρούν πως τα μέσα αυτά είναι πιο ασφαλή από τον εξωτερικό κόσμο και έτσι τα παροτρύνουν να τα χρησιμοποιούν (Σιδηροπούλου, 2019).

Φυσικά, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν παύουν να αποτελούν ένα μέσο εδραίωσης της αποδοχής και της εκτίμησης, αλλά και ένα μέσο σύναψης και εδραίωσης κοινωνικών σχέσεων (Μπότου & Μαρσέλλος, 2018). Οι έρευνες δείχνουν πως όσο πιο στενές είναι οι σχέσεις των ατόμων, τόσο μεγαλύτερη είναι η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης με σκοπό την αυτοπροβολή (Baker & White, 2010). Πέραν της επικοινωνίας και της αυτοπροβολής, όμως, οι νέοι χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να αλληλεπιδράσουν, αλλά και να διασκεδάσουν, να πληροφορηθούν, να μάθουν και να δημιουργήσουν κοινωνικές σχέσεις Έχουν τη δυνατότητα να φανούν δημιουργικοί, να παράξουν υλικό και να το προβάλουν προβάλλοντας, την ίδια στιγμή, και την καθημερινότητά τους. Οι Velicu, Balea and Barbovschi (2019) αναφέρουν πως οι νέοι χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να βρουν πληροφορίες, για να δημιουργήσουν υλικό και να το διαμοιραστούν είτε, ακόμα, και να μιλήσουν για ζητήματα που αφορούν σε κοινωνικό ή πολιτικό επίπεδο.

Ωστόσο αυτή η ταυτόχρονη ενασχόληση των νέων με περισσότερα από ένα ψηφιακά μέσα, το «media multitasking», έχει αρνητικές επιδράσεις στη γνωστική ικανότητα των εφήβων, στη λειτουργία της μνήμης τους και γενικά στις ακαδημαϊκές τους (Martín-Perpiñá, ViñasPoch, MaloCerrato, 2019). Καθώς, λοιπόν, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαδραματίζουν έναν κεντρικό, θα λέγαμε, ρόλο στη ζωή των νέων, ελλοχεύει ο κίνδυνος η χρήση αυτή να καταστεί προβληματική. Υπό το πρίσμα αυτό, οι νέοι (όπως και οι έφηβοι) έχουν αυξημένες πιθανότητες να βιώσουν διαδικτυακό εκφοβισμό (Kircaburun, Griffiths & Billieux, 2019), γεγονός που σταδιακά θα επιφέρει αρνητική επίδραση και σε επίπεδο κοινωνικών και

διαπροσωπικών σχέσεων (Stockdale & Coyne, 2020). Συνακόλουθα, η συχνή χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από τους νέους αυξάνει τον κίνδυνο να βιώσουν αρνητικά συναισθήματα και αρνητικές ψυχολογικές καταστάσεις (Kormas, Critselis, Janikian, Kafetzis & Tsitsika, 2011; Toth, et al., 2021).

Παρ' όλα αυτά, η συμμετοχή σε έναν τρόπο ζωής, ο οποίος προϋποθέτει την πολύωρη παραμονή μπροστά σε μια οθόνη, δε μπορεί παρά να επιφέρει επιπτώσεις (Essau & Delfabbro, 2020). Στο σημείο αυτό, όμως, αξίζει να αναφερθεί πως η συστηματική χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχει συνδεθεί με την εμφάνιση συμπτωμάτων άγχους (Vannucci, Flannery, & Ohannessian, 2017), συμπτωμάτων κατάθλιψης (Woods & Scott, 2016), με επιβάρυνση της ψυχολογικής ευημερίας των χρηστών με χαμηλή αυτοεκτίμηση (Woods & Scott, 2016), με ψυχολογική δυσφορία (Sampasa-Kanyinga & Lewis, 2015), ακόμα και με μοναξιά και απομόνωση (Griffiths, Kuss, & Demetrovics, 2014).

Σκοπός και ερευνητικά ερωτήματα

Βασικό σκοπό της έρευνας αυτής αποτελεί η διερεύνηση του βαθμού στον οποίο άτομα μετεφηβικής ηλικίας (18-21 ετών) της ευρύτερης περιοχής των Πατρών είναι εθισμένοι στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Πιο συγκεκριμένα, γίνεται προσπάθεια διερεύνησης των ακόλουθων ερωτημάτων:

1. Σε ποιο βαθμό οι νέοι μετεφηβικής ηλικίας της ευρύτερης περιοχής των Πατρών είναι εθισμένοι (ή διατρέχουν κίνδυνο να εθιστούν) στη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης;
2. Σε ποιο βαθμό η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζει την κοινωνική ζωή των νέων μετεφηβικής ηλικίας της ευρύτερης περιοχής των Πατρών;
3. Υπάρχει συσχέτιση μεταξύ της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των δημογραφικών-κοινωνικών χαρακτηριστικών των νέων μετεφηβικής ηλικίας της ευρύτερης περιοχής των Πατρών;

Μεθοδολογία

Στην παρούσα εργασία επιλέχθηκε η ποσοτική μέθοδος συλλογής και ανάλυσης των δεδομένων και χρησιμοποιήθηκε ως εργαλείο το ερωτηματολόγιο (Bell, 1997).

Μετά τον αρχικό σχεδιασμό, την πιλοτική έρευνα και τις κατάλληλες διορθώσεις/προσθήκες, το ερωτηματολόγιο μετατράπηκε σε ηλεκτρονική μορφή μέσω της εφαρμογής GoogleDocs, ώστε να διαμοιραστεί στις ηλεκτρονικές διευθύνσεις των συμμετεχόντων.

Αναφορικά με τη δομή του ερωτηματολογίου, το πρώτο μέρος των ερωτήσεων περιλαμβάνει δημογραφικά στοιχεία. Το δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου περιλαμβάνει ερωτήσεις σχετικά με τον εθισμό στο διαδίκτυο. Περιλαμβάνει ερωτήσεις που σχετίζονται με την εξάρτηση, ως σύνθεση των μέσων στις έρευνες της Young (1998) και Tsimtsiou, Kokkali, Dardavesis, Young, & Arvanitidou (2013). Στο ερωτηματολόγιο οι απαντήσεις δίνονται σε μια 5βάθμια κλίμακα Likert με τιμές: Ποτέ, Σπάνια, Περιστασιακά, Συχνά, Πάντα.

Ο βαθμός του εθισμού των χρηστών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αναλύεται σε έξι (6) επιμέρους κατηγορίες και αντίστοιχες υποκλίμακες.

Η πρώτη υποκλίμακα («Εξάρτηση») αφορά στον υπολογισμό του βαθμού πνευματικής εξάρτησης των χρηστών από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Η δεύτερη υποκλίμακα («Υπερβολική χρήση») αφορά στον υπολογισμό του χρόνου τον οποίο αφιερώνουν οι χρήστες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Η τρίτη υποκλίμακα («Προσδοκία») αφορά στον υπολογισμό της συνεχούς αναμονής που έχουν οι χρήστες μέχρι να συνδεθούν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Ταυτόχρονα, σχετίζεται με το αίσθημα της υποχρέωσης που αναπτύσσουν ώστε να χρησιμοποιήσουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενόσω βρίσκονται εκτός σύνδεσης.

Η τέταρτη υποκατηγορία («Απώλεια ελέγχου») αφορά στην απώλεια ελέγχου που συνδέεται με τον χρόνο που αφιερώνουν οι χρήστες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Η πέμπτη υποκατηγορία («Παραμέληση της κοινωνικής ζωής») αφορά στην παραμέληση από μέρους των χρηστών της κοινωνικής ζωής.

Η έκτη υποκατηγορία («Παραμέληση εργασίας») αφορά στην παραμέληση από μέρους των χρηστών των υποχρεώσεων αναφορικά με την εργασία τους, γεγονός που συνδέεται με μείωση της αποδοτικότητας και της παραγωγικότητάς τους.

Το τρίτο μέρος του ερωτηματολογίου περιλάμβανε 19 ερωτήσεις σχετικές με την κοινωνική ζωή των συμμετεχόντων. Για το σκοπό αυτό αρχικά τέθηκαν δύο γενικές

ερωτήσεις σχετικές με την κοινωνική ζωή των νέων του δείγματος (ερώτηση 29α και 29β). Στη συνέχεια, οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να απαντήσουν σε 17 ερωτήσεις, οι οποίες βασίστηκαν σε προηγούμενες έρευνες και στο θεωρητικό μέρος της εργασίας (π.χ. Lin et al., 2016; Γραββάνη, Καρρά, & Παιδούλα, 2020), αλλά τροποποιήθηκαν κατάλληλα ώστε να ανταποκρίνονται στις ανάγκες της εργασίας. Οι απαντήσεις στην κλίμακα αυτή δίνονται σε μια 5βάθμια κλίμακα Likert με τιμές: Διαφωνώ απόλυτα, Διαφωνώ, Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ, Συμφωνώ, Συμφωνώ απόλυτα.

Το δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν συνολικά 127 νέοι ηλικίας 18-21 χρόνων, οι οποίοι κατοικούν στην ευρύτερη περιοχή των Πατρών. Η δειγματοληψία μπορεί να χαρακτηριστεί ως βολική. Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου διήρκεσε περίπου 2 μήνες (Μάιος-Ιούνιος, 2023).

Είναι σημαντικό κάθε έρευνα να είναι έγκυρη και αξιόπιστη. Αναφορικά με την εγκυρότητα, αυτή σχετίζεται περισσότερο με τα εργαλεία τα οποία σχεδιάζει και χρησιμοποιεί ο ερευνητής (Παναγιωτακόπουλος & Σαρρής, 2015). Στην παρούσα έρευνα, η εγκυρότητα της έρευνας εξασφαλίστηκε με τους τρόπους και τις δικλείδες που προβλέπονται από τη μεθοδολογία εκπαιδευτικής έρευνας.

Παρουσίαση αποτελεσμάτων

Στην ενότητα αυτή παρουσιάζονται τα σημαντικότερα από τα ευρήματα. Αρχικά, εξετάστηκε ο βαθμός αξιοπιστίας του συγκεκριμένου εργαλείου. Όπως φαίνεται στον πίνακα που ακολουθεί, ο δείκτης Cronbach's Alpha ως προς το Τεστ Εξάρτησης από τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης είναι 0,935 και ο δείκτης Cronbach's Alpha για την Κοινωνική ζωή είναι 0,642. Θεωρούμε πως το εργαλείο αυτό συνολικά διακρίνεται από υψηλό δείκτη εσωτερικής συνέπειας (Πίνακας 1). Για την επιλογή του κατάλληλου στατιστικού τεστ, αρχικά ελέγχθηκε η κανονικότητα των μεταβλητών. Για τον σκοπό αυτό, χρησιμοποιήθηκε το τεστ Kolmogorov-Smirnov, το αποτέλεσμα του οποίου καθορίζει και τον χειρισμό των μεταβλητών σε σχέση με τα στατιστικά τεστ που θα αξιοποιηθούν στην ανάλυση (Παναγιωτακόπουλος & Σαρρής, 2015). Το τεστ έδειξε ότι η κατανομή των μεταβλητών είναι μη κανονική και έτσι στην ανάλυση αξιοποιήθηκε ο συντελεστής συσχέτισης Spearman. Πρόκειται για τον συντελεστή, ο οποίος μπορεί να πάρει τιμές από -1 έως 1 και μπορεί να

υποδηλώνει, ανάλογα με την τιμή του, μικρή συσχέτιση (0,1 έως 0,29), μεσαία (0,3 έως 0,49) και μεγάλη (0,5 έως 1) μεταξύ των ελεγχόμενων μεταβλητών (Παναγιωτακόπουλος & Σαρρής, 2015).

Πίνακας 1: Συντελεστές Cronbach's Alpha για το Τεστ Εξάρτησης από τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και για την Κοινωνική Ζωή

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,935	0,935	20
0,668	0,642	19

Από το σύνολο των 127 συμμετεχόντων, οι 86 (το 67,7% του συνόλου) ήταν γυναίκες και οι 40 (το 31,5% του συνόλου) ήταν άνδρες. Επομένως, την πλειονότητα του δείγματος αποτέλεσαν οι γυναίκες.

Πίνακας 2: Ποσοστιαία κατανομή του φύλου των συμμετεχόντων

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό
Άνδρας	40	31,5	31,5
Γυναίκα	86	67,7	67,7
Άλλο	1	,8	,8
Σύνολο	127	100,0	100,0

Αναφορικά με την ηλικία των συμμετεχόντων, παρατηρούμε πως οι 43 από τους 127 συμμετέχοντες (το 33,9% του συνόλου) είναι ηλικίας 21 ετών, οι 35 συμμετέχοντες (το 27,6% του συνόλου) είναι ηλικίας 20 ετών και οι 32 (το 25,2% του συνόλου) είναι ηλικίας 19 ετών. Αντίθετα, λιγότεροι είναι οι συμμετέχοντες ηλικίας 18 ετών (17 συμμετέχοντες, το 13,4% του συνόλου) (Πίνακας 3).

Πίνακας 3: Ποσοστιαία κατανομή της ηλικίας των συμμετεχόντων

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό
18 ετών	17	13,4	13,4
19 ετών	32	25,2	25,2
20 ετών	35	27,6	27,6
21 ετών	43	33,9	33,9
Σύνολο	127	100,0	100,0

Στην πλειονότητά τους οι συμμετέχοντες φοιτούν σε κάποιο ίδρυμα Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης (n=112, το 88,2% του συνόλου του δείγματος). Το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων ανέφεραν ότι το επίπεδο εκπαίδευσης των γονέων αφορά σε πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ (n=59, σύμφωνα με το 46,5% του συνόλου του δείγματος). Το 26,8% του δείγματος (n=34) αναφέρει ότι οι γονείς είναι κάτοχοι κάποιου μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, ενώ το 17,3% του δείγματος (n=22) αναφέρουν ως επίπεδο εκπαίδευσης των γονέων το Λύκειο. Από την περιγραφική στατιστική ανάλυση, προέκυψε πως το μεγαλύτερο ποσοστό των νέων που συμμετείχαν στην έρευνα (n=101, το 79,5% του συνόλου του δείγματος) χρησιμοποιεί περισσότερα από τρία μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Στο ερώτημα που αφορούσε στα είδη των μέσων κοινωνικών δικτύωσης που χρησιμοποιούν οι νέοι του δείγματος, δόθηκε η δυνατότητα στους τελευταίους να επιλέξουν περισσότερες της μιας απάντησης. Φαίνεται, λοιπόν, πως πρώτο στις προτιμήσεις των νέων εξακολουθεί να είναι το Instagram (n=124, το 97,6% του συνόλου του δείγματος) και το Facebook (n=107, το 84,3% του συνόλου του δείγματος) και ακολουθεί το TikTok (n=104, το 81,9% του συνόλου του δείγματος).

Στον πίνακα 2 αποτυπώνονται το σύνολο των 20 ερωτήσεων του ερωτηματολογίου Εξάρτησης από τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και των 19 ερωτήσεων για την κοινωνική ζωή (αφού οι πρώτες 8 αφορούν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά):

Πίνακας 4: Οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου Εξάρτησης από τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και της Κοινωνικής ζωής

Εξάρτηση από τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης
9. Πόσο συχνά διαπιστώνεις ότι παραμένεις σε σύνδεση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης περισσότερο από ό,τι αρχικά σκόπευες;
10. Πόσο συχνά παραμελείς τις προσωπικές σου δουλειές για να περάσεις περισσότερο χρόνο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;
11. Πόσο συχνά προτιμάς την ευχαρίστηση που σου προσφέρει η ενασχόληση με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης από την συντροφιά των φίλων σου;
12. Πόσο συχνά δημιουργείς νέες φιλίες με διαδικτυακούς χρήστες;
13. Πόσο συχνά οι άνθρωποι του περιβάλλοντός σου διαμαρτύρονται για το χρόνο που ξοδεύεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;
14. Πόσο συχνά ελέγχεις τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ενώ υπάρχει κάτι άλλο που πρέπει να κάνεις;
15. Πόσο συχνά η απόδοση και η παραγωγικότητά σου μειώνονται εξαιτίας της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης;

16. Πόσο συχνά γίνεσαι αμυντικός/ή ή μυστικοπαθής, όταν κάποιος σε ρωτά τι κάνεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;
17. Πόσο συχνά απομακρύνεις ενοχλητικές σκέψεις για τη ζωή σου με ενθαρρυντικές σκέψεις για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;
18. Πόσο συχνά ανυπομονείς για το πότε θα ξανασυνδεθείς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;
19. Πόσο συχνά φοβάσαι ότι η ζωή χωρίς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θα είναι βαρετή και κενή;
20. Πόσο συχνά ενοχλείσαι, εκνευρίζεσαι ή φωνάζεις όταν κάποιος σε απασχολεί ενώ ασχολείσαι με κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης;
21. Πόσο συχνά χάνεις ώρες ύπνου εξαιτίας της μεταμεσονύκτιας χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης;
22. Πόσο συχνά νιώθεις απορροφημένος/ή με σκέψεις για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όταν δεν είσαι συνδεδεμένος/η;
23. Πόσο συχνά σε απασχολεί η απήχηση που θα έχουν οι δημοσιεύσεις σου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;
24. Πόσο συχνά βρίσκεις τον εαυτό του να λέει «λίγα λεπτά ακόμα» όταν ασχολείστε με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;
25. Πόσο συχνά προσπαθείτε να περιορίσετε το χρόνο που ξοδεύετε στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και αποτυγχάνετε;
26. Πόσο συχνά προσπαθείς να κρύψεις τον χρόνο που ήσουν στα ΜΚΔ ή προσπαθείς να δικαιολογήσεις τον χρόνο που αφιερώνεις;
27. Πόσο συχνά επιλέγεις να περνάς περισσότερο χρόνο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης από το να βγεις έξω
28. Πόσο συχνά νιώθεις καταπιεσμένος/η, κακόκεφος/η, νευρικός/ή, όταν δεν ασχολείσαι με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;
Κοινωνική ζωή
29α. Θεωρείς τον εαυτό σου κοινωνικό άτομο;
29β. Έχεις σχέση αυτή την περίοδο;
30. Μου αρέσει να βγαίνω με μεγάλες παρέες
31. Θεωρώ ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δρουν επιβαρυντικά στην κοινωνικότητά μου
32. Είμαι κοινωνικό άτομο
33. Βγαίνω μόνο τα Σαββατοκύριακα για διασκέδαση
34. Μου αρέσει να πηγαίνω σε εκδηλώσεις ακόμα και είναι τυπικές
35. Θα συμμετείχα σε δραστηριότητες που δε μου αρέσουν, αν είχα καλή παρέα
36. Νιώθω ότι έχω κατάθλιψη
37. Μου αρέσει να μένω στο σπίτι
38. Έχω πολλούς φίλους
39. Πηγαίνω διακοπές κάθε χρόνο
40. Εάν είχα περισσότερα χρήματα, θα ήμουν πιο κοινωνικός/ή
41. Είμαι μανιώδης καπνιστής/στρια
42. Η διαδικτυακή επικοινωνία με ένα φίλο/ μια φίλη είναι το ίδιο με μια έξοδο
43. Μπορώ να κάνω πιο εύκολα γνωριμίες από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης απ' ότι σε μια έξοδο
44. Με απασχολεί η εικόνα που θα έχουν οι προσωπικοί φίλοι για μένα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης
45. Με απασχολεί η εικόνα που θα έχουν οι διαδικτυακοί φίλοι για μένα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης
46. Μου είναι πιο εύκολο να επικοινωνώ με τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης παρά μέσω τηλεφώνου ή προσωπικής επαφής;

Στο τρίτο μέρος του ερωτηματολογίου, ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να απαντήσουν σε ερωτήσεις σχετικές με την κοινωνική τους ζωή, ώστε να αποτυπωθεί ο βαθμός στον οποίο η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης την επηρεάζει.

Επιχειρήθηκε μια συσχέτιση μεταξύ των αποτελεσμάτων, ώστε να διαπιστωθεί ο βαθμός στον οποίο υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των κοινωνικο-δημογραφικών παραγόντων (ανεξάρτητες μεταβλητές) και των τιμών στα δύο ερωτηματολόγια (εξαρτημένες μεταβλητές) αλλά και μεταξύ των δύο εξαρτημένων μεταβλητών μεταξύ τους (χρήση κινητού και κοινωνική ζωή).

Ποσοτικά στοιχεία της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης

Παρακάτω παρουσιάζονται οι απαντήσεις του δείγματος στα τμήματα των ερωτήσεων που τέθηκαν, αναφορικά με την Εξάρτηση από τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και την Κοινωνική ζωή. Οι απαντήσεις φαίνονται ανά ερώτηση έτσι ώστε να είναι εύκολο να διακρίνουμε την επικρατούσα τιμή σε κάθε ερώτηση - μεταβλητή.

Πίνακας 5: Οι απαντήσεις των συμμετεχόντων στο ερωτηματολόγιο της Εξάρτησης από τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Ερώτηση	Ποτέ	Σπάνια	Περιστασιακά	Συχνά	Πάντα
Ερώτηση 9	0	5	26	49	47
Ερώτηση 10	12	22	55	37	1
Ερώτηση 11	56	45	14	10	2
Ερώτηση 12	29	37	19	41	1
Ερώτηση 13	22	31	18	47	9
Ερώτηση 14	3	14	35	67	8
Ερώτηση 15	11	34	57	24	1
Ερώτηση 16	23	31	39	32	2
Ερώτηση 17	26	34	37	28	2
Ερώτηση 18	14	33	51	27	2
Ερώτηση 19	20	22	27	35	23
Ερώτηση 20	23	31	39	32	2
Ερώτηση 21	11	22	21	51	22
Ερώτηση 22	22	35	48	19	3
Ερώτηση 23	15	26	23	48	15

Ερώτηση 24	4	14	30	42	37
Ερώτηση 25	11	24	61	25	6
Ερώτηση 26	28	28	21	44	6
Ερώτηση 27	60	47	10	9	1
Ερώτηση 28	30	53	36	6	2

Πίνακας 6: Οι απαντήσεις των συμμετεχόντων στο ερωτηματολόγιο της Κοινωνικής Ζωής

Ερώτηση	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε Διαφωνώ Ούτε Συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Ερώτηση 30	1	10	70	36	10
Ερώτηση 31	8	61	43	12	3
Ερώτηση 32	3	5	23	69	27
Ερώτηση 33	31	47	28	15	6
Ερώτηση 34	2	24	63	37	1
Ερώτηση 35	2	13	17	83	12
Ερώτηση 36	41	51	24	6	5
Ερώτηση 37	11	22	63	25	6
Ερώτηση 38	3	18	42	60	4
Ερώτηση 39	3	20	17	56	31
Ερώτηση 40	15	34	24	19	35
Ερώτηση 41	55	44	19	4	5
Ερώτηση 42	84	26	12	4	1
Ερώτηση 43	29	27	22	42	7
Ερώτηση 44	16	32	35	34	10
Ερώτηση 45	19	29	23	46	10
Ερώτηση 46	22	20	30	52	3

Συσχέτιση κοινωνικών παραγόντων με τον βαθμό εξάρτησης των νέων από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Πιο αναλυτικά, η στατιστική ανάλυση έδειξε:

A) Η ηλικία και ο βαθμός εξάρτησης των νέων από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρουσιάζει μία μέτρια στατιστικά σημαντική συσχέτιση $r_s = -0,237$, $n = 127$, $p = 0,007 < 0,01$.

B) Μικρή θετική συσχέτιση βρέθηκε ανάμεσα στο επίπεδο εκπαίδευσης των συμμετεχόντων και στο βαθμό εξάρτησής τους από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ($r_s = 0,044$, $p = 0,620 > 0,05$).

Γ) Ο βαθμός εξάρτησης των νέων σχετίζεται με το επίπεδο εκπαίδευσης των γονέων. $r_s = 0,280$, $p = 0,003 < 0,01$. Δηλαδή όσο μεγαλύτερος είναι ο βαθμός υπερβολικής χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από τους νέους τόσο μεγαλύτερη πιθανότητα υπάρχει να συνδέεται με το επίπεδο της εκπαίδευσης των γονέων.

Δ) Όσο περισσότερα είναι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που έχουν σύνδεση οι συμμετέχοντες τόσο μεγαλύτερη είναι η πιθανότητα να αποκτήσουν εξάρτηση από αυτά $r_s = 0,305$, $n = 127$, $p = 0,000 < 0,01$.

Συσχέτιση κοινωνικών παραγόντων με τις υποκλίμακες

Η στατιστική ανάλυση έδειξε, ακόμα, πως όσο μεγαλύτερος είναι ο βαθμός προσδοκίας των νέων για τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης τόσο μεγαλύτερη πιθανότητα υπάρχει να συνδέεται με το επίπεδο εκπαίδευσης των γονέων $r_s = 0,221$, $p = 0,013 < 0,05$. Φαίνεται πως όσο περισσότερα είναι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που έχουν σύνδεση οι συμμετέχοντες τόσο μεγαλύτερος είναι ο βαθμός απώλειας ελέγχου της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης $r_s = 0,292$, $p = 0,001 < 0,01$. Επίσης φαίνεται πως όσο περισσότερα είναι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που έχουν σύνδεση οι συμμετέχοντες τόσο μεγαλύτερος είναι ο βαθμός παραμέλησης της εργασίας τους λόγω της χρήση; των μέσων κοινωνικής δικτύωσης $r_s = 0,252$, $p = 0,004 < 0,01$.

Ακόμα, η στατιστική ανάλυση έδειξε πως όσο μεγαλύτερος είναι ο βαθμός κοινωνικότητας των νέων μέσα στα κοινωνικά δίκτυα τόσο μεγαλύτερη πιθανότητα υπάρχει να συνδέεται με το επίπεδο εκπαίδευσης των γονέων ($r_s = 0,182$, $p = 0,041 < 0,05$). Όσο μεγαλύτερος είναι ο βαθμός κοινωνικότητας των νέων τόσο μεγαλύτερη πιθανότητα υπάρχει να συνδέεται με τον αριθμό των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στα οποία είναι συνδεδεμένοι οι νέοι του δείγματος ($r_s = 0,306$, $p = 0,000 < 0,01$).

Εξετάζοντας τη συσχέτιση μεταξύ της τιμής της υποκλίμακας εθισμού «Εξάρτηση» και της τιμής της κοινωνικότητας, προκύπτει η τιμή $r_s = 0,624$, $p = 0,000 < 0,01$, που σημαίνει πως όσο μεγαλύτερος είναι ο βαθμός εθισμού του ατόμου από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τόσο μεγαλύτερος είναι ο βαθμός κοινωνικότητάς του. Αντίστοιχα, εξετάζοντας τη συσχέτιση μεταξύ της τιμής της υποκλίμακας εθισμού «Υπερβολική χρήση» και της τιμής της κοινωνικότητας, προκύπτει η τιμή $r_s = 0,602$,

$p = 0,000 < 0,01$, που σημαίνει πως όσο μεγαλύτερος είναι ο βαθμός υπερβολικής χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από το άτομο τόσο μεγαλύτερος είναι ο βαθμός κοινωνικότητάς του.

Υψηλή θετική συσχέτιση, παρατηρείται και μεταξύ της τιμής της υποκλίμακας εθισμού «Προσδοκία» και της τιμής της κοινωνικότητας ($r_s = 0,509$, $p = 0,000 < 0,01$). Το ίδιο παρατηρείται και μεταξύ της τιμής της υποκλίμακας εθισμού «Απώλεια ελέγχου» και της τιμής της κοινωνικότητας ($r_s = 0,586$, $p = 0,000 < 0,01$). Θετική συσχέτιση, στατιστικά σημαντική, παρατηρείται και μεταξύ της τιμής της υποκλίμακας εθισμού «Παραμέληση της κοινωνικής ζωής» και της τιμής της κοινωνικότητας ($r_s = 0,425$, $p = 0,000 < 0,01$). Αντίστοιχα, θετική συσχέτιση, στατιστικά σημαντική, παρατηρείται και μεταξύ της τιμής της υποκλίμακας εθισμού «Παραμέληση της εργασίας» και της τιμής της κοινωνικότητας ($r_s = 0,473$, $p = 0,000 < 0,01$).

Συμπεράσματα

Οι συμμετέχοντες στην έρευνα φαίνεται να κάνουν λογική χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Φαίνεται να επιβεβαιώνονται περισσότερο έρευνες στις οποίες έχει φανεί πως οι νέοι που είναι ήδη κοινωνικοποιημένοι, χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ώστε να ενισχύσουν περισσότερο την κοινωνικοποίησή τους. Ουσιαστικά, λοιπόν, τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας συγκλίνουν περισσότερο προς την άποψη πως η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δεν φαίνεται να επηρεάζει αρνητικά την κοινωνική ζωή των νέων του δείγματος.

Το πρώτο ερευνητικό ερώτημα αφορούσε στη διερεύνηση του βαθμού στον οποίο οι νέοι ηλικίας 18-21 ετών που συμμετείχαν στην έρευνα είναι εθισμένοι στη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ή διατρέχουν κίνδυνο να εθιστούν στη χρήση των μέσων αυτών, η ανάλυση των δεδομένων που προέκυψε από την επεξεργασία των ερωτηματολογίων έδειξε πως οι νέοι του δείγματος σε γενικές γραμμές έχουν αναπτύξει έναν χαμηλό βαθμό εθισμού. Φαίνεται πως οι νέοι του δείγματος στην πλειονότητά τους κάνουν συστηματική χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, η οποία δεν φαίνεται να έχει στοιχεία παθολογικού χαρακτήρα. Αντίστοιχα, ένα αρκετά μικρότερο ποσοστό προβαίνει σε μια χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, η οποία θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ελεγχόμενη και σπάνια. Τη

μεγαλύτερη συχνότητα συγκέντρωσαν δηλώσεις που αφορούν στην μεγαλύτερη παραμονή των νέων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε σχέση με αυτή που αρχικά σκόπευαν, στην τάση ελέγχου των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, ενώ θα έπρεπε να κάνουν κάτι άλλο, στην ανάπτυξη του αισθήματος το φόβου ότι η ζωή χωρίς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θα είναι βαρετή και κενή. Ακόμα, η ανάλυση των ποσοτικών δεδομένων έδειξε πως αρκετά συχνά οι νέοι του δείγματος χάνουν ώρες ύπνου εξαιτίας της μεταμεσονύκτιας χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, αρκετά συχνά τους απασχολεί η απήχηση που θα έχουν οι δημοσιεύσεις τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και αρκετά συχνά βρίσκουν τον εαυτό τους να λέει «λίγα λεπτά ακόμα» όταν ασχολούνται με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Ο μέτριος βαθμός εθισμού των νέων του δείγματος με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επιβεβαιώνεται από τις βαθμολογίες που συγκέντρωσαν σε όλες τις υποκλίμακες του Τεστ Εθισμού στο Διαδίκτυο (εξάρτηση, υπερβολική χρήση, προσδοκία, απώλεια ελέγχου, παραμέληση της κοινωνικής ζωής, παραμέληση της εργασίας).

Από την ανάλυση των δεδομένων για το δεύτερο ερευνητικό ερώτημα προέκυψε αρχικά πως οι νέοι του δείγματος στην πλειονότητά τους θεωρούν πως είναι κοινωνικά άτομα. Τον μεγαλύτερο βαθμό συχνότητας, συγκέντρωσαν οι δηλώσεις του ερωτηματολογίου που αφορούσαν στην τάση των νέων να βγαίνουν με μεγάλες παρέες, στον χαρακτηρισμό τους ως κοινωνικά άτομα, στη συμμετοχή τους σε δραστηριότητες που δεν τους αρέσουν - υπό την προϋπόθεση πως θα είχαν καλή παρέα - στις πολλές φιλίες, στην προσπάθειά τους να πηγαίνουν διακοπές κάθε χρόνο, καθώς και στην παραδοχή πως αν είχαν περισσότερα χρήματα, θα ήταν πιο κοινωνικοί. Σε γενικές γραμμές, λοιπόν, οι νέοι του δείγματος αναφέρουν πως είναι κοινωνικοί. Αυτό σημαίνει πως η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δεν φαίνεται να επιδρά αρνητικά στην κοινωνική τους ζωή. Μάλιστα, η στατιστική ανάλυση έδειξε πως όσο πιο κοινωνικοί είναι οι νέοι του δείγματος τόσο μεγαλύτερη πιθανότητα υπάρχει να χρησιμοποιούν εκτεταμένα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Συγκεκριμένα, προκύπτει πως όσο μεγαλύτερος είναι ο βαθμός εθισμού του ατόμου από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τόσο μεγαλύτερος είναι ο βαθμός κοινωνικότητάς του. Αντίστοιχα, φαίνεται πως όσο μεγαλύτερος είναι ο βαθμός υπερβολικής χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από το άτομο, προσδοκίας ή

ακόμα και απώλεια ελέγχου, τόσο μεγαλύτερος είναι ο βαθμός κοινωνικότητάς του. Αυτό φαίνεται να συμβαίνει καθώς αφενός δεν κάνουν υπερβολική χρήση των μέσων αυτών και αφετέρου η χρήση αυτή αφορά περισσότερο σε μια προσπάθειά τους να ενισχύσουν περαιτέρω την εικόνα τους και την κοινωνική τους ζωή. Θα μπορούσε να υποστηριχθεί, λοιπόν, πως η εικονική ζωή των νέων του δείγματος δεν ορίζει στην ουσία την κοινωνική τους ζωή.

Το τελευταίο ερευνητικό ερώτημα αφορούσε στη διερεύνηση μιας πιθανής συσχέτισης μεταξύ των δημογραφικών-κοινωνικών χαρακτηριστικών των νέων του δείγματος και της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Τα δεδομένα της έρευνας έδειξαν να επιβεβαιώνουν, τουλάχιστον μερικώς, σχετικές έρευνες που συσχετίζουν τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης με τα κοινωνικά και τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των χρηστών. Συγκεκριμένα, ο παράγοντας εκείνος που φαίνεται να επηρεάζει στατιστικά σημαντικά τον βαθμό χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από τους νέους, είναι αφενός το επίπεδο εκπαίδευσης των γονέων τους και αφετέρου ο αριθμός των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στα οποία έχουν λογαριασμό οι χρήστες. Όσο περισσότερα είναι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που έχουν σύνδεση οι συμμετέχοντες τόσο μεγαλύτερη είναι η πιθανότητα να αποκτήσουν εξάρτηση από αυτά.

Ο βασικός περιορισμός αφορά στο δείγμα της έρευνας. Και τούτο διότι προέρχεται από βολικό δείγμα νέων ηλικίας 18-21 ετών, οι οποίοι προέρχονται αποκλειστικά από την ευρύτερη περιοχή των Πατρών. Αυτό σημαίνει πως η έρευνα υπόκειται σε περιορισμούς, που δεν επιτρέπουν τη γενίκευση των αποτελεσμάτων. Συνακόλουθα, θα ήταν χρήσιμη η επέκταση της έρευνας και σε ευρύτερο δείγμα προερχόμενο από διαφορετικές περιοχές με τυχαία δειγματοληψία, ώστε να καταστεί εφικτή η σύνθεση μιας συνολικότερης εικόνας για το υπό εξέταση κοινωνικό φαινόμενο.

Βιβλιογραφικές αναφορές

- Agichtein, E., Castillo, C. Donato, & Gionis, D. (2008). Finding High-Quality Content in Social Media. *Proceedings of the International Conference on Web Search and Web Data Mining* (183–194). ACM. <https://www.doi.org/10.1145/1341531.1341557>
- Anderson, M., & Jiang, J. (2018). Teens, social media & technology 2018. *Pew research center*, 31(2018), 1673-1689.
- Baker, R. K., & White, K. M. (2010). Predicting adolescents' use of social networking sites from an extended theory of planned behaviour perspective. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1591–159.
- Bell, J. (1997). *Μεθοδολογικός σχεδιασμός παιδαγωγικής και κοινωνικής έρευνας*. Αθήνα: Gutenberg.
- Boursier, V., & Manna, V. (2018). Selfie expectancies among adolescents: Construction and validation of an instrument to assess expectancies toward selfies among boys and girls. *Frontiers in Psychology*, 9,839.
- Chaniotakis, E., & Antoniou, C. (2015,). Use of geotagged social media in urban settings: Empirical evidence on its potential from twitter. In *IEEE 18th International Conference on Intelligent Transportation Systems* (pp. 214-219).
- Crone, E. A., &Konijn, E. A. (2018). Media use and brain development during adolescence. *Nature Communications*, 9, 588.
- Essau, C., & Delfabbro, P. (Eds) (2020). *Adolescent addiction: Epidemiology, assessment, and treatment. Practical Resources for the Mental Health Professional* (2nd ed.). London: Elsevier Science.
- Fiesler, C., Dye, M., Feuston, J. L., Hiruncharoenvate, C., Hutto, C. J., Morrison, S., & Gilbert, E. (2017). What (or who) is public? Privacy settings and social media content sharing. In *Proceedings of the 2017 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work and Social Computing* (pp. 567-580).
- Griffiths, M. D., Kuss, D. J., &Demetrovics, Z. (2014). Social networking addiction: An overview of preliminary findings. In K. P. Rosenberg & L. C. Feder (Eds.), *Behavioral addictions: Criteria, evidence, and treatment* (pp. 119–141). Academic Press.
- Griffiths, M.D. & Kuss, D.J. (2017). Adolescent social media addiction (revisited). *Education and Health*, 35, 59-62.
- Heyman, R., De Wolf, R., & Pierson, J. (2014). Evaluating social media privacy settings for personal and advertising purposes. *Emerald insight*, 16(4), 18-32.
- Kircaburun, K., Griffiths, M. D., &Billieux, J. (2019). Psychosocial factors mediating the relationship between childhood emotional trauma and internet gaming disorder: A pilot study. *European Journal of Psychotraumatology*, 10(1).
- Kormas G, Critselis E, Janikian M, Kafetzis D, Tsitsika A. (2011). Risk factors and psychosocial characteristics of potential problematic internet use among adolescents: A cross-sectional study. *BMC Public Health*, 11(1):595.
- Lenhart, A. (2015). *Teens, social media & technology*. Washington, DC: Pew Research Center. Retrieved 20/04/2023 from <http://www.pewinternet.org/2015/04/09/teenssocial-media-technology-2015/>.

- Lin, L. Y., Sidani, J. E., Shensa, A., Radovic, A., Miller, E., Colditz, J. B., et al. (2016). Association between social media use and depression among US young adults. *Depression Anxiety* 33, 323–331.
- Martín-Perpiñá, M. D. L. M., Poch, F. V., & Cerrato, S. M. (2019). Personality and social context factors associated to self-reported excessive use of information and communication technology (ICT) on a sample of Spanish adolescents. *Frontiers in psychology*, 10, 436.
- Nesi, J., Choukas-Bradley, S., & Prinstein, M. J. (2018). Transformation of adolescent peer relations in the social media context: Part 2—application to peer group processes and future directions for research. *Clinical Child and Family Psychology Review*, 21(3), 295–319.
- Obar, J.A. and Wildman, S. (2015). Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue. *Telecommunications Policy*, 39(9), 745-750.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, Emotional, and Behavioural Correlates of Fear of Missing Out. *Computers in Human Behaviour*, 29, 1841-1848.
- Reich, S., Schneider, F. M., & Heling, L. (2018). Zero Likes – Symbolic interactions and need satisfaction online. *Computers in Human Behavior*, 80, 97–102.
- Sampasa-Kanyinga, H., & Lewis, R. F. (2015). Frequent use of social networking sites is associated with poor psychological functioning among children and adolescents. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(7), 380–385.
- Smith, A., & Anderson, M. (2018). *Social Media Use 2018: Demographics and Statistics*. Washington DC: Pew Research Center.
- Stockdale, L. A., & Coyne, S. M. (2020). Bored and online: Reasons for using social media, problematic social networking site use, and behavioral outcomes across the transition from adolescence to emerging adulthood. *Journal of Adolescence*, 79, 173–183.
- Tsimtsiou, Zoi, Anna-Bettina Haidich, Stamatia Kokkali, Theodoros Dardavesis, Kimberly S. Young, and Malamatenia Arvanitidou. "Greek version of the Internet Addiction Test: A validation study." *Psychiatric Quarterly* 85 (2014): 187-195.
- Toth, G., Kapus, K., Hesszenberger, D., Pohl, M., Kósa, G., Kiss, J., Pusch, G., Fejes, É., Tibold, A., & Feher, G. (2021). Prevalence and risk factors of internet addiction among hungarian high school teachers. *Life*, 11, 194. DOI: [10.3390/life11030194](https://doi.org/10.3390/life11030194)
- Vannucci A., Flannery K. M., & Ohannessian C. M. (2017). Social media use and anxiety in emerging adults. *Journal of Affective Disorders*, 207, 163–166.
- Velicu, A., Balea, B., & Barbovschi, M. (2019). Internet Access, Use, Risks and Opportunities for Romanian children – EUKIDS 2018 project. Retrieved 16/04/2023 from http://rokidsonline.net/wp/wp-content/uploads/2019/01/EU-KidsOnline-RO-report-15012019_DL.pdf.
- Villanti, A. C., Johnson, A. L., Ambrose, B. K., Cummings, K. M., Stanton, C. A., Rose, S. W., ... & Hyland, A. (2017). Flavored tobacco product use in youth and adults: findings from the first wave of the PATH study (2013–2014). *American journal of preventive medicine*, 53(2), 139-151.
- Woods, H. C. & Scott, H. (2016) #Sleepyteens: social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self-esteem. *Journal of Adolescence*, 51, 41-49.
- Young, K.S. (1997). What makes the Internet addictive: Potential explanations for pathological Internet use. Retrieved from: <https://www.healthypace.com/addictions/center-for-internet->

addiction-recovery/what-makes-the-internet-addictive-potencial

Γραββάνη, Α., Καρρά, Ε. & Παιδούλα, Ν. (2020). *Εξάρτηση και μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Πώς επηρεάζεται η κοινωνική ζωή των σπουδαστών του Τμήματος Κοινωνικής Εργασίας του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής από τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης;* Πτυχιακή εργασία. Ελληνικό Μεσογειακό Πανεπιστήμιο.

Μπότου, Α, & Μαρσέλλος, Π.Σ. (2018). Η αντίληψη των εφήβων για τους ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης: Επηρεάζει το Facebook την αυτοεκτίμηση των εφήβων; *Ψυχολογία*, 9(6), 1453-1474.

Παναγιωτακόπουλος, Χ. (2018). *Η ηθική στο διαδίκτυο και το ηλεκτρονικό έγκλημα*. Εκδόσεις Παπαζήση.

Παναγιωτακόπουλος, Χ. & Σαρρής, Μ. (2015). *Η εκπόνηση μιας επιστημονικής εργασίας με τη χρήση των ΤΠΕ: Μία ολοκληρωμένη προσέγγιση*. Αθήνα: Εκδοτικός Όμιλος ΙΩΝ.

Σιδηροπούλου, Α. (2019). *Ψυχολογικές διαδρομές στην ψηφιακή εποχή: Από το multitasking στην πολυδιεργασία της ύπαρξης*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.