



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΤΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΔΙΑΤΡΙΒΗ

*για την απόκτηση διδακτορικού διπλώματος του Τμήματος Διοίκησης
Επιχειρήσεων*

ΑΝΑΤΟΛΗ ΒΡΟΧΑΡΙΔΟΥ

**Επικοινωνία Μέσω Υπολογιστή- Ιστοσελίδες Κοινωνικής Δικτύωσης και
Φοιτητές/τριες: Οι κοινωνικές επιπτώσεις της χρήσης του Facebook και
του Instagram στη φοιτητική κοινότητα**

Συμβουλευτική Επιτροπή:

Ανδρέας Ανδρικόπουλος, Αναπληρωτής Καθηγητής (Επιβλέπων), Πανεπιστήμιο Αιγαίου.

Ελένη Γάκη, Επίκουρη Καθηγήτρια, Πανεπιστήμιο Αιγαίου (μέλος τριμελούς επιτροπής)

Μάνια Μαύρη, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια, Πανεπιστήμιο Αιγαίου (μέλος τριμελούς επιτροπής)

Κουτρομάνος Γεώργιος, Επίκουρος Καθηγητής, Εθνικό Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο

Κωνσταντέλου Αναστασία, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια, Πανεπιστήμιο Αιγαίου

Λάμπρου Μαρία, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια, Πανεπιστήμιο Αιγαίου

Ζαράνης Νικόλαος, Αναπληρωτής Καθηγητής, Πανεπιστήμιο Κρήτης

Χίος, 2019

Στα παιδιά μου, Παντελή και Κυριάκο

και στη μητέρα μου Ανθούλα

Ευχαριστίες

Η συγγραφή μιας διδακτορικής διατριβής απαιτεί κατά τη διάρκεια της εκπόνησής της την πλήρη αφοσίωση του/της υποψήφιου/ιας διδάκτορα. Πέρα όμως από τις ατομικές προσπάθειες του/της υποψήφιου/ιας διδάκτορα η συμβολή ορισμένων προσώπων για την ολοκλήρωσή της, είναι καθοριστική. Για το λόγο αυτό, θα ήθελα να ευχαριστήσω τα άτομα τα οποία συνέβαλαν, το καθένα χωριστά με τον τρόπο του, στην ολοκλήρωση της παρούσας μελέτης.

Κατ' αρχήν, να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα της διδακτορικής μου διατριβής κ. Ανδρέα Ανδρικόπουλο, Αναπληρωτή Καθηγητή του Πανεπιστημίου Αιγαίου, για τη σημαντική και απλόχερα δοσμένη υποστήριξη, για τη δημιουργική κριτική της δουλειάς μου, για την ακαδημαϊκή καθοδήγηση και την εμπιστοσύνη που μου έδειξε κατά τη διάρκεια της εκπόνηση της διατριβής μου. Ο χρόνος που διέθεσε στην ενδελεχή επίβλεψη της παρούσας μελέτης, συνετέλεσαν αποτελεσματικά στην ολοκλήρωση της. Ένα μεγάλο ευχαριστώ οφείλω και στην κ. Στογιαννίδου Μάιρα που είχε αναλάβει στην αρχή την επίβλεψη της διδακτορικής μου διατριβής αλλά δεν μπόρεσε, λόγω επαγγελματικών υποχρεώσεων, να την ολοκληρώσει.

Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω τα μέλη της τριμελούς επιτροπής κ. Ελένη Γάκη, Επίκουρη Καθηγήτρια του Πανεπιστημίου Αιγαίου και κ. Μαρία Μαύρη, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια του Πανεπιστημίου Αιγαίου, για τις πολύτιμες συμβουλές τους και την υποστήριξη και ενθάρρυνση που μου παρείχαν. Ευχαριστώ, επιπλέον, τα μέλη της επταμελούς επιτροπής κ. Κουτρομάνο Γεώργιο, Επίκουρο Καθηγητή του Εθνικού Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών, την κ. Κωνσταντέλου Αναστασία, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια του Πανεπιστημίου Αιγαίου, την κ. Λάμπρου Μαρία, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια του Πανεπιστημίου Αιγαίου και τον κ. Ζαράνη Νικόλαο, Αναπληρωτή

Καθηγητή του Πανεπιστημίου Κρήτης, για το χρόνο που αφιέρωσαν στην μελέτη και αξιολόγηση της διατριβής μου και στα συγκινητικά τους σχόλια κατά την υποστήριξή της.

Επιπλέον, θα ήθελα να ευχαριστήσω το ακαδημαϊκό προσωπικό της Σχολής Επιστημών της Διοίκησης του Πανεπιστημίου Αιγαίου για την βοήθεια που μου προσέφερε κατά τη συλλογή των ερωτηματολογίων. Ευχαριστώ, επίσης, το διοικητικό προσωπικό στις Γραμματείες των τεσσάρων Τμημάτων και ιδιαιτέρως τη κ. Βάσω Βασιλείου, για τις απαραίτητες πληροφορίες που μου παρείχε για τη δειγματοληψία της έρευνας και για την αποστολή των ερωτηματολογίων στα emails των φοιτητών/τριών.

Ιδιαιτέρως, ευχαριστώ τους ανώνυμους/ες φοιτητές/τριες των τεσσάρων Πανεπιστημιακών Τμημάτων, οι οποίοι με την προθυμία που επέδειξαν για τη συμπλήρωση των ερωτηματολογίων της έρευνας, συνέβαλλαν ουσιαστικά στην ολοκλήρωση της παρούσας μελέτης.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω τα παιδιά μου για την ενσυναίσθησή τους και την υπέρτατη χαρά τους με την ολοκλήρωση της διατριβής, τη μητέρα μου, που με την γεμάτη αγάπη «γκρίνια» της για το χρόνο που αφιέρωνα στη συγγραφή της διατριβής, με «πείσμωνε» περισσότερο για την ολοκλήρωσή της, την αδελφή μου που πάντα με έχει στο μυαλό της και στην καρδιά της, τη συνοδοιπόρο Μίτσου που έχει διαβεί ανάλογα επιστημονικά μονοπάτια που με «ενεργοποίησε» το διάστημα της παραίτησής μου, τη φίλη μου Μαίρη που μοιράστηκε μαζί μου όλο το «ψυχολογικό φορτίο» και μου έδινε δύναμη, τη φίλη μου Λένα για την ουσιαστική, άοκνη συμπαράστασή και υποστήριξή της όλο αυτό τον καιρό, τη φίλη μου Γιούλα για την αγάπη και τη συγκίνησή της με την ολοκλήρωση της διατριβής και όλους τους φίλους/ες και συγγενείς που με στήριζαν στην προσπάθεια αυτή και χάρηκαν με τη χαρά μου στο τέλος.

Περίληψη

Λαμβάνοντας υπόψη τόσο το γενικότερο προβληματισμό που υπάρχει για τις κοινωνικές επιπτώσεις της χρήσης του Facebook και του Instagram, όσο και τον περιορισμένο αριθμό ερευνών σχετικά με αυτό το θέμα, διαμορφώθηκε ο πρωταρχικός σκοπός της παρούσας μελέτης, ο οποίος είναι: Η διερεύνηση των κοινωνικών επιπτώσεων της χρήσης του Facebook και του Instagram στη φοιτητική κοινότητα. Ως μελέτη περίπτωσης ορίστηκε η Σχολή Επιστημών της Διοίκησης και της Πολυτεχνικής Σχολής, που εδρεύουν στο νησί της Χίου και αποτελούνται από τέσσερα Πανεπιστημιακά Τμήματα,

Για τη διερεύνηση του πρωταρχικού σκοπού της παρούσας μελέτης έγινε χρήση της Εξερευνητικής (Exploratory Factor Analysis) και Επιβεβαιωτικής (Confirmatory Factor Analysis) Παραγοντικής Ανάλυση και οι σχέσεις μεταξύ των εργαλείων του μοντέλου μελετήθηκαν με τη χρήση του Μοντέλου Δομικών Εξισώσεων (Structural Equation Modeling).

Για τη δημιουργία του Μοντέλου Δομικών Εξισώσεων χρησιμοποιήθηκαν μεταβλητές, που σύμφωνα με την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας, έχουν σχέση με τις κοινωνικές επιπτώσεις από τη χρήση του Facebook και του Instagram στη φοιτητική κοινότητα. Συγκεκριμένα, χρησιμοποιήθηκαν ως μεταβλητές οι: α) χρήσεις και ικανοποιήσεις β) κοινωνικό κεφάλαιο γ) αίσθηση της κοινότητας δ) κοινωνικότητα ε) η συχνότητα χρήσης του Facebook και του Instagram από τους φοιτητές/τριες και στ) ο αριθμός των «φίλων/followers» στο Facebook και το Instagram και έγινε προσπάθεια να επιβεβαιωθεί η σχέση τους.

Για την διερεύνηση των ερευνητικών στόχων χρησιμοποιήθηκε ποσοτική μέθοδος έρευνας και συμμετείχαν στην έρευνα 202 φοιτητές/τριες από τα τέσσερα Πανεπιστημιακά Τμήματα.

Από τα αποτελέσματα της έρευνας προκύπτει πως και οι δυο ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιούνται πολύ από τους φοιτητές/τριες για κοινωνικούς και ακαδημαϊκούς λόγους, παρουσιάζοντας όμως διαφοροποιήσεις, στη συχνότητα χρήσης αλλά και στα κίνητρα για τη χρήση τους. Η πλειονότητα των φοιτητών/τριών συνδέεται τις περισσότερες φορές στο Instagram παρά στο Facebook και το Facebook χρησιμοποιείται περισσότερο για ακαδημαϊκούς λόγους από το Instagram που χρησιμοποιείται περισσότερο για κοινωνικούς λόγους.

Επιπλέον, τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας αντιπαρατίθενται στον προβληματισμό που υποστηρίζει ότι η ενασχόληση με το Facebook και το Instagram απομακρύνει τους φοιτητές από σημαντικά στοιχεία της πανεπιστημιακής ζωής και συνδέεται με τη δημιουργία ψευδών κοινοτήτων και επιφανειακών σχέσεων. Αντιθέτως, υποστηρίζουν πως σε πανεπιστημιακές μικρές κοινότητες, όπου υπάρχει μεγάλη διάδραση σε κοινωνικό και ακαδημαϊκό επίπεδο εκτός διαδικτύου, η διάδραση αυτή μεταφέρεται και στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, όπως είναι το Facebook και το Instagram και επιδρά θετικά στο κοινωνικό κεφάλαιο και την αίσθηση της κοινότητας των φοιτητών/τριών με το Πανεπιστημιακό Τμήμα φοίτησης.

Λέξεις κλειδιά: Facebook, Instagram, χρήσεις και ικανοποιήσεις, κοινωνικό κεφάλαιο, αίσθηση της κοινότητας, κοινωνικότητα

Abstract

Considering both the general reflection on the social implications of Facebook's and Instagram's use and the limited number of surveys on this issue, the primary objective of the present study was: The investigation of the social impact of Facebook's and Instagram's use in a university students' community. As a case study was selected the School of Business and the Polytechnic School of the University of the Aegean, based on the island of Chios, which consist of four university departments.

In order to investigate the primary purpose of the present study, both Exploratory Factor Analysis and Confirmatory Factor Analysis were used and for the investigation of the relationship between the model tools, Structural Equation Modeling was used.

In order to create the Model of Structural Equations, variables were used, which, according to the literature review, are related to the social implications of Facebook's and Instagram's use in the students' community. In particular, the variables were: the a) uses and gratifications b) social capital c) sense of community d) sociability e) frequency of Facebook's and Instagram's use by students and f) number of Facebook's friends and Instagram's followers, and an attempt was made to confirm their relationship. In order to investigate the research objectives, a quantitative research method was used and 202 students, from the four University Departments, participated in the research.

The results of the survey show that both social networking sites are widely used by students for social and academic reasons, but differences were found in the frequency of use and the motivation for their use. The majority of students are mostly connected to Instagram rather than Facebook and Facebook is used more for academic purposes than Instagram which is most used for social reasons.

In addition, the results of this research contradict the concern that Facebook and Instagram are taking away students from important elements of university life and are linked to the creation of false communities and superficial relationships. Instead, they demonstrate that in small university communities where there is a great social and academic interaction offline, this interaction is also transferred to social networking sites such as Facebook and Instagram and has a positive impact on the social capital and their sense of community students have with their University Department.

Key words: Facebook, Instagram, uses and gratifications, social capital, sense of community, sociability

Περιεχόμενα

1.	Εισαγωγή	1
1.1	Γενικά.....	1
1.2	Σκοπός και Στόχοι της Μελέτης.....	6
1.2.1	Σκοπός της Μελέτης.....	6
1.2.2	Επιμέρους στόχοι της Μελέτης	13
1.3	Σημασία και πρωτοτυπία της διατριβής.....	20
1.4	Γενική επισκόπηση της Διατριβής	22
2.	Επικοινωνία μέσω Υπολογιστή	24
2.1	Μορφές της Επικοινωνίας Μέσω Υπολογιστή.....	24
2.1.1	Ορισμός	24
2.1.2	Η Εξέλιξη της Επικοινωνίας Μέσω Υπολογιστή	25
2.2	Εικονικές Κοινότητες	31
2.3	Ιστοσελίδες Κοινωνικής Δικτύωσης	35
2.4	Facebook - Ιστοσελίδα Κοινωνικής Δικτύωσης.....	40
2.4.1	Οι Παράγοντες της Επιτυχίας του Facebook στις Πανεπιστημιακές Κοινότητες.....	44
2.5	Instagram - Ιστοσελίδα Κοινωνικής Δικτύωσης	46
3.	Θεωρητικά Μοντέλα για τη χρήση της Επικοινωνίας Μέσω Υπολογιστή	49
3.1	Θεωρητικό Μοντέλο της Κοινωνικής Παρουσίας	49
3.2	Το θεωρητικό Μοντέλο του Πλούτου του Μέσου.....	50
3.3	Το Θεωρητικό Μοντέλο των Περιορισμένων Δεικτών	50
3.4	Το Θεωρητικό Μοντέλο Κοινωνικής Επιρροής.....	51
3.5	Το Υπερπροσωπικό Μοντέλο της Επικοινωνίας Μέσω Υπολογιστή.....	51
3.6	Επικοινωνία Μέσω Υπολογιστή και η Θεωρητική προσέγγιση των Χρήσεων και Ικανοποιήσεων (Uses and Gratifications).....	53
3.6.1	Χρήσεις και Ικανοποιήσεις: Ψυχολογικοί και Κοινωνικοί παράγοντες	61
3.6.2	Ο Ψυχολογικός παράγοντας της Κοινωνικότητας	63
3.6.3	Κοινωνικοί παράγοντες-Φύλο	66
3.6.4	Έτος σπουδών και χρήση του Facebook.....	69
3.6.5	Χρήσεις και Ικανοποιήσεις της φοιτητικής κοινότητας στο Facebook	71
3.6.6	Χρήσεις και Ικανοποιήσεις της φοιτητικής κοινότητας στο Instagram.....	75
3.6.7	Διαφορές στα κίνητρα για τη χρήση του Facebook και του Instagram	76
4.	Κοινότητες και Κοινωνικά Δίκτυα	78
4.1	Η έννοια της Κοινότητας.....	78
4.1.1	Η Παρακμή της Κοινότητας	83
4.1.2	Η Παρακμή της Κοινότητας την εποχή του Διαδικτύου	84
4.1.3	Εξατομικευμένη Δικτύωση-Νέα Μορφή Κοινωνικότητας.....	88
4.2	Θεωρητική Προσέγγιση των Κοινωνικών Δικτύων	91

4.2.1 Η Θεωρία των κοινωνικών ομάδων του George Simmel	91
4.2.2 Κοινωνικά Δίκτυα	93
4.2.3 Η Δομή των Κοινωνικών Δικτύων	96
4.3 Κοινωνικό κεφάλαιο	97
4.4 Η Ψυχολογική Αίσθηση της Κοινότητας.....	101
5. Οι Κοινωνικές Επιπτώσεις του Διαδικτύου.....	104
5.1 Οι Κοινωνικές επιπτώσεις του Διαδικτύου	104
5.1.1 Κοινωνικό Κεφάλαιο και Διαδίκτυο	111
5.2 Κοινωνικές επιπτώσεις και εικονικές κοινότητες.....	115
5.2.1 Εικονική κοινότητα και κοινότητα	115
5.2.2 Ιστοσελίδες Κοινωνικής Δικτύωσης ως Εικονικές Κοινότητες.....	120
5.3 Οι κοινωνικές επιπτώσεις του Facebook και του Instagram στη φοιτητική κοινότητα.124	
5.3.1 Οι κοινωνικές επιπτώσεις του Facebook και του Instagram στη φοιτητική κοινότητα.....	124
5.3.2 Κοινωνικό Κεφάλαιο, Facebook και Instagram	125
5.3.3 Επιπτώσεις του Facebook και του Instagram στην ενσωμάτωση των φοιτητών/τριών στο Πανεπιστήμιο	130
5.3.4 Αρνητικές επιπτώσεις της χρήσης του Facebook και του Instagram.....	140
5.3.5 Τα Πανεπιστήμια ως Κοινότητες Μάθησης	144
5.3.6 Η Χρήση του Facebook και του Instagram και η Αίσθηση της Κοινότητας με το Πανεπιστήμιο .	149
5.3.7 Η Αίσθηση της Κοινότητας και το Κοινωνικό Κεφάλαιο	152
6. Μεθοδολογία της έρευνας.....	155
6.1 Ερευνητικός Σχεδιασμός.....	155
6.2 Δειγματοληψία	158
6.3 Ερευνητικά εργαλεία	160
6.4 Διεξαγωγή της έρευνας.....	165
7. Αποτελέσματα της έρευνας	167
7.1 Δημογραφικά στοιχεία δείγματος.....	167
7.2 Χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης	168
7.3 Αποτελέσματα διερευνητικής ανάλυσης παραγόντων	173
7.4 Αποτελέσματα επιβεβαιωτικής ανάλυσης παραγόντων	191
7.5 Συγκριτική ανάλυση μεταξύ Facebook και Instagram	199
7.6 Ανάλυση ως προς τα κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά των φοιτητών.....	203
7.7 Αποτελέσματα ανάλυσης δομικών εξισώσεων	219
8. Συζήτηση	236
8.1 Χρήση του Facebook και του Instagram.....	238
8.2 Χρήσεις και Ικανοποιήσεις στο Facebook και στο Instagram.....	238
8.3 Συγκριτική ανάλυση μεταξύ Facebook και Instagram	243
8.4 Κοινωνικο-δημογραφικά χαρακτηριστικά των φοιτητών/τριών	244
8.5 Συμπεράσματα από το Μοντέλο Δομικών Εξισώσεων	248

8.5.1 Συμπεράσματα από το Μοντέλο Δομικών Εξισώσεων για το Facebook	248
8.5.2 Συμπεράσματα από το Μοντέλο Δομικών Εξισώσεων για το Instagram	255
8.6 Συμπεράσματα	260
9. Βιβλιογραφία	270
10. Παραρτήματα	316
10.1 Ερευνητικό Εργαλείο-Ερωτηματολόγιο	316

1. Εισαγωγή

1.1 Γενικά

Η ανάδυση του Διαδικτύου, ως νέου μέσου επικοινωνίας, συνδέεται με αντιφατικούς ισχυρισμούς σχετικά με την άνοδο νέων προτύπων κοινωνικής αλληλεπίδρασης. Οι κοινωνικές επιπτώσεις του διαδικτύου στην κοινότητα, από την αρχή της εμφάνισής του, έχουν προσελκύσει το ενδιαφέρον αρκετών ερευνητών (DiMaggio, Hargittai, Neuman, & Robinson, 2001; Katz & Rice, 2002; Wellman & Haythornthwaite, 2002). Με την εξέλιξη του Διαδικτύου και τον σχηματισμό των εικονικών κοινοτήτων, που βασίζονταν πρωταρχικά στη διαδικτυακή επικοινωνία, νέα επιλεκτικά πρότυπα κοινωνικών σχέσεων άρχισαν να υποκαθιστούν τις εδαφικά καθοριζόμενες σχέσεις ανθρώπινης αλληλεπίδρασης. Ο νέος αυτός τρόπος αλληλεπίδρασης ερμηνεύτηκε ως η κορύφωση μιας ιστορικής πορείας διαχωρισμού ανάμεσα στην τοπικότητα και την κοινωνικότητα σε σχέση με τη διαμόρφωση και το σχηματισμό της κοινότητας. Η διείσδυση του Διαδικτύου έφερε βαθιές τομές όσον αφορά στη χωροχρονική οργάνωση της ανθρώπινης συμπεριφοράς και στη δόμηση των κοινωνικών σχέσεων και υποστήριξε την *εξατομικευμένη δικτύωση*, ως την κυρίαρχη μορφή κοινωνικότητας.

Οι κοινότητες και οι κοινωνίες μεταλλάσσονται σε δικτυωμένες κοινωνίες, και ολοένα και περισσότεροι άνθρωποι οργανώνονται όχι απλώς σε κοινωνικά δίκτυα αλλά σε κοινωνικά

δίκτυα στη βάση της *επικοινωνίας μέσω υπολογιστή*¹. Η χρήση της επικοινωνίας μέσω υπολογιστή έχει αυξήσει κάποιες σημαντικές πλευρές της ανθρώπινης δικτύωσης. Παρ' όλες όμως τις δυνατότητες για επικοινωνία που προσφέρουν τα νέα μέσα, υπάρχει ένας προβληματισμός αναφορικά με τη φύση και τα όρια του κυβερνοχώρου, ως χώρου αλληλεπίδρασης. Συγκεκριμένα, ο προβληματισμός αφορά αφενός την αντιμετώπιση της επικοινωνίας μέσω υπολογιστή ως μια δραστηριότητα, η οποία απομονώνει τα άτομα από πραγματικές, αυθεντικές σχέσεις και αφετέρου την αντιμετώπισή της ως μια δραστηριότητα, η οποία αυξάνει την επικοινωνία μεταξύ των ατόμων και κατ' επέκταση την ανθρώπινη συνδεσιμότητα και κοινωνικότητα.

Η θεωρία των *κοινωνικών δικτύων* υποστηρίζει ότι η κοινωνική συμπεριφορά και επικοινωνία επηρεάζονται από τον τύπο των δεσμών που διατηρούν τα άτομα. Συγκεκριμένα, υποστηρίζει πως όσο περισσότερο κοινωνικά συνδεδεμένα είναι τα άτομα, τόσο πιο πολύ επικοινωνούν με την χρήση διάφορων μέσων επικοινωνίας και ότι η επικοινωνία μέσω υπολογιστή συμπληρώνει την παραδοσιακή κοινωνική συμπεριφορά χωρίς απαραίτητα να την αυξάνει ή να την μειώνει (Bakulev, 2004).

Ο κοινωνικός και εκπαιδευτικός ρόλος του Διαδικτύου έχει πάρει νέα διάσταση με την εμφάνιση των «Web 2.0» τεχνολογιών, με τις οποίες υπάρχει η δυνατότητα διασύνδεσης και συνεργασίας των χρηστών, σε μια ευρεία κλίμακα ομαδικής αλληλεπίδρασης. Χαρακτηριστικές εφαρμογές του Web 2.0 είναι τα κοινωνικά μέσα (Social Media), στα

1

Η διαδικτυακή επικοινωνία, που ορίζεται ως σύγχρονη και ασύγχρονη ανάμεσα στον/στους πομπό/ούς και τον/τους δέκτη/ες, ονομάζεται επικοινωνία μέσω υπολογιστή (Computer Mediated Communication ή CMC (Walther, 1992).

οποία ανήκουν και οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης (Social Network Sites ή SNS), οι οποίες έχουν αρχίσει να προσελκύουν το ενδιαφέρον των ερευνητών, καθώς η χρήση τους ολοένα και αυξάνεται.

Η φοιτητική κοινότητα είναι αυτή που χρησιμοποιεί περισσότερο το διαδίκτυο και ιδιαίτερα τις διάφορες εφαρμογές της επικοινωνίας μέσω υπολογιστή. Οι εφαρμογές που προσελκύουν πολύ τους φοιτητές/τριες είναι οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης και συγκεκριμένα το *Facebook* και το *Instagram*. Σύμφωνα με τις τελευταίες στατιστικές, που αναφέρονται στην επίσημη σελίδα του Facebook, 2.13 δισεκατομμύρια ενεργοί χρήστες χρησιμοποιούν το Facebook μηνιαίως και 1.4 δισεκατομμύρια χρήστες σε καθημερινή βάση παγκοσμίως ([facebook.com](https://www.facebook.com)), ενώ το Instagram το χρησιμοποιούν 800 εκατομμύρια μηνιαίως ([instagram.com](https://www.instagram.com)). Επιπροσθέτως, τα αποτελέσματα της τελευταίας έρευνας του Pew Internet Center στις ΗΠΑ φανερώνουν πως το μεγαλύτερο ποσοστό χρηστών, που αφορά στο 80% του πληθυσμού που χρησιμοποιεί το Facebook, και το 71% του πληθυσμού που χρησιμοποιεί το Instagram είναι ηλικίας από 18-24 ετών (Pew Research Center, 2018).

Καθώς το Facebook αποτελεί παλαιότερη εφαρμογή από το Instagram έχει απασχολήσει αρκετούς ερευνητές σχετικά με τις κοινωνικές επιπτώσεις της χρήσης του, ενώ το ερευνητικό πεδίο για το Instagram είναι ακόμη σε εμβρυακό στάδιο.

Με την εμφάνιση του Facebook και την αυξανόμενη συμμετοχή των φοιτητών/τριών σε αυτό, αναδύθηκε νέος προβληματισμός σε σχέση με τον τρόπο που επιδρά η χρήση του στην κοινωνική ζωή των φοιτητών. Συγκεκριμένα, ο προβληματισμός αφορά την πιθανότητα ο νέος αυτός τρόπος διαδικτυακής αλληλεπίδρασης να αποτελεί μια δραστηριότητα, η οποία βοηθάει ή αντιθέτως αποτρέπει την προσωπική αλληλεπίδραση, όπως, επίσης, αφορά την πιθανότητα η υπερβολική ενασχόληση με το Facebook να απομακρύνει τους φοιτητές από

σημαντικά στοιχεία της πανεπιστημιακής ζωής (Sidman, 2005; Junco & Cotten, 2012) να συνδέεται με τη δημιουργία ψευδών κοινοτήτων και επιφανειακών σχέσεων (Marche, 2012), οι οποίες με τη σειρά τους επηρεάζουν τις πραγματικές, εκτός δικτύου, σχέσεις (Grimes & Fields, 2012; Joinson, 2008). Επιπλέον, τα αποτελέσματα ορισμένων ερευνών δείχνουν πως η ενασχόληση των φοιτητών/τριών με το Facebook μπορεί να προκαλέσει αισθήματα πίεσης, εξάντλησης, ανάλωσης χρόνου (Boon & Sinclair, 2009) αποξένωσης (Phillips & Moberly, 2013), άγχους, ανασφάλειας και ανεπάρκειας (Donnelly, 2012) και να προκαλέσει εθισμό (Andreassen, Torsheim, Brunborg, & Pallesen, 2012).

Αντιθέτως, ένας σημαντικό πλήθος ερευνών, που εστιάστηκε στις *κοινωνικές διαστάσεις* σχετικά με τη χρήση του Facebook από το φοιτητικό πληθυσμό, φανερώνουν θετικά αποτελέσματα στην κοινωνική προσαρμογή στο Πανεπιστημιακό περιβάλλον, ειδικά στο πρώτο έτος σπουδών (Gray, Vitak, Easton & Ellison, 2013), καθώς βοηθάει τους φοιτητές/τριες να διατηρήσουν την μνήμη της προ-πανεπιστημιακής ζωής τους και να νιώθουν λιγότερο απομονωμένοι (Stephenson-Abetz & Holman, 2012; Madge, Meek, Wellens & Hooley, 2009). Επιπλέον, η χρήση του Facebook τους δίνει τη δυνατότητα για άτυπη ακαδημαϊκή χρήση, όπως είναι η επικοινωνία με τους συμφοιτητές τους για θέματα σχετικά με τα μαθήματά τους (Dahlstrom, de Boor, Grunwald, & Vockley, 2011; Lampe, Wohn, Vitak, Ellison, & Wash, 2011), συντελεί στην ανάπτυξη της αίσθησης κοινότητας με το Πανεπιστημιακό τους Τμήμα (Selwyn, 2009) διατηρεί τη φοιτητική ομάδα σαν κοινότητα (Madge et. al., 2009). Αποτελέσματα ερευνών, επίσης, φανερώνουν πως χρήση του Facebook είχε μεγάλη επίδραση στην δυνατότητα των φοιτητών/τριών να διατηρήσουν και να εξελίξουν το κοινωνικό τους κεφάλαιο, πιθανόν γιατί το Facebook επιτρέπει στους χρήστες του να διατηρήσουν έναν μεγαλύτερο αριθμό αδύναμων δεσμών (weak ties) στα κοινωνικά τους δίκτυα (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007; Ellison Steinfield, & Lampe, 2011; Ellison,

Lampe, Steinfield, & Vitak, 2010; Ellison, Vitak, Gray & Lampe, 2014; Burke, Kraut & Marlow, 2011). Όσον αφορά το Instagram μια έρευνα για τη διερεύνηση της συσχέτισης ανάμεσα στην ανάγκη του «ανήκειν» και την αυτοπαρουσίαση σε νέους από 10-22 χρονών και τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν σημαντική θετική συσχέτιση ανάμεσα στις δύο μεταβλητές (Sarita & Suleeman, 2017).

Για τη διερεύνηση των κοινωνικών επιπτώσεων της χρήσης του Facebook και του Instagram σε φοιτητές μιας *κοινότητας πρακτικής*², όπως αποτελεί το Πανεπιστημιακό τους Τμήμα, θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ο «νομαδικός» τρόπος ζωής τους σε περιβάλλοντα εντός και εκτός διαδικτύου, τα *κίνητρα* για τη χρήση του Facebook και του Instagram, όπως και η σχέση των κινήτρων με την *κοινωνικότητα*, το *κοινωνικό τους κεφάλαιο*³ και την *αίσθηση της κοινότητας*⁴, που έχουν με το Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτούν. Θα γίνει μια *συνθετική προσέγγιση* της εντός και εκτός δικτύου κοινωνικής δραστηριότητάς τους σε σχέση πάντα με την κοινότητα πρακτικής, του Πανεπιστημιακού Τμήματος, όπου φοιτούν.

Την ίδια προσέγγιση προτείνει και ο Wellman, όταν περιγράφει τα δίκτυα υπολογιστών ως «ενδογενώς κοινωνικά δίκτυα που συνενώνουν ανθρώπους, οργανισμούς και γνώση» και ως «κοινωνικούς θεσμούς που δεν πρέπει να μελετούνται απομονωμένα αλλά ενσωματωμένοι στην καθημερινή ζωή» (2001). Αυτό επίσης σημαίνει ότι η αντίθεση μεταξύ online (μη-πραγματικού) και offline (πραγματικού), βασικό μοτίβο στις πρώιμες μελέτες του κοινωνικού διαδικτύου, τώρα αντικαθίσταται από την επιστημολογική παραδοχή ότι το

²Μια κοινότητα πρακτικής είναι μια ομάδα ανθρώπων, η οποία μοιράζεται ένα κοινό ενδιαφέρον σε ένα πεδίο ανθρώπινης δραστηριότητας και δεσμεύεται σε μια διαδικασία συλλογικής μάθησης η οποία δημιουργεί δεσμούς μεταξύ των μελών αυτής της κοινότητας (Wenger 2001; Lave & Wenger 1991).

³Το κοινωνικό κεφάλαιο μπορεί να οριστεί ως «το σύνολο των πραγματικών ή δυνητικών πόρων που συνδέονται με την κατοχή ενός δικτύου από πολύ ή λίγο θεσμοθετημένες σχέσεις αμοιβαίας γνωριμίας και αναγνώρισης» (Bourdieu, 1985, σ. 248).

⁴Οι McMillan και Chavis (1986) ορίζουν την αίσθηση της κοινότητας ως «ένα αίσθημα του ανήκειν που έχουν τα μέλη, το αίσθημα ότι τα μέλη νοιάζονται το ένα για το άλλο και για την ομάδα, και μια κοινή αντίληψη ότι οι ανάγκες του θα ικανοποιηθούν διαμέσου της δέσμευσης τους να είναι μαζί».

online είναι άρρηκτα δεμένο με το offline, και αντίστροφα, καθιστώντας έτσι μια «συνθετική» (integrative) προσέγγιση περισσότερο πειστική (Haythomwaite & Wellman, 2002).

Η παρούσα διατριβή προτείνει ένα μεθοδολογικό πλαίσιο για τη διερεύνηση των κοινωνικών επιπτώσεων της χρήσης του Facebook και του Instagram στη φοιτητική κοινότητα. Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζεται το γενικό πλαίσιο της έρευνας της διατριβής. Στη συνέχεια, αναλύεται ο σκοπός της διατριβής και παρουσιάζεται ο σχεδιασμός της έρευνας με τα ερευνητικά ερωτήματα, η σημασία και η συμβολή της στο επιστημονικό πεδίο. Τέλος, το κεφάλαιο ολοκληρώνεται με την περιγραφή της διάρθρωσης της διατριβής.

1.2 Σκοπός και Στόχοι της Μελέτης

1.2.1 Σκοπός της Μελέτης

Ορισμένες έρευνες, οι οποίες έχουν γίνει πρόσφατα, έχουν χρησιμοποιήσει τη θεωρητική προσέγγιση των χρήσεων και ικανοποιήσεων για τη διερεύνηση των κινήτρων που οδηγούν στη χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης και τα αποτελέσματά τους δείχνουν πως οι φοιτητές/τριες τις χρησιμοποιούν για κοινωνική διάδραση με τους υπάρχοντες δεσμούς τους (Joinson, 2008; Raacke & Bonds-Raacke, 2008; Ku, Chen & Zhang, 2013; Patra, Gadekar, & Krishnatray, 2013), για αναγνωρισιμότητα, συναισθηματική υποστήριξη, κοινωνική σύνδεση, αυτο-έκφραση (Balakrishnan & Shamim, 2013). Επιπροσθέτως, οι φοιτητές/τριες χρησιμοποιούν το Facebook για να καλύψουν ανάγκες που έχουν σχέση τόσο

με την κοινωνική, όσο και με την ακαδημαϊκή τους ζωή (Ellison, Caruso, Nelson, & Salaway, 2008).

Η θεωρητική προσέγγιση των χρήσεων και ικανοποιήσεων ερμηνεύει τον τρόπο που επιλέγουν οι άνθρωποι τα διάφορα μέσα επικοινωνίας και υποστηρίζει ότι οι άνθρωποι διαφέρουν στις κοινωνικές και ψυχολογικές τους συνθήκες, οι οποίες επηρεάζουν τον τρόπο και τους λόγους που χρησιμοποιούν τα μέσα για την ικανοποίηση των αναγκών τους (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974).

Με την εμφάνιση του διαδικτύου, ορισμένοι ερευνητές υποστήριζαν πως οι τεχνολογίες της επικοινωνίας μέσω υπολογιστή προάγουν την απρόσωπη επικοινωνία και τον ανταγωνισμό, αποδυναμώνοντας, επομένως, τις κοινωνικές φόρμες και την προσωπική εμπιστοσύνη, καταστρέφοντας το κοινωνικό κεφαλαίο (Kiesler, 1997). Αντιθέτως, ορισμένοι ερευνητές επισημαίνουν πως η χρήση της επικοινωνίας μέσω υπολογιστή υποστηρίζει ορισμένες μορφές κοινωνικού κεφαλαίου, όπως είναι οι δεσμοί με τους φίλους και τους γείτονες, έχουν σχέση με δείκτες της ψυχολογικής ευζωίας, όπως είναι η αυτοεκτίμηση και η ικανοποίηση από τη ζωή (Bargh & McKenna, 2004; Helliwell & Putnam 2004). Ο Putnam (2000) διαχωρίζει τη δημιουργία του κοινωνικού κεφαλαίου, ως προς τη *γεφύρωση* (bridging) του κοινωνικού κεφαλαίου και τη *σύνδεση* (bonding) του κοινωνικού κεφαλαίου. Η γεφύρωση συνδέεται με τις χαλαρές σχέσεις ανάμεσα στα άτομα, οι οποίες μπορούν να προσφέρουν χρήσιμες πληροφορίες ή νέες προοπτικές, αλλά δεν προσφέρουν συναισθηματική υποστήριξη. Η σύνδεση του κοινωνικού κεφαλαίου έχει σχέση με τις στενές συναισθηματικά σχέσεις των ατόμων, όπως είναι οι φίλοι και η οικογένεια.

Ορισμένες έρευνες φανερώνουν πως η χρήση του Facebook είχε μεγάλη επίδραση στην δυνατότητα των φοιτητών/τριών να διατηρήσουν και να εξελίξουν το *κοινωνικό τους κεφάλαιο*, πιθανόν, γιατί το Facebook επιτρέπει στους χρήστες του να διατηρήσουν έναν μεγαλύτερο αριθμό αδύναμων δεσμών (*weak ties*) στα κοινωνικά τους δίκτυα (Ellison et al., 2014; Ellison et al., 2007, 2011; Burke et al., 2011; Steinfield, Ellison & Lampe, 2008; Valenzuela, Park, & Kee, 2009). Παρόλες τις έρευνες που έχουν διεξαχθεί, το κοινωνικό κεφάλαιο φαίνεται να αποτελεί μια κοινωνική διάσταση που απασχολεί ιδιαίτερα τους ερευνητές, καθώς η τεχνολογία εξελίσσεται (Faucher, 2018; Gil de Zúñiga, Barnidge, & Scherman, 2017). Όπως αναφέρθηκε ανωτέρω, οι φοιτητές/τριες χρησιμοποιούν το Facebook τόσο για κοινωνικούς όσο και για ακαδημαϊκούς σκοπούς. Αναμένεται, τόσο η κοινωνική χρήση του Facebook, όσο και η ακαδημαϊκή να επηρεάζει τη διαμόρφωση του κοινωνικού τους κεφαλαίου στο Πανεπιστημιακό Τμήμα όπου φοιτούν.

Το Facebook μπορεί να βοηθήσει στην δημιουργία μικρών κοινοτήτων μέσα σε μεγάλα Πανεπιστημιακά ιδρύματα και να βοηθήσει τους φοιτητές/τριες να αισθάνονται περισσότερο συνδεδεμένοι και άνετοι (Read, 2004). Τα αποτελέσματα ορισμένων ερευνών έχουν δείξει πως το Facebook αποτελεί μια «κοινωνική κόλλα» και βοηθάει τους φοιτητές/τριες στην προσαρμογή τους στο πανεπιστήμιο (Madge et al., 2009), και πως η χρήση του Facebook είχε θετική συσχέτιση με αισθήματα σύνδεσης με το πανεπιστήμιο (Boogart, 2006). Παρόλα αυτά μέχρι τώρα, η έρευνα για τη διερεύνηση της σχέσης του αισθήματος της κοινότητας που βιώνουν οι φοιτητές/τριες με το Πανεπιστημιακό Τμήμα στο οποίο φοιτούν και τη χρήση του Facebook είναι περιορισμένη. Σε περιβάλλοντα ανώτατης εκπαίδευσης η *αίσθηση της κοινότητας* των φοιτητών/τριών είχε θετική συσχέτιση με την ικανοποίηση των φοιτητών/τριών από τη ζωή τους στο Πανεπιστήμιο (Tinto, 1997). Επιπροσθέτως, όσον αφορά το Instagram μια έρευνα που διεξήχθη για τη διερεύνηση της συσχέτισης ανάμεσα

στην ανάγκη του «ανήκειν» και την αυτοπαρουσίαση σε νέους από 10-22 χρονών και τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν σημαντική θετική συσχέτιση ανάμεσα στις δύο μεταβλητές (Sarita & Suleeman, 2017).

Οι περισσότερες έρευνες αφορούν στη χρήση του Facebook από το φοιτητικό πληθυσμό και τη σχέση της με κοινωνικές διαστάσεις, όπως το κοινωνικό κεφάλαιο, η κοινωνική ενσωμάτωση. Ορισμένες έρευνες υποστηρίζουν πως το Facebook δημιουργεί ψευδείς κοινότητες και επιφανειακές σχέσεις και επηρεάζει αρνητικά πραγματικές εκτός δικτύου σχέσεις (Grimes & Fields, 2012; Joinson, 2008; Boon & Sinclair, 2009). Από τα αποτελέσματα των περισσότερων ερευνών, διαφαίνεται πως η χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης δεν αποτελεί μια δραστηριότητα η οποία απομονώνει τα άτομα από πραγματικές, αυθεντικές σχέσεις, αλλά μια δραστηριότητα η οποία αυξάνει την επικοινωνία μεταξύ των φοιτητών/τριών και κατ' επέκταση την συνδεσιμότητα τους και κοινωνικότητα τους. Οι περισσότερες έρευνες είναι περιγραφικές ή διερευνητικές ψάχνοντας άμεσες γραμμικές σχέσεις ανάμεσα στη χρήση του Facebook και σε ορισμένες εξαρτημένες μεταβλητές, όπως είναι το κοινωνικό κεφάλαιο, η ικανοποίηση από τη ζωή των φοιτητών/τριών, η κοινωνική εμπιστοσύνη, και η πολιτική συμμετοχή. Όπως, αναφέρθηκε και προηγουμένως, το Instagram αποτελεί μια πρόσφατη εφαρμογή και ο αριθμός των ερευνών είναι πολύ περιορισμένος.

Στην παρούσα μελέτη γίνεται μια προσπάθεια διερεύνησης του τρόπου που η διαδικτυακή κοινωνική αλληλεπίδραση των φοιτητών, μέσω Facebook και Instagram, τόσο για κοινωνικούς λόγους, όσο και για λόγους άτυπης μάθησης, επηρεάζει την κοινωνική τους ενσωμάτωση στο Πανεπιστημιακό Τμήμα όπου φοιτούν. Συγκεκριμένα, γίνεται προσπάθεια διερεύνησης του υβριδίου επικοινωνίας που συνενώνει το φυσικό χώρο με τον κυβερνοχώρο, δρώντας έτσι ως το υλικό στήριγμα της *εξατομικευμένης δικτύωσης*. Το θεωρητικό μοντέλο

που αναπτύσσεται, βασίζεται στη θεωρία των μέσων, στη θεωρία των κοινωνικών δικτύων και της κοινοτικής ψυχολογίας και διερευνά την υπόθεση που υποστηρίζει πως οι φοιτητές/τριες με τους περισσότερους κοινωνικούς δεσμούς, με το μεγαλύτερο κοινωνικό κεφάλαιο και αίσθηση της κοινότητας με το Πανεπιστημιακό Τμήμα όπου φοιτούν, μεταφέρουν την πρακτική της επικοινωνίας τους στο Facebook και στο Instagram και η πρακτική αυτή λειτουργεί υποστηρικτικά, ως προς την κοινωνικότητά τους, το κοινωνικό τους κεφάλαιο και την αίσθηση της κοινότητας με το Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτούν.

Ως μελέτη περίπτωσης ορίστηκε η Σχολή Επιστημών της Διοίκησης και η Πολυτεχνική Σχολή, που εδρεύει στο νησί της Χίου και αποτελούνται από τέσσερα μικρά σε φοιτητικό πληθυσμό Πανεπιστημιακά Τμήματα, τέσσερις δηλαδή κοινότητες ανώτατης εκπαίδευσης με έδρα τη Χίο. Η Σχολή Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Αιγαίου μπορεί να θεωρηθεί ένας συνδυασμός από κοινότητες βασισμένες στην συγκεκριμένη τοποθεσία (location-based) και στο κοινό ενδιαφέρον (interest-based). Η επιλογή βασίστηκε στην ανασκόπηση της βιβλιογραφίας που υποστηρίζει πως σε μικρές κοινότητες υπάρχει μεγαλύτερη διάδραση ανάμεσα στα άτομα και η διάδραση στο φυσικό/οργανικό επίπεδο κοινότητας μεταφέρεται και στον διαδικτυακό χώρο και συγκεκριμένα στο Facebook και το Instagram.

Λαμβάνοντας υπόψη τόσο το γενικότερο προβληματισμό που υπάρχει για τις κοινωνικές επιπτώσεις της χρήσης του Facebook και του Instagram, όσο και τον περιορισμένο αριθμό ερευνών σχετικά με αυτό το θέμα, διαμορφώθηκε ο πρωταρχικός σκοπός της παρούσας μελέτης, ο οποίος είναι: **Η διερεύνηση των κοινωνικών επιπτώσεων της χρήσης του Facebook και του Instagram στη φοιτητική κοινότητα.**

Για τη διερεύνηση του πρωταρχικού σκοπού της παρούσας μελέτης θα αξιοποιηθεί, εκτός από τη διερευνητική και επιβεβαιωτική ανάλυση παραγόντων, ένα Μοντέλο Δομικών Εξισώσεων (Structural Equation Modeling – SEM), το οποίο αποτελεί μια στατιστική μεθοδολογία που χρησιμοποιεί την επιβεβαιωτική προσέγγιση στην ανάλυσή της (π.χ. υπόθεση, έλεγχος). Το Μοντέλο Δομικών Εξισώσεων αποτελεί ένα ιδιαίτερα καλό εργαλείο για τον έλεγχο της θεωρίας και αποτελεί επίσης μία μεθοδολογία για την ανάλυση πολυμεταβλητών δεδομένων και μέσω της συγκεκριμένης μεθοδολογίας, ένας ερευνητής μπορεί να ελέγξει το πόσο καλά η θεωρία προσαρμόζεται στα δεδομένα που έχει στη διάθεσή του (Hair, Anderson, Tatham, & Black, 1995). Η θεωρία που εκφράζεται μέσω ενός μοντέλου δομικών εξισώσεων (structural theory) είναι μια εννοιολογική παρουσίαση των σχέσεων μεταξύ λανθανόντων παραγόντων (latent constructs). Το μοντέλο δομικών εξισώσεων (structural equation model) παρουσιάζει τη θεωρία με ένα σύνολο εξισώσεων, οι οποίες παριστάνονται με ένα διάγραμμα σχέσεων. Εκφράζει δηλαδή τη θεωρία προσδιορίζοντας ποιοί παράγοντες σχετίζονται μεταξύ τους καθώς και τη φύση αυτής της συσχέτισης. Το υποθετικό μοντέλο που δημιουργείται, μπορεί να ελεγχθεί στατιστικά λαμβάνοντας υπόψη όλες τις μεταβλητές του, ώστε να καθοριστεί σε ποιο βαθμό υπάρχει ταύτιση με τα δεδομένα. Αν υπάρχει ικανοποιητική σύγκλιση, υπάρχει αληθοφάνεια στις σχέσεις μεταξύ των μεταβλητών του μοντέλου. Σε αντίθετη περίπτωση, η ορθότητα αυτών των σχέσεων θα απορριφθεί. Επιπρόσθετα, με την απαίτηση του καθορισμού των σχέσεων μεταξύ των μεταβλητών από πριν (a priori), τα SEM προσφέρονται στην ανάλυση δεδομένων για συμπερασματικούς σκοπούς (Hair et al., 1995).

Για τη δημιουργία του Μοντέλου Δομικών Εξισώσεων θα χρησιμοποιηθούν μεταβλητές, που σύμφωνα με την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας, έχουν σχέση με τις κοινωνικές επιπτώσεις από τη χρήση του Facebook και του Instagram στη φοιτητική κοινότητα. Συγκεκριμένα, θα

χρησιμοποιηθούν ως μεταβλητές: α) οι χρήσεις και ικανοποιήσεις (κοινωνική και ακαδημαϊκή χρησιμότητα) β) το κοινωνικό κεφάλαιο γ) η αίσθηση της κοινότητας δ) η κοινωνικότητα ε) η συχνότητα χρήσης του Facebook και του Instagram από τους φοιτητές/τριες και στ) ο αριθμός των «φίλων/followers following» στο Facebook και το Instagram και θα γίνει προσπάθεια να διερευνηθεί η σχέση τους. Το Γράφημα 1. που ακολουθεί αφορά στο εννοιολογικό μοντέλο με τις μεταβλητές που θα χρησιμοποιηθούν για τη δημιουργία του Μοντέλου Δομικών Εξισώσεων.



Γράφημα 1. Εννοιολογικό μοντέλο για τη δημιουργία του Μοντέλου Δομικών Εξισώσεων

Έτσι υπολογίζοντας και μελετώντας τους στατιστικούς δείκτες που εξάγει το πρόγραμμα, θα προκύψουν συμπεράσματα σχετικά με την σύγκλιση που υπάρχει μεταξύ δεδομένων και μοντέλων. Αν η σύγκλιση είναι καλή και μέσα στα συγκεκριμένα εμπειρικά όρια τότε τα μοντέλα θα γίνει αποδεκτό, αλλιώς θα απορριφθεί ή θα χρειαστεί τροποποίηση. Η αξιοποίηση των πολυεπίπεδων μοντέλων ανάλυσης, όπως είναι η μοντελοποίηση δομικών εξισώσεων και ο εντοπισμός παραγόντων που εδράζονται σε διαφορετικά επίπεδα θα βοηθήσει την έρευνα να αναπτύξει ολιστικά μοντέλα αποτελεσματικότητας και στην εγκυροποίηση ενός θεωρητικού σχήματος.

1.2.2. Επιμέρους στόχοι της Μελέτης

α) Συχνότητα χρήσης και αριθμός «φίλων/followers»

Για τη διερεύνηση των επιδράσεων του Facebook και του Instagram στην ζωή των φοιτητών/τριών είναι απαραίτητη η διερεύνηση της διαδικτυακής (online) επικοινωνιακής δραστηριότητας τους στο Facebook και στο Instagram. Συγκεκριμένα, θα πρέπει να διερευνηθεί η συχνότητα χρήσης των δυο ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης και ο αριθμός των «φίλων/followers-following» που διατηρούν για την διαδικτυακής (online) επικοινωνιακή δραστηριότητα τους.

Λαμβάνοντας υπόψη τα ανωτέρω, ένας επιμέρους στόχος της παρούσας μελέτης είναι η διερεύνηση της συχνότητας χρήσης του Facebook και του Instagram και ο αριθμός «φίλων/followers following» που διατηρούν στις δύο ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης.

Τα ερευνητικά ερωτήματα που προκύπτουν για την διερεύνηση του επιμέρους στόχου είναι:

- (1) Ποιά είναι η συχνότητα χρήσης του Facebook από τους φοιτητές/τριες;
- (2) Ποιά είναι η συχνότητα χρήσης του Instagram από τους φοιτητές/τριες;
- (3) Πόσους «φίλους» έχουν στο Facebook οι φοιτητές/τριες;
- (4) Πόσους «followers/following» έχουν στο Instagram οι φοιτητές/τριες;

β) Χρήσεις και Ικανοποιήσεις (Uses and Gratifications)

Ορισμένες έρευνες, οι οποίες έχουν γίνει πρόσφατα, έχουν χρησιμοποιήσει τη θεωρητική προσέγγιση των χρήσεων και ικανοποιήσεων για τη διερεύνηση των κινήτρων που οδηγούν στη χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης και τα αποτελέσματά τους δείχνουν πως

οι φοιτητές/τριες τις χρησιμοποιούν για κοινωνική διάδραση με τους υπάρχοντες δεσμούς τους (Joinson, 2008; Raacke & Bonds-Raacke, 2008). Για τη διερεύνηση των κινήτρων της χρήσης του Facebook και του Instagram από φοιτητές μιας κοινότητας πρακτικής, όπως αποτελεί το Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτούν, είναι απαραίτητο να ληφθούν υπόψη και κίνητρα που έχουν κοινωνική υπόσταση αλλά έχουν και σχέση με την άτυπη μάθηση και δη την ακαδημαϊκή τους ζωή και αναμένεται, σύμφωνα πάντα με βιβλιογραφική ανασκόπηση, αυτή η διττή χρήση να συσχετίζεται με το κοινωνικό τους κεφάλαιο και την αίσθηση της κοινότητας.

Επιπλέον, χρειάζεται μια συγκριτική ανάλυση της χρήσης των δύο μέσων καθώς οι περιορισμένες σε αριθμό έρευνες που έχουν γίνει δείχνουν πως οι δυο ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης ικανοποιούν διαφορετικές ανάγκες σε διαφορετικό βαθμό (Facebook IQ, 2016).

Λαμβάνοντας υπόψη τα ανωτέρω, ένας επιμέρους στόχος της παρούσας μελέτης είναι η διερεύνηση των αντιλήψεων των φοιτητών/τριών για το βαθμό της κοινωνικής και ακαδημαϊκής χρησιμότητας του Facebook και του Instagram,

Το ερευνητικά ερωτήματα που προκύπτουν για την διερεύνηση του επιμέρους στόχου είναι:

- (5) Ποιές είναι οι αντιλήψεις των φοιτητών/τριών για το βαθμό κοινωνικής χρησιμότητας του Facebook και του Instagram,
- (6) Ποιές είναι οι αντιλήψεις των φοιτητών/τριών για το βαθμό ακαδημαϊκής χρησιμότητας του Facebook και του Instagram;

Επιπλέον, χρειάζεται μια συγκριτική ανάλυση της χρήσης των δύο μέσων καθώς οι περιορισμένες σε αριθμό έρευνες που έχουν γίνει δείχνουν πως οι δυο ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης ικανοποιούν διαφορετικές ανάγκες σε διαφορετικό βαθμό (Facebook IQ, 2016).

Λαμβάνοντας υπόψη τα ανωτέρω, ένας επιμέρους στόχος της παρούσας μελέτης είναι η διερεύνηση της διαφοροποίησης στη χρήση του Facebook και του Instagram από τους φοιτητές/τριες για την ικανοποίηση αναγκών που αφορούν στην κοινωνική και ακαδημαϊκή τους ζωή.

Τα ερευνητικά ερωτήματα που προκύπτουν για τη διερεύνηση του επιμέρους στόχου είναι:

- (7) Υπάρχει διαφοροποίηση στις αντιλήψεις τους των φοιτητών/τριών για την κοινωνική χρησιμότητα του Facebook και του Instagram;
- (8) Υπάρχει διαφοροποίηση στις αντιλήψεις τους των φοιτητών/τριών για την ακαδημαϊκή χρησιμότητα του Facebook και του Instagram;

γ) Κοινωνικο-δημογραφικά χαρακτηριστικά των φοιτητών/τριών

Εκτός από τους ψυχολογικούς παράγοντες, κοινωνικοί παράγοντες επηρεάζουν την επιλογή και χρήση των μέσων επικοινωνίας. Το κοινωνικό φύλο (gender) και το έτος σπουδών των φοιτητών/τριών αποτελούν παράγοντες, που φαίνεται να επηρεάζουν την επιλογή και χρήση των διαφόρων εφαρμογών της επικοινωνίας μέσω υπολογιστή.

Οι περισσότερες έρευνες διαπιστώνουν πως τα στερεότυπα που είναι συνδεδεμένα με τον κοινωνικό ρόλο των φύλων και η σχέση του κοινωνικού φύλου με την τεχνολογία επηρεάζουν τόσο την επιλογή και τη χρήση των διαφόρων εφαρμογών της επικοινωνίας

μέσω υπολογιστή για τις ικανοποιήσεις των επικοινωνιακών αναγκών, όσο και τις ίδιες τις ανάγκες που ικανοποιούν τα άτομα με την χρήση της (Boneva, Kraut, & Frohlich, 2001; Wasserman & Richmond-Abbott, 2005; Rainie, Fox, Horrigan, Lenhart, & Spooner, 2000; Sherman, End, Kraan, Cole, Campbell, Birchmeier, et al., 2000).

Η πλειοψηφία των φοιτητών εγκαταλείπουν το Πανεπιστήμιο κατά το πρώτο έτος των σπουδών τους (Rausch & Hamilton, 2006), και η ομαλή μετάβασή τους στο Πανεπιστήμιο είναι ένας σημαντικός παράγοντας για την επιτυχία τους, ως φοιτητές. Η κοινωνική ενσωμάτωση στο πανεπιστημιακό περιβάλλον εμπεριέχει την κοινωνική, προσωπική-συναισθηματική και ακαδημαϊκή ενσωμάτωση του φοιτητή και αισθήματα αφοσίωσης στο Πανεπιστήμιο (Baker & Siryk, 1989). Οι φοιτητές που δυσκολεύονται να ενσωματωθούν κοινωνικά στο Πανεπιστήμιο βιώνουν αισθήματα μοναξιάς, άγχους και κατάθλιψης (Mounts, Valentiner, Anderson, & Boswell, 2006).

Λαμβάνοντας υπόψη τα ανωτέρω, ως επιμέρους στόχος της παρούσας μελέτης ορίζεται η διερεύνηση της διαφοροποίησης ως προς το φύλο, το έτος σπουδών και τη συχνότητα σχετικά με την (α) κοινωνική και ακαδημαϊκή χρησιμότητα του Facebook και του Instagram, (β) την κοινωνικότητα (γ) τη σύνδεση του κοινωνικού κεφαλαίου, (δ) τη γεφύρωση του κοινωνικού κεφαλαίου και (ε) την αίσθηση της κοινότητας.

Τα ερευνητικά ερωτήματα που προκύπτουν για τη διερεύνηση του επιμέρους στόχου είναι:

(9) Διαφοροποιούνται οι φοιτητές από τις φοιτήτριες όσον αφορά (α) στην κοινωνική και ακαδημαϊκή χρησιμότητα του Facebook και του Instagram, (β) στην κοινωνικότητα (γ) στη σύνδεση του κοινωνικού κεφαλαίου, (δ) στη γεφύρωση του κοινωνικού κεφαλαίου και (ε) στην αίσθηση της κοινότητας;

(10) Διαφοροποιούνται οι φοιτητές/τριες που φοιτούν σε διαφορετικά έτη όσον αφορά
(α) στην κοινωνική και ακαδημαϊκή χρησιμότητα του Facebook και του Instagram, (β)
στην κοινωνικότητα (γ) στη σύνδεση του κοινωνικού κεφαλαίου, (δ) στη γεφύρωση του
κοινωνικού κεφαλαίου και (ε) στην αίσθηση της κοινότητας;

(11) Διαφοροποιούνται οι φοιτητές/τριες ανάλογα με τη συχνότητα χρήσης όσον αφορά
(α) στην κοινωνική και ακαδημαϊκή χρησιμότητα του Facebook και του Instagram, (β)
στην κοινωνικότητα (γ) στη σύνδεση του κοινωνικού κεφαλαίου, (δ) στη γεφύρωση του
κοινωνικού κεφαλαίου και (ε) στην αίσθηση της κοινότητας;

δ) Κοινωνικές Επιπτώσεις

Η έρευνα έχει δείξει πως η φοιτητική κοινότητα είναι αυτή που χρησιμοποιεί περισσότερο το διαδίκτυο και ιδιαίτερα τις διάφορες εφαρμογές της επικοινωνίας μέσω υπολογιστή. Οι εφαρμογές που προσελκύουν πολύ τους φοιτητές/τριες είναι οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης και συγκεκριμένα το *Facebook* και το *Instagram*.

Με την εμφάνιση του Facebook και πιο πρόσφατα του Instagram και την αυξανόμενη συμμετοχή των φοιτητών/τριών σε αυτό, αναδύθηκε νέος προβληματισμός σε σχέση με τον τρόπο που επιδρά η χρήση του στην κοινωνική ζωή των φοιτητών. Συγκεκριμένα, ο προβληματισμός αφορά στην πιθανότητα ο νέος αυτός τρόπος διαδικτυακής αλληλεπίδρασης να αποτελεί μια δραστηριότητα, η οποία βοηθάει ή αντιθέτως αποτρέπει την προσωπική αλληλεπίδραση, όπως, επίσης, αφορά την πιθανότητα η υπερβολική ενασχόληση με το Facebook να απομακρύνει τους φοιτητές από σημαντικά στοιχεία της πανεπιστημιακής ζωής (Sidman, 2005; Junco & Cotten, 2012; Kaya, & Bicen, 2016) να συνδέεται με τη δημιουργία ψευδών κοινοτήτων και επιφανειακών σχέσεων (Marche, 2012), οι οποίες με τη σειρά τους επηρεάζουν τις πραγματικές, εκτός δικτύου, σχέσεις (Grimes & Fields, 2012; Joinson, 2008).

Λαμβάνοντας υπόψη, το γενικότερο προβληματισμό που επικρατεί για τις κοινωνικές επιπτώσεις της χρήσης του Facebook και Instagram, στην παρούσα μελέτη γίνεται μια προσπάθεια διερεύνησης του τρόπου που η διαδικτυακή κοινωνική αλληλεπίδραση των φοιτητών, μέσω Facebook και Instagram, τόσο για κοινωνικούς λόγους, όσο και για λόγους άτυπης μάθησης, επηρεάζει την κοινωνική τους ενσωμάτωση στο Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτούν.

Η κοινωνικότητα αποτελεί παράγοντα, ο οποίος επηρεάζει την επιλογή των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης και συγκεκριμένα του Facebook και του Instagram. Επίσης, η θεωρία των κοινωνικών δικτύων υποστηρίζει πως όσο περισσότερο κοινωνικά συνδεδεμένα είναι τα άτομα, τόσο πιο πολύ επικοινωνούν με την χρήση διάφορων μέσων επικοινωνίας.

Σύμφωνα με έρευνες, η χρήση του Facebook μπορεί να βοηθήσει στην δημιουργία μικρών κοινοτήτων μέσα σε μεγάλα Πανεπιστημιακά ιδρύματα και να βοηθήσει τους φοιτητές/τριες να αισθάνονται περισσότερο συνδεδεμένοι και άνετοι με το πανεπιστημιακό περιβάλλον, όπου φοιτούν (Lampe et al, 2011; Sutherland, Davis, Terton, & Visser, 2018). Επίσης, διάφοροι ερευνητές υποστηρίζουν πως η «αίσθηση της κοινότητας» μαζί με το «κοινωνικό κεφάλαιο» μπορούν να διευρύνουν την κατανόησή μας για την κοινότητα και πως η κοινοτική ψυχολογία μπορεί να προσφέρει στη διαδικασία κατανόησης του κοινωνικού κεφαλαίου στις κοινότητες (Pooley, Cohen & Pike, 2005; Tennent, Farrell, & Tayler, 2005).

Το θεωρητικό μοντέλο που αναπτύσσεται, βασίζεται στη θεωρία των μέσων, στη θεωρία των κοινωνικών δικτύων και της κοινοτικής ψυχολογίας και διερευνά την υπόθεση που υποστηρίζει πως οι φοιτητές/τριες με τους περισσότερους κοινωνικούς δεσμούς, μεταφέρουν την πρακτική της επικοινωνίας τους στο Facebook και στο Instagram και η πρακτική αυτή

λειτουργεί υποστηρικτικά ως προς την κοινωνικότητά τους, το κοινωνικό τους κεφαλαίο και την αίσθηση της κοινότητας με το Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτούν.

Για τη διερεύνηση του πρωταρχικού σκοπού της παρούσας μελέτης αξιοποιείται ένα Μοντέλο Δομικών Εξισώσεων (Structural Equation Modeling – SEM).

Για τη δημιουργία του Μοντέλου Δομικών Εξισώσεων γίνεται χρήση μεταβλητών, που σύμφωνα με την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας, έχουν σχέση με τις κοινωνικές επιπτώσεις από τη χρήση του Facebook και του Instagram στη φοιτητική κοινότητα. Συγκεκριμένα, χρησιμοποιούνται ως μεταβλητές οι: α) οι χρήσεις και ικανοποιήσεις β) το κοινωνικό κεφάλαιο γ) η αίσθηση της κοινότητας δ) η κοινωνικότητα ε) η συχνότητα χρήσης του Facebook και του Instagram στ) ο αριθμός των «φίλων» στο Facebook και των «followers» στο Instagram.

Τα ερευνητικά ερωτήματα που προκύπτουν για τη διερεύνηση του πρωταρχικού στόχου είναι:

- (12) Υπάρχει θετική σχέση ανάμεσα στη συχνότητα χρήσης του Facebook και του Instagram με τις αντιλήψεις των φοιτητών/τριών για την κοινωνική και ακαδημαϊκή χρησιμότητα του Facebook;
- (13) Υπάρχει θετική σχέση ανάμεσα στον αριθμό των «φίλων/followers» του Facebook και του Instagram με τις αντιλήψεις των φοιτητών/τριών για την κοινωνική και ακαδημαϊκή χρησιμότητα του Facebook;

(14) Υπάρχει θετική σχέση ανάμεσα στις αντιλήψεις των φοιτητών/τριών για την κοινωνική και ακαδημαϊκή χρησιμότητα του Facebook και του Instagram με την κοινωνικότητα των φοιτητών/τριών;

(15) Υπάρχει θετική σχέση της κοινωνικότητας των φοιτητών/τριών με τη σύνδεση του κοινωνικού κεφαλαίου, με τη γεφύρωση του κοινωνικού κεφαλαίου και την αίσθηση της κοινότητας με το Πανεπιστημιακό Τμήμα όπου φοιτούν;

1.3 Σημασία και πρωτοτυπία της διατριβής

Σύμφωνα με την ανασκόπηση της σχετικής βιβλιογραφίας, χρειάζεται να υλοποιηθούν έρευνες και ερευνητικά εργαλεία που θα λαμβάνουν υπόψη τους τη σύγκλιση της εντός και εκτός δικτύου αλληλεπίδρασης των ατόμων, και τις επιπτώσεις της στην εξέλιξη και διατήρηση των σχέσεων. Δεν υποστηρίζεται πλέον η διχοτομία ανάμεσα στο διαδικτυακό και μη διαδικτυακό χώρο, καθώς φαίνεται μια σχέση αλληλεξάρτησης (Haythomwaite & Wellman, 2002) όπου οι κοινωνικές πρακτικές των ατόμων, στην τοπική κοινότητα που ανήκουν, μεταφέρονται στον τρόπο διάδρασή τους στο διαδίκτυο. Οι περισσότερες έρευνες που αφορούν στη χρήση του Facebook και του Instagram από τη φοιτητική κοινότητα υλοποιήθηκαν σε Πανεπιστημιακά Τμήματα του εξωτερικού. Συγκεκριμένα για το Instagram, οι έρευνες που έχουν υλοποιηθεί, τόσο σε εθνικό όσο και διεθνές επίπεδο είναι ελάχιστες. Επιπλέον, οι έρευνες που έχουν υλοποιηθεί είναι περιγραφικές ή διερευνητικές ψάχνοντας άμεσες γραμμικές σχέσεις ανάμεσα στη χρήση του Facebook και του Instagram και σε ορισμένες εξαρτημένες μεταβλητές, όπως είναι το κοινωνικό κεφάλαιο, η

ικανοποίηση από τη ζωή των φοιτητών/τριών, η κοινωνική εμπιστοσύνη, και η πολιτική συμμετοχή. Στην Ελλάδα υπάρχει σημαντικό ερευνητικό κενό όσον αφορά τις κοινωνικές επιπτώσεις της χρήσης των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης από τους φοιτητές/τριες και ιδιαίτερα στην περίπτωση του Instagram το ερευνητικό πεδίο είναι σε εμβρυακό στάδιο.

Στην παρούσα μελέτη θα γίνει έλεγχος ενός θεωρητικού μοντέλου που υποστηρίζει πως υπάρχουν αλληλεπιδραστικές σχέσεις ανάμεσα στην χρήση του Facebook και του Instagram με το κοινωνικό κεφάλαιο και την αίσθηση της κοινότητας που νιώθουν οι φοιτητές/τριες με το Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτούν. Τα αποτελέσματα της έρευνας θα βοηθήσουν στην κατανόηση του τρόπου που οι φυσικές «οργανικές» κοινότητες που βρίσκονται σε ορισμένη γεωγραφική περιοχή, όπως η φοιτητική κοινότητα της Σχολής Επιστημών της Διοίκησης και της Πολυτεχνικής Σχολής του Πανεπιστημίου Αιγαίου, αλληλοεπιδρούν με κοινωνικές πρακτικές στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, όπως είναι το Facebook και το Instagram και πώς διαμορφώνονται και αλληλοεπηρεάζονται οι επικοινωνιακές πρακτικές τους, με τις κοινωνικές τους σχέσεις, που διατηρούν τόσο στο διαδικτυακό όσο και μη διαδικτυακό χώρο. Επιπλέον, το ερευνητικό εργαλείο της έρευνας, το οποίο θα ελεγχθεί για την εγκυρότητα της εννοιολογικής του κατασκευής, θα μπορεί να αξιοποιηθεί σε περαιτέρω έρευνες.

Σε μια καθοριζόμενη τοπικά κοινότητα που επιπλέον αποτελεί μια κοινότητα πρακτικής, όπως είναι η Σχολή Επιστημών της Διοίκησης και η Πολυτεχνική Σχολή του Πανεπιστημίου Αιγαίου, με έδρα τη Χίο, τα συμπεράσματα της έρευνας θα βοηθήσουν στην κατανόηση του τρόπου που οι φοιτητές/τριες χρησιμοποιούν το Facebook και το Instagram και των παραγόντων που επηρεάζουν τη χρήση, όπως και στην κατανόηση της σχέσης που υπάρχει ανάμεσα στη χρήση του Facebook και το Instagram και το κοινωνικό τους κεφάλαιο και

στην αίσθηση της κοινότητας με το Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτούν. Επιπροσθέτως, τα αποτελέσματα της έρευνας θα βοηθήσουν στην κατανόηση του τρόπου που η χρήση του Facebook και Instagram από τους φοιτητές λειτουργεί υποστηρικτικά στη διαμόρφωση μιας κοινότητας πρακτικής σε Πανεπιστημιακά Τμήματα. Επιπλέον, τα αποτελέσματα πιθανόν να υποστηρίξουν στη διαμόρφωση κατάλληλων πολιτικών σχετικά με (α) θέματα διοίκησης του Πανεπιστημίου, (β) στήριξης/συμβουλευτικής των φοιτητών, (γ) την επικοινωνία με το ακαδημαϊκό προσωπικό για θέματα που αφορούν τις σπουδές τους, με στόχο πάντα την κοινωνική ενσωμάτωση και την ακαδημαϊκή πρόοδο των φοιτητών/τριών, σε περιβάλλοντα ανώτατης εκπαίδευσης.

1.4 Γενική επισκόπηση της Διατριβής

Παρακάτω, περιγράφονται τα κεφάλαια στα οποία έχει δομηθεί η διατριβή:

Το πρώτο κεφάλαιο αποτελεί το εισαγωγικό κεφάλαιο που έχει ως στόχο να περιγράψει συνοπτικά τη διατριβή και το πλαίσιο ανάπτυξής της. Περιλαμβάνεται αναφορά στην πρωτοτυπία της διατριβής και περιγραφή της δομής της.

Από το δεύτερο κεφάλαιο έως το πέμπτο κεφάλαιο εμπεριέχεται το θεωρητικό πλαίσιο της διατριβής που παρουσιάζονται οι αλληλοσχετιζόμενες περιοχές ενδιαφέροντος που είναι **α) η Επικοινωνία Μέσω Υπολογιστή β) τα Θεωρητικά Μοντέλα για τη χρήση της Επικοινωνίας Μέσω Υπολογιστή γ) οι Κοινότητες και τα Κοινωνικά Δίκτυα γ) οι Κοινωνικές επιπτώσεις του Διαδικτύου**. Παρατίθεται μια εκτεταμένη επισκόπηση της βιβλιογραφίας του πεδίου, όπου αποτυπώνονται συναφείς με τη διατριβή έρευνες.

Το έκτο κεφάλαιο περιέχει αναλυτικά τη σχεδίαση και την υλοποίηση της έρευνας που πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο της διατριβής. Περιγράφεται εκτενώς η διερεύνηση και η

επιλογή των εργαλείων που δοκιμάστηκαν, η μέθοδος στατιστικής ανάλυσης και η αρχιτεκτονική του μοντέλου δομικών εξισώσεων που χρησιμοποιήθηκε.

Στο έβδομο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της στατιστικής ανάλυσης των δεδομένων, η διερευνητική και επιβεβαιωτική παραγοντική ανάλυση και τα αποτελέσματα από το Μοντέλο Δομικών Εξισώσεων.

Το όγδοο κεφάλαιο περιλαμβάνει τα συμπεράσματα της έρευνας οργανωμένα ανά ερευνητικό ερώτημα. Για κάθε στοιχείο συμπερασμάτων γίνεται αντιπαραβολή με σχετικές έρευνες στη βιβλιογραφία. Στη συνέχεια, αποτυπώνονται οι περιορισμοί της έρευνας. Το κεφάλαιο ολοκληρώνεται με προτάσεις περαιτέρω έρευνας. Η διατριβή ολοκληρώνεται με τις βιβλιογραφικές αναφορές **στο ένατο κεφάλαιο** και το Παράρτημα, **στο δέκατο κεφάλαιο** που περιλαμβάνει το ερωτηματολόγιο της έρευνας.

2. Επικοινωνία μέσω Υπολογιστή

2.1 Μορφές της Επικοινωνίας Μέσω Υπολογιστή

2.1.1 Ορισμός

Η *Επικοινωνία μέσω Υπολογιστή* ορίζεται ως οποιαδήποτε επικοινωνιακή συναλλαγή, η οποία πραγματοποιείται διαμέσου δύο ή περισσότερων δικτυωμένων υπολογιστών (McQuail, 2005). Το διαδίκτυο προσφέρει πολλές εφαρμογές επικοινωνίας, οι οποίες παρά τις επικαλύψεις τους, διαφέρουν μεταξύ τους σε βασικά σημεία, με αποτέλεσμα να επηρεάζουν διαφορετικά την επικοινωνιακή μας συμπεριφορά, όταν τις χρησιμοποιούμε. Η επικοινωνία μέσω υπολογιστή, στις μέρες μας, κατά βάση, πραγματοποιείται μέσω διαδικτύου και διαφοροποιείται ανάλογα με την αμεσότητα της εναλλαγής σειράς των συμμετεχόντων στις συζητήσεις, οι οποίες διεξάγονται στα διάφορα περιβάλλοντά του (Κούρτη, 2003).

Η *σύγχρονη ή ταυτόχρονη επικοινωνία* μέσω υπολογιστή πραγματοποιείται σε πραγματικό χρόνο, προϋποθέτει την παρουσία των συμμετεχόντων στην επικοινωνία και μοιάζει περισσότερο με την παραδοσιακή πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνία (Morris, 1996). Οι πιο γνωστές εφαρμογές της σύγχρονης επικοινωνίας μέσω υπολογιστή είναι οι ηλεκτρονικές αίθουσες συνομιλίας (chat rooms), οι εφαρμογές της άμεσης ανταλλαγής μηνυμάτων (Instant Messaging ή IM, Messenger), τα διαδικτυακά παιχνίδια (online interactive games), τα MUD's (Multi Dungeon Users), οι «μετακόσμοι» (metaworlds) και άλλα διαδικτυακά

περιβάλλοντα οπτικής και ακουστικής επικοινωνίας στα οποία δύο ή περισσότερα άτομα επικοινωνούν σε πραγματικό χρόνο.

Η *ασύγχρονη επικοινωνία* εμπεριέχει την ανταλλαγή μηνυμάτων σε μεγαλύτερη περίοδο χρόνου, όπου δεν είναι απαραίτητο να είναι οι συμμετέχοντες παρόντες την ίδια στιγμή, προϋποθέτει λιγότερο συγχρονισμό από τους συμμετέχοντες και μοιάζει πιο πολύ με την ανταλλαγή επιστολών, παρά με την επικοινωνία πρόσωπο με πρόσωπο. Παραδείγματα ασύγχρονης επικοινωνίας αποτελούν οι εφαρμογές ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail), οι ομάδες ειδήσεων (newsgroups), όπου κάποιος μπορεί να διαβάσει και να στείλει μηνύματα γύρω από ένα θέμα, το ασύγχρονα φόρα συζήτησης (Forums), οι ταχυδρομικοί κατάλογοι (mailing lists), το σύστημα πίνακα ανακοινώσεων (BBS- Bulletin System), οι εικονικές κοινότητες, οι διάφορες Ιστοσελίδες Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Network Sites ή SNS) κ.ά (Carlan, 2003). Μερικές από τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, όπως είναι το Facebook και το Instagram προσφέρουν την δυνατότητα για άμεση ανταλλαγή μηνυμάτων, οπότε προσφέρουν την δυνατότητα τόσο για σύγχρονη όσο και για ασύγχρονη επικοινωνία.

2.1.2 Η Εξέλιξη της Επικοινωνίας Μέσω Υπολογιστή

Στις αρχές της δεκαετίας του 1960, η Αμερικανική Στρατιωτική Αεροπορία ανέθεσε στη στρατιωτική εταιρεία RAND (Research and Development Corporation) την ανάπτυξη ενός δικτύου επικοινωνίας το οποίο θα μπορούσε να προστατέψει τα επικοινωνιακά συστήματα του αμερικανικού στρατού ακόμη και από μια πυρηνική επίθεση των Σοβιετικών. Ο Paul Baran, ένας από τους επιστήμονες στους οποίους είχε ανατεθεί η επίλυση αυτού του προβλήματος στη RAND, πρότεινε ένα σύστημα επικοινωνίας η δομή του οποίου θα προσφερόταν, όπως υποστήριζε και για μη στρατιωτικούς σκοπούς. Στο σύστημα αυτό η

επικοινωνία δεν θα ήταν γραμμική, αλλά θα έμοιαζε με έναν ιστό, ένα δίκτυο όπου κάθε κόμβος (ένας υπολογιστής) θα συνδεόταν με πολλούς άλλους κόμβους έτσι ώστε να υπάρχουν πολλοί δυνατοί τρόποι επικοινωνίας μεταξύ των δύο σημείων. Η έρευνα κατέληξε στη δημιουργία του ARPAnet, προγόνου του Διαδικτύου, ενός ευφυούς πρωτοκόλλου επικοινωνιών, το οποίο λειτούργησε για πρώτη φορά το 1969 στο Πανεπιστήμιο Καλιφόρνια του Los Angeles (UCLA) (Κούρτη, 2003).

Παρά το γεγονός ότι το ARPAnet εξυπηρετούσε συγκεκριμένους εθνικούς σκοπούς των τομέων άμυνας και στρατιωτικής τεχνολογίας των Ηνωμένων Πολιτειών της ψυχροπολεμικής περιόδου, και μολονότι είχε σχεδιαστεί με στόχο να λειτουργήσει ως ένα ανθεκτικό εργαλείο μεταβίβασης και αποθήκευσης πληροφορίας, σταδιακά αναδείχθηκε σε ένα δυναμικό μέσο διαπροσωπικής και ομαδικής επικοινωνίας, μεταξύ των πανεπιστημίων. Ο στόχος αυτού του τμήματος, όπως τον καθόρισε ο πρώτος διευθυντής του, ο Joseph Licklider, ένας ψυχολόγος που έγινε επιστήμονας των ηλεκτρονικών υπολογιστών στο Τεχνολογικό Ινστιτούτο της Μασαχουσέτης (MIT), ήταν να παρακινήσει την έρευνα για την αλληλεπιδραστική υπολογιστική. Για να οικοδομήσει ένα αλληλεπιδραστικό δίκτυο ηλεκτρονικών υπολογιστών το Γραφείο Τεχνικών Επεξεργασίας Πληροφοριών (IPTO) της Υπηρεσίας Προηγμένων Ερευνητικών Έργων (ARPA) στηρίχτηκε σε μια επαναστατική τεχνολογία μετάδοσης τηλεπικοινωνιών, τη μεταγωγή πακέτων.

Το 1969, οι πρώτοι κόμβοι του δικτύου ήταν το Πανεπιστήμιο της Καλιφόρνια Santa Barbara, το Ίδρυμα Ερευνών του Stanford, το Πανεπιστήμιο της Γιούτα και το Πανεπιστήμιο της Καλιφόρνια Los Angeles. Το 1971, υπήρχαν δεκαπέντε κόμβοι, οι περισσότεροι από τους οποίους ήταν ερευνητικά κέντρα. Το επόμενο βήμα ήταν να συνδεθεί το ARPAnet με άλλα δίκτυα ηλεκτρονικών υπολογιστών, αρχίζοντας με τα δίκτυα επικοινωνίας τα οποία

διαχειριζόταν το ARPA, δηλαδή το PRNET και το SATNET. Αυτό εισήγαγε μια νέα έννοια: το δίκτυο των δικτύων.

Το 1973, δυο επιστήμονες ηλεκτρονικών υπολογιστών ο Vincent Gerf και ο Robert Kahn έγραψαν μια εργασία, η οποία έδινε σε γενικές γραμμές τη βασική αρχιτεκτονική του Διαδικτύου. Για να μιλούν μεταξύ τους τα δίκτυα υπολογιστών, χρειαζόνταν πρότυπα πρωτόκολλα επικοινωνίας. Αυτό επιτεύχθηκε εν μέρει το 1973, σε ένα σεμινάριο στο Stanford από μια ομάδα ερευνητών, η οποία σχεδίασε ένα πρωτόκολλο ελέγχου μετάδοσης (Transmission Control Protocol-TCP/IP) (Καστέλς, 2005). Η επικοινωνία βάσει αυτών των πρωτοκόλλων ακολουθεί τη λογική της διαμεταγωγής πακέτων και συνεπώς υπαγορεύει ότι η μεταφορά δεδομένων (εικόνες, λέξεις, κείμενα κ.τ.λ.) γίνεται τμηματικά μέσα από τις τηλεφωνικές γραμμές και τους διάφορους υπολογιστές μέχρι να καταλήξουν στον υπολογιστή των χρηστών. Τα δεδομένα τεμαχίζονται σε μικρότερα κομμάτια, αριθμούνται και δίνεται η διεύθυνση του υπολογιστή για τον οποίο προορίζονται. Ο υπολογιστής προορισμού θα συναρμολογήσει τα δεδομένα μόλις τα λάβει. Το TCP (πρωτόκολλο ελέγχου μετάδοσης) ελέγχει και χειρίζεται τη ροή των πακέτων ώστε τα τμήματα να φτάνουν χωρίς λάθη, ενώ το IP (πρωτόκολλο Internet) αναλαμβάνει τη μεταφορά τους από το ένα σημείο της διαδρομής στο άλλο (Κούρτη, 2003).

Καθ' όλη τη δεκαετία του 1970 παρατηρείται μια σειρά βελτιώσεων τόσο σε επίπεδο μηχανικού εξοπλισμού όσο και σε επίπεδο λογισμικού, οι οποίες αφορούν κυρίως την επικοινωνιακή διάσταση του Διαδικτύου, όπως τη γνωρίζουμε σήμερα. Το 1975, το ARPAnet μεταβιβάστηκε στην Υπηρεσία Επικοινωνιών Άμυνας (DCA). Το 1983, το Υπουργείο Άμυνας των ΗΠΑ, που ανησυχούσε για πιθανά ρήγματα στην ασφάλεια, αποφάσισε να δημιουργήσει ένα ξεχωριστό MILNET δίκτυο για ειδικές στρατιωτικές

χρήσεις. Το ARPAnet έγινε ARPA-INTERNET και αφιερώθηκε στην έρευνα. Το 1984, το Εθνικό Ίδρυμα Επιστημών των ΗΠΑ (NSF) δημιούργησε το δικό του δίκτυο επικοινωνίας ηλεκτρονικών υπολογιστών, το NSFNET και το 1988 άρχισε να χρησιμοποιεί το ARPA-INTERNET ως δίκτυο στήριξης. Το Φεβρουάριο του 1990, το ARPAnet, που ήταν ξεπερασμένο τεχνολογικά, έπαψε να λειτουργεί. Μετά από αυτό, αφού απελευθέρωσε το Διαδίκτυο από το στρατιωτικό του περιβάλλον, η κυβέρνηση των ΗΠΑ ανέθεσε στο Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών (NSF) τη διαχείριση του Διαδικτύου. Επειδή το Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών διαπίστωσε πως το δίκτυο ήταν πολύ αργό δημιούργησε το NSFNET, αλλά σταμάτησε τη διαχείρισή του το 1995 και άρχισε να παραχωρεί τμήματα του Διαδικτύου σε ιδιώτες. Από τότε άρχισε η διηνεκής κούρσα εμπορικής εκμετάλλευσης του Διαδικτύου.

Το ARPAnet δεν ήταν η μοναδική πηγή του Διαδικτύου έτσι όπως το ξέρουμε σήμερα. Η σημερινή μορφή του Διαδικτύου είναι επίσης το αποτέλεσμα μια παράδοσης δικτύωσης αυτόνομων οργανώσεων λαϊκής βάσης μέσω ηλεκτρονικών υπολογιστών και τα δίκτυα που αναπτύχθηκαν όπως το Usenet, CSNET, BITNET, FIDONET, UNIX (Κούρτη, 2003). Ειδικά το Usenet είναι γνωστό ως «το ARPAnet του φτωχού» (Hauben & Hauben, 1996), καθώς σε αντίθεση ARPAnet, στο οποίο η είσοδος ήταν περιορισμένη, το Usenet ήταν στη διάθεση οποιουδήποτε είχε την κατάλληλη τεχνολογία πρόσβασης. Εν ολίγοις, όπως γράφει ο Castells, *«η ιστορία του διαδικτύου είναι μια ιστορία παρέκκλισης από τις αρχικές του χρήσεις, μια ιστορία για το πως οι άνθρωποι και η κοινωνία γενικότερα μπορούν να υπερβούν θεσμικούς στόχους και να ιδιοποιηθούν τα διαθέσιμα Μέσα με απρόβλεπτους τρόπους»* (2001, σ. 82).

Εκείνο που επέτρεψε στο Διαδίκτυο να αγκαλιάσει τον κόσμο γενικά ήταν η ανάπτυξη του Παγκόσμιου Ιστού (World Wide Web ή www), που είναι μια εφαρμογή καταμερισμού

πληροφοριών, ένα πρόγραμμα φυλλομετρητή/επεξεργασίας την οποία ανέπτυξε το 1990 ένας Άγγλος προγραμματιστής ο Tim Berners-Lee, με τον Robert Cailliau και την ομάδα τους στο CERN, το ευρωπαϊκό ερευνητικό κέντρο φυσικής υψηλής ενέργειας το οποίο έχει τη βάση του στη Γενεύη. Στην καρδιά του Παγκόσμιου Ιστού βρίσκεται το HTML (Hypertext Markup Language-Γλώσσα Μορφοποίησης Κειμένου) μια απλή γλώσσα υπολογιστών που κάνει δυνατή την παρουσίαση του περιεχομένου μια σελίδας σε μορφή υπερκειμένου. Το υπερκείμενο είναι ένα μη γραμμικό κείμενο το οποίο περιέχει συνδέσμους (link) για την άμεση διασύνδεση κειμένων, γραφικών, ήχων και φωτογραφιών στις ιστοσελίδες. Κεντρικό στον Παγκόσμιο Ιστό είναι το HTTP (Hyper Text Transfer Protocol- Πρωτόκολλο Μεταφοράς Υπερκειμένου) το πρωτόκολλο που χρησιμοποιούν οι υπολογιστές για τη μεταφορά των πληροφοριών στο Διαδίκτυο, ώστε οι πληροφορίες αυτές να πληρούν τις απαιτήσεις ενός παγκόσμιου συστήματος υπερκειμένου. Ο Tim Berners-Lee, δήλωσε πως θεωρεί τη δημιουργία του Παγκόσμιου Ιστού ένα δημιούργημα περισσότερο κοινωνικό παρά τεχνολογικό: *«Τον σχεδίασα με μια κοινωνική προοπτική-για να διευκολύνει την ανθρώπινη συνεργασία-και όχι σαν τεχνολογικό παιχνίδι. Απώτατος στόχος του είναι να υποστηρίξει και να βελτιώσει τον ιστό που όλοι υφαινούμε με την ύπαρξή μας στον κόσμο»* (Berners-Lee & Fischetti, 1999, σ. 182).

Ο Androutsopoulos (2013b, σ.236) ονομάζει την εξέλιξη του Διαδικτύου κοινωνικο-τεχνολογική και τη χωρίζει σε τρία διακριτά στάδια εξέλιξης, τα οποία αντιστοιχούν σε τρεις αντίστοιχες χρονικές περιόδους: το πρώτο στάδιο συνιστά την προ-διαδικτυακή εποχή (pre-web era), η οποία διήρκεσε μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του '90. Κατά την περίοδο αυτή η επικοινωνία μέσω υπολογιστών περιοριζόταν, κυρίως, στο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο. Το δεύτερο στάδιο το ονομάζει πρώιμη διαδικτυακή εποχή (early web era) και διήρκεσε από τα μέσα της δεκαετίας του '90 μέχρι και τα μέσα της πρώτης δεκαετίας του εικοστού πρώτου

αιώνα. Σε αυτό το στάδιο χαρακτηριστική ήταν η εμφάνιση του παγκόσμιου ιστού (World Wide Web) και η δημιουργία προσωπικών ιστοσελίδων, φόρουμ συζήτησης, εταιρικών ιστοσελίδων και ιστολογίων (weblogs). Με λίγα λόγια, στη συγκεκριμένη εποχή άρχισε να παρατηρείται ένας διαδραστικότερος χαρακτήρας του διαδικτύου. Τέλος, το τρίτο στάδιο, από τα μέσα της πρώτης δεκαετίας του εικοστού πρώτου αιώνα μέχρι και σήμερα, το ονομάζει συμμετοχική εποχή του διαδικτύου (participatory web era). Κατά την περίοδο αυτή, οι χρήστες/τριες, σε αντίθεση με εκείνους/ες των παλαιότερων περιόδων, αξιοποιούν όλους τους πόρους που έχουν στη διάθεσή τους για να προσλαμβάνουν, να παράγουν και να επαναδιαπραγματεύονται το περιεχόμενό τους.

Με τον πρώτο χρόνο λειτουργίας του Διαδικτύου, δυο επικοινωνιακές εφαρμογές του, το «ηλεκτρονικό ταχυδρομείο» (e-mail) και τα πρώτα «φόρα συζήτησης» (discussion forums) έγιναν οι πιο δημοφιλείς εφαρμογές του. Από αυτές τις επικοινωνιακές πλατφόρμες ξεπήδησαν πριν από ένα τέταρτο του αιώνα και τα πρώτα τεχνολογικά περιβάλλοντα που είναι γνωστά ως εικονικές ή δυνητικές κοινότητες, αρχικά με τη μορφή μικρού βεληνεκούς τοπικών «πινάκων ανακοινώσεων» (Bulletin Board Systems) και «ομάδων συζητήσεων στο Usenet» (newsgroups), και αργότερα - αρχής γενομένης με την αρχετυπική κοινότητα της WELL (Whole Earth 'Lectronic Link, 1985) - με τη μορφή πολυθεματικών και δομημένων περιβαλλόντων συνδιάσκεψης με πολλούς χρήστες από ολόκληρο τον κόσμο. Οι εικονικές κοινότητες είναι μια μη-αναμενόμενη μορφοποίηση του κοινοτικού στην εποχή της ύστερης νεωτερικότητας, που προέκυψε από μια απροσδόκητη διασταύρωση ανθρωπίνων αναγκών επικοινωνίας και τεχνολογίας. Νεώτερη μορφή των εικονικών κοινοτήτων αποτελούν οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, όπως είναι το Facebook.

Πολλοί άνθρωποι θεωρούν εσφαλμένα τον Παγκόσμιο Ιστό συνώνυμο με το Διαδίκτυο. Ο Παγκόσμιος Ιστός δεν είναι παρά μέρος του Διαδικτύου, μια υπηρεσία που λειτουργεί υπό μορφή πελάτη (client)/διακομιστή (server). Συνήθως, όταν χρησιμοποιούμε τον όρο Διαδίκτυο αναφερόμαστε γενικά σε όλες τις τεχνολογίες, οι οποίες τίθενται σε λειτουργία μέσω του μόντεμ μας, ενώ όταν κάνουμε λόγο για «Κυβερνοχώρο» αναφερόμαστε και πάλι στον ίδιο όρο, αλλά από ένα κάπως διαφορετικό πρίσμα, εκφράζοντας τη νοητική μεταφορά που συνεπάγεται η χρήση αυτών των τεχνολογιών. Ωστόσο, τέτοιου είδους γενικεύσεις, παρότι αποδεικνύονται πολύ χρήσιμες στον καθημερινό λόγο, μπορεί να παραπλανήσουν (Peace, 2000). Το Διαδίκτυο προσφέρει πολλές υπηρεσίες επικοινωνίας, οι οποίες παρά τις επικαλύψεις τους, διαφέρουν μεταξύ τους σε βασικά σημεία με αποτέλεσμα να επηρεάζουν διαφορετικά την επικοινωνιακή μας συμπεριφορά όταν τις χρησιμοποιούμε. Για να περιγράψουμε το επικοινωνιακό τοπίο στον Κυβερνοχώρο, πρέπει να εξετάσουμε τις διάφορες μορφές επικοινωνίας οι οποίες λαμβάνουν χώρα μέσω Διαδικτύου, μολονότι η τεχνολογία και η χρήση του αλλάζουν ταχύτατα και ελλοχεύει πάντα ο κίνδυνος γράφοντας για την τεχνολογία του Διαδικτύου να είμαστε εκτός εποχής.

2.2 Εικονικές Κοινότητες

Τα πρώιμα στάδια της χρήσης του Διαδικτύου, κατά τη δεκαετία του 1980, χαιρετίστηκαν ως ο ερχομός μιας νέας εποχής, ελεύθερης επικοινωνίας και προσωπικής ικανοποίησης στις εικονικές κοινότητες που οικοδομούνται με την επικοινωνία μέσω υπολογιστή. Το 1985 αναδύθηκε στο χώρο του Διαδικτύου η αρχετυπική εικονική κοινότητα *WELL (Whole Earth Lctronic Link)* στην περιοχή του κόλπου του Σαν Φρανσίσκο, στα μέσα της δεκαετίας του 1980, με τη συμμετοχή σημαντικών προσωπικοτήτων της πρώιμης κουλτούρας του

Διαδικτύου (Καστέλς, 2005). Ο Αμερικανός δημοσιογράφος και δοκιμογράφος Howard Rheingold εισήγαγε πρώτος τον όρο *εικονική κοινότητα* με το βιβλίο του *The Virtual Community* (1993) και περιγράφει πως αναπτύχθηκαν οι σχέσεις και οι καθημερινές πρακτικές ανάμεσα στα μέλη μιας εικονικής κοινότητας το WELL. Ο ορισμός που δίνει ο Rheingold για τις εικονικές κοινότητες έχει ως εξής: «Οι εικονικές κοινότητες αποτελούν κοινωνικές συναθροίσεις που πηγάζουν από το Internet, όταν αρκετοί άνθρωποι συνεχίσουν (...) τις δημόσιες συζητήσεις για αρκετά μεγάλο διάστημα, με επαρκές ανθρώπινο συναίσθημα, να δημιουργούν ιστούς προσωπικών σχέσεων στον κυβερνοχώρο» (Rheingold 1994, σ. 6). Η απεριόριστη κοινωνικότητα ήταν η υπόσχεση.

Ωστόσο, η απεικόνιση του διαδικτύου ως χώρου δημιουργίας ανθρώπινων και διασύνδεσης είχε γίνει χρόνια πριν, από τον Joseph Licklider, το 1962, έναν από τους πρώτους ερευνητές του ARPA, ο οποίος προωθούσε μάλιστα την έννοια του *Γαλαξιακού Δικτύου* (Galactic Network). Ο Licklider οραματιζόταν ένα παγκόσμιο σύνολο συνδεδεμένων υπολογιστών μέσω του οποίου ο καθένας θα μπορούσε να έχει γρήγορη πρόσβαση σε δεδομένα και προγράμματα από οποιονδήποτε δικτυακό τόπο (Leiner et al., 2003). Στο κλασικό του κείμενο «*The Computer as Communication Device*» (1968) ο Licklider πρόταξε την ανάγκη κατανόησης της επικοινωνίας όχι ως απλή μεταφορά πληροφορίας από έναν πομπό σε ένα δέκτη, αλλά ως μια δημιουργική, συλλογική διαδικασία αλληλεπίδρασης και παραγωγής ιδεών. Γράφει επ' αυτού: «Πως θα είναι οι διαδικτυακές διαδραστικές κοινότητες; Στους περισσότερους τομείς θα αποτελούνται από γεωγραφικά απομακρυσμένα μέλη, κάποιες φορές ομαδοποιημένα σε μικρούς θύλακες και κάποιες φορές δουλεύοντας ατομικά. Θα είναι κοινότητες όχι κοινής εντοπιότητας, αλλά κοινού ενδιαφέροντος. Σε κάθε γεωγραφικό πεδίο, ο συνολικός αριθμός χρηστών (...) θα είναι αρκετά μεγάλος ώστε να μπορεί να υποστηρίξει εκτεταμένες δυνατότητες επεξεργασίας και αποθήκευσης πληροφορίας για ποικίλους σκοπούς

(...). Η ζωή θα είναι πιο ευτυχισμένη για το άτομο του διαδικτύου γιατί οι άνθρωποι με τους οποίους κάποιος αλληλοεπιδρά με μεγαλύτερη ισχύ θα επιλέγονται περισσότερο από ομοιότητα ενδιαφερόντων και στόχων και όχι από ατυχήματα εγγύτητας» (1968, σ. 30-31, 38). Το τελικό του όραμα ήταν η δημιουργία μιας «υπερ-κοινότητας» (supercommunity) αποτελούμενης από τους επικοινωνούντες κόμβους των επιμέρους μικρο-κοινοτήτων, αυτό που ονόμασε το «γαλαξιακό δίκτυο» (galactic network) που θα συνέδεε όλους τους υπολογιστές του κόσμου.

Η έννοια και ο ορισμός της εικονικής κοινότητας έχει απασχολήσει πολλούς θεωρητικούς και ερευνητές. Η Preece (2000), αν και αναγνωρίζει τη δυσκολία ορισμού των εικονικών κοινοτήτων προτείνει ένα λειτουργικό ορισμό, σύμφωνα με τον οποίον μια εικονική κοινότητα συγκροτούν:

(α) Άνθρωποι που αλληλοεπιδρούν κοινωνικά, επιδιώκοντας να ικανοποιήσουν τις δικές τους ιδιαίτερες ανάγκες, ή να υποδυθούν ειδικούς ρόλους (ηγετικούς, διαμεσολαβητικούς), (β) Κοινοί στόχοι για παράδειγμα ένα ενδιαφέρον, μια ανάγκη, μια ανταλλαγή πληροφοριών ή παροχή υπηρεσιών), ο οποίος αποτελεί το λόγο ύπαρξης της κοινότητας, (γ) Πολιτικές υπό τη μορφή κοινών παραδοχών, τελετουργιών, πρωτοκόλλων, κανόνων κι νόμων που καθοδηγούν τις αλληλεπιδράσεις των ατόμων, (δ) Συστήματα υπολογιστών που υποστηρίζουν τις ανθρώπινες αλληλεπιδράσεις και ενισχύουν την έννοια της από κοινού συντροφικότητας.

Σε αντίθεση με τις φυσικές κοινότητες, οι οποίες απαιτούν τη φυσική παρουσία των μελών τους, εκδιπλώνονται οι εικονικές μορφές αλληλεπίδρασης σε αποστασιοποιημένα χωροχρονικά πλαίσια (Γιαννακόπουλος, 2005, σ.158) και αποτελούν ρευστές κοινωνικές κατασκευές κι απρόβλεπτες εφαρμογές της ανθρώπινης τεχνολογικής δημιουργικότητας, εκπροσωπώντας εμβληματικά αυτό που ο Castells εύστοχα ονόμασε σύγχρονη «κουλτούρα της πραγματικής εικονικότητας» (1998). Ενέχουν τη δημιουργία κοινότητας όμως με έναν πιο

ενεργητικό και ανεπίσημο τρόπο και στις ειδικές συνθήκες συμμετοχής και επικοινωνίας που επιβάλλει η τεχνολογική μεσοποίηση και η χωροχρονική αποστασιοποίηση.

Επίσης, ενώ οι εικονικές κοινότητες είναι ριζικά επιλεκτικές, οι παραδοσιακές κοινότητες, όπως βεβαίως και πολλές σύγχρονες κοινότητες, δεν είναι κοινότητες επιλογής, ούτε επικοινωνίας, ούτε το *ανήκειν* σε αυτές είναι αποτέλεσμα επικοινωνιακής δράσης. Μια άλλη ουσιώδης διαφορά έχει να κάνει με τη σχέση μεταξύ ατόμου και κοινότητας. Στις παραδοσιακές μορφές κοινότητας και σε πολλές μορφές σύγχρονων φυσικών κοινοτήτων, το άτομο είναι σε μεγάλο βαθμό παθητικό και αποκρίνεται στις απαιτήσεις που του επιβάλλει ο κοινωνικός περίγυρος. Αντίθετα, η έμφαση στην εικονική κοινότητα μετατοπίζεται προς τους συμμετέχοντες ως αυτόνομους δρώντες, που μπορούν πολύ πιο εύκολα και ανέξοδα να εισέλθουν, να εξέλθουν ή να τροποποιήσουν ένα υπάρχον δίκτυο (Διαμαντάκη, 2008).

Το σημαντικότερο στοιχείο διαφοράς τους από τις παραδοσιακές κοινότητες είναι ότι ενσαρκώνουν το παράδοξο μιας *«εξατομικευμένης κοινωνικότητας»*, καθώς ναι μεν παρέχουν στα άτομα χώρους για κοινωνικότητα και ενσωμάτωση αλλά με ένα τρόπο πιο «ελεύθερο», ρευστό και εξατομικευμένο και κυρίως διαμεσολαβημένο από μια τεχνολογία που έχει τη δυνατότητα να συνενώνει και ταυτόχρονα να απομονώνει, να είναι ατομική και συνάμα συλλογική. Εδώ βρίσκεται άλλο ένα παράδοξο. Μολονότι παλαιότερα η εμφάνιση νέων τεχνολογιών συσχετίστηκε με αισθήματα αλλοτριώσης, σήμερα στην μετανεωτερική εποχή είναι και μέσα στο τοπίο των Μέσων όπου οι άνθρωποι αναζητούν την κοινότητα.

2.3 Ιστοσελίδες Κοινωνικής Δικτύωσης

Με την εμφάνιση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Social Media) έχει συντελεστεί μια τεράστια αλλαγή στην υφή, στην δομή και στην ανάπτυξη μιας εκ των σημαντικότερων εφαρμογών του Διαδικτύου, αυτής του Παγκόσμιου Ιστού (Web). Στα μέσα της δεκαετίας του '90 η δημοτικότητα του Παγκόσμιου Ιστού (Web 1.0) εκτοξεύτηκε στα ύψη ανοίγοντας νέους διαύλους διαμοιρασμού πληροφοριών μεταξύ των ανθρώπων στο παγκόσμιο «χωριό». Αν και επρόκειτο για κάτι αναμφίβολα πρωτοπόρο, η απουσία διαδραστικότητας και άμεσης επικοινωνίας μεταξύ των χρηστών, οδήγησε στην εξέλιξη του Διαδικτύου σε *Web 2.0*. Πρώτος χρησιμοποίησε τον όρο *Web 2.0* ο O'Reilly, για πρώτη φορά το 2004, κατά τη διάρκεια συνεδρίου μεταξύ της O'Reilly Media και της Media Line International, όπου προτείνονταν ιδέες για την αναβάθμιση του Παγκόσμιου Ιστού. Η συμμετοχικότητα ήταν η σημαντική αλλαγή για το *Web 2.0* καθώς η αξιοποίηση του Παγκόσμιου Ιστού, ως μια πλατφόρμα περιεχομένου και διαφόρων εφαρμογών, δεν γίνεται από μεμονωμένα άτομα, αλλά αντίθετα διαμορφώνεται και μεταβάλλεται συνεχώς από τους χρήστες συμμετοχικά. Έτσι οι εφαρμογές που ανήκαν στο *Web 1.0*, όπως οι προσωπικοί ιστότοποι αντικαταστάθηκαν σταδιακά από τα blogs, τα wikis και όλα τα συμμετοχικά εργαλεία *Web 2.0* (Kaplan & Haenlein, 2009d).

Για τη συμμετοχικότητα αυτή ο Davis (2005) χαρακτήρισε το *Web 2.0* ως μια κοινωνική και όχι τεχνολογική επανάσταση λόγω των αλλαγών που επέφερε στον τρόπο που αλληλοεπιδρούσαν έως τώρα οι χρήστες. Εξαιτίας αυτής της αλλαγής στην κοινωνική αλληλεπίδραση το *Web 2.0* ονομάστηκε «*Κοινωνικός Ιστός*» (Social Web) και αναφέρεται στην κοινωνική δικτύωση και τα σύγχρονα ηλεκτρονικά μέσα που αυτή επιτυγχάνεται. Επιπλέον, το *Web 2.0* ονομάστηκε και «*Συμμετοχικός Ιστός*» (Participatory Web), καθώς

επιτρέπει στους χρήστες, πέρα από την αλληλεπίδραση τους, να εκφραστούν, να επικοινωνήσουν, να δημιουργήσουν και να συμβάλλουν στην ανάπτυξη, στην αξιολόγηση και στη διανομή περιεχομένου στο Διαδίκτυο, μετατρέποντάς τους έτσι από απλούς «καταναλωτές» πληροφοριών σε «παραγωγούς» (O'Reilly, 2005). Στην εποχή Web 2.0 η κοινωνική δικτύωση μεταμορφώνεται και μετατρέπεται σε online δραστηριότητα και συνδέεται με τεχνολογικές υπηρεσίες και λογισμικό που επιτρέπει στους ανθρώπους να επικοινωνούν με άλλους, από οπουδήποτε και οποιαδήποτε στιγμή. Τα νέα εργαλεία κοινωνικής δικτύωσης, με τον όρο-ομπρέλλα *Κοινωνικά Μέσα* (Social Media) δίνουν νέες ευκαιρίες για αλληλεπίδραση και έκφραση και δημιουργία στους χρήστες. Στα *Κοινωνικά Μέσα* ανήκουν τα blogs, wikis, Μέσα (ακουστικά, φωτογραφίες, βίντεο, κείμενο), εργαλεία διαμοιρασμού, πλατφόρμες διαδικτύωσης και οι εικονικοί κόσμοι (boyd & Ellison, 2008).

Οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν την πιο διαδεδομένη μορφή των Κοινωνικών Μέσων (Social media) και επιτρέπουν στο χρήστη να σχηματίσει online κοινότητες και να μοιραστεί περιεχόμενο που έχει παράξει ο ίδιος (User Generated Content- UGG). Αποτελούν εικονικές κοινότητες όπου μέσα ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να αλληλοεπιδρά με φίλους ή να συμμετέχει σε ομάδες κοινών ενδιαφερόντων, δημιουργώντας αρχικά ένα προφίλ με προσωπικές πληροφορίες. Σύμφωνα με τις boyd και Ellison, (2007) οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης είναι δικτυακές υπηρεσίες, οι οποίες επιτρέπουν στα άτομα (1) να δημιουργήσουν ένα δημόσιο ή ημι-δημόσιο προφίλ (περιορισμένης πρόσβασης σε επιλεγμένα άτομα) σε ένα συγκεκριμένο σύστημα (2) να διαμορφώσουν έναν κατάλογο χρηστών με τους οποίους συνδέονται διαδικτυακά (3) να βλέπουν τον κατάλογο των επαφών τους και τον κατάλογο των άλλων χρηστών που υπάρχουν στο σύστημα (boyd & Ellison, 2007). Καθώς η τεχνολογία που υποστηρίζει τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης εξελίσσεται, ο ορισμός διαμορφώθηκε από τις Ellison και boyd (2013, σ.158) εκ νέου ως

εξής: Η ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης αποτελεί μια πλατφόρμα επικοινωνίας στην οποία οι συμμετέχοντες 1) έχουν μοναδικά αναγνωρίσιμα προφίλ που αποτελούνται από περιεχόμενο που παρέχεται από το χρήστη, περιεχόμενο που παρέχεται από άλλους χρήστες ή/και από δεδομένα του συστήματος 2) μπορούν να εμφανίζουν δημοσίως τις συνδέσεις, οι οποίες μπορούν να προβληθούν και να διασταυρωθούν από άλλους και 3) μπορούν να καταναλώνουν, να παράγουν και/ή να αλληλοεπιδρούν με ροές περιεχομένου που παράγει ο χρήστης (user generated content), οι οποίες παρέχονται από τις συνδέσεις τους στον ιστότοπο.

Οι boyd & Ellison (2007), ενώ αναφέρουν ότι ο όρος «ιστοσελίδα κοινωνικού δικτύου» (social network site) χρησιμοποιείται για να περιγραφεί η μορφή αυτής της επικοινωνίας μέσω υπολογιστή, ο όρος «ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης» (social networking sites), επίσης, εμφανίζεται στο δημόσιο λόγο και χρησιμοποιούνται συχνά και οι δύο όροι. Επισημαίνουν, μάλιστα, ότι επιλέγουν να μην χρησιμοποιούν τον όρο «δικτύωση» (networking) για δύο λόγους: την έμφαση και το πεδίο εφαρμογής. Η «δικτύωση» δίνει έμφαση στην έναρξη μιας σχέσης, συχνά μεταξύ ξένων. Παρόλο που η δικτύωση είναι δυνατή σε αυτές τις ιστοσελίδες, δεν αποτελεί παρ' όλα αυτά την πρωταρχική πρακτική για τους χρήστες και δεν είναι αυτός ο κύριος λόγος που τις διαφοροποιεί από άλλες μορφές της επικοινωνίας μέσω υπολογιστή. Αυτό που τις διαφοροποιεί είναι ότι επιτρέπουν τους χρήστες τους να κάνουν ορατά τα κοινωνικά τους δίκτυα. Αυτή η πρακτική δημιουργεί συνδέσεις ανάμεσα σε άτομα που δεν θα μπορούσαν να πραγματοποιηθούν με διαφορετικό τρόπο, αλλά δεν είναι ο βασικός στόχος και αυτές οι συναντήσεις είναι συχνά ανάμεσα σε «αδύναμους δεσμούς» (Haythornthwaite, 2005). Στις περισσότερες ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης οι χρήστες επικοινωνούν με άτομα που αποτελούν μέρος του εκτεταμένου κοινωνικού τους δικτύου.

Οι πρώτες ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης που εμφανίστηκαν κατά τη δεκαετία του 1990 ήταν η Classmates.com (1995) και η SixDegrees.com. (1997) και ακολούθησαν οι LiveJournal, AsianAvenue, Black Planet και κατά τη δεκαετία του 2000, οι LunarStorm, MiGente, Cyworld, Ryza Fotolog, Friendster, LinkedIn, Hi5, Couchsurfing, Flickr κ.ά. (boyd & Ellison, 2008).

Οι ιστοσελίδες κοινωνική δικτύωσης, όπως το MySpace, το Xanga, το Friendster, το CyWorld, το LinkedIn, το Bebo, το Orkut, το LiveJournal προσέλκυαν και ορισμένες από αυτές συνεχίζουν να προσελκύουν μεγάλο ποσοστό επισκεπτών/τριών (Hinduja & Patchin, 2008). Η χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης έχει αυξηθεί σημαντικά την τελευταία δεκαετία και η πρακτική του ελέγχου προφίλ και της δημοσίευσης ενημερώσεων σε έναν ή περισσότερους ιστότοπους έχει γίνει μέρος της καθημερινής ζωής πολλών ανθρώπων και όχι μόνο των εφήβων. Με την πάροδο του χρόνου νέες ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης κάνουν την εμφάνισή τους όπως το Twitter, Tumblr, Flickr, Google+, Rinterest, Reddit, αλλά το Facebook και το Instagram τον τελευταίο καιρό, αποτελούν ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης με τους περισσότερους χρήστες. Ιδιαίτερως, το Facebook, το οποίο απασχόλησε το ενδιαφέρον πολλών ερευνητών, αποτελεί έναν κυρίαρχο χώρο αλληλεπίδρασης ανάμεσα στα άτομα που επιθυμούν να διατηρήσουν τους προϋπάρχοντες δεσμούς με τα κοινωνικά τους δίκτυα.

Οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης διαφοροποιούνται ως προς τις δυνατότητες για χρήση που προσφέρουν στους συμμετέχοντες σε αυτές. Οι πιο δημοφιλείς ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωση είναι οι:

Twitter: Μια δημοφιλής ιστοσελίδα δικτύωσης, το Twitter επιτρέπει στους χρήστες να αναρτήσουν μικρά μηνύματα «tweets», όπως και υπερσυνδέσμους προς πηγές ενδιαφέροντος. Οι χρήστες μπορούν να ακολουθούν «follow» επιλεγμένους χρήστες, να απαντήσουν σε αυτούς «retweet» ή να προωθήσουν την ανάρτηση «repost» σε άλλους χρήστες για να τη δουν (Ezumah, 2013).

LinkedIn: Η ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης το LinkedIn απευθύνεται σε επαγγελματίες που τους ενδιαφέρει η επαγγελματική δικτύωση. Ο κάθε χρήστης διαμορφώνει ένα προφίλ παρόμοιο με το βιογραφικό του και μπορεί να συνδεθεί με άλλα άτομα. Το LinkedIn παρόλο που είναι από τις πιο παλιές ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, καθώς δημιουργήθηκε το 2003, δεν προτιμάται τόσο πολύ από τους νέους ανθρώπους, σε αντίθεση με τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, όπως είναι Snapchat, Instagram, Pinterest, και YouTube.

Snapchat: Το Snapchat είναι μια εφαρμογή για iPhones, iPads και συσκευές Android, η οποία επιτρέπει στους χρήστες της να στείλουν σε άλλους χρήστες φωτογραφίες που λήγουν μέσα σε ένα έως δέκα δευτερόλεπτα. Εκτιμάται πως έχει 100 εκατομμύρια ενεργούς χρήστες κάθε μέρα, και περίπου το 70% είναι γυναίκες (Smith, 2015, σ.1)

Pinterest: Το Pinterest αποτελεί μια εξατομικευμένη πλατφόρμα όπου οι εγγεγραμμένοι χρήστες μπορούν να καρφίτσώσουν «pin» και να οργανώσουν περιεχόμενο σε συλλογές που λέγονται «pinboards».

Youtube: Το Youtube αποτελεί μια ιστοσελίδα για διαμοίραση βίντεο και ανήκει στην Google. Με εγγεγραμμένοι χρήστες μπορούν να δουν βίντεο και οι εγγεγραμμένοι χρήστες μπορούν να ανεβάζουν βίντεο (Knight MacCord et al., 2016).

Η έρευνα του Pew Research Center για τη χρήση των Κοινωνικών Μέσων που έγινε τον Ιανουάριο του 2018, δείχνει πως το 88% των νέων ηλικίας 18-29 χρονών χρησιμοποιούν διάφορες μορφές των Κοινωνικών Μέσων. Το 80% των νέων 18-24 χρονών χρησιμοποιεί το

Facebook, 78% το Snapchat και 71% το Instagram. Το Facebook, με εξαίρεση τα άτομα ηλικίας 65 χρονών και άνω, χρησιμοποιείται από την πλειονότητα των Αμερικανών σε ευρύ πεδίο δημογραφικών ομάδων. Επιπλέον, η έρευνα δείχνει ότι το Pinterest χρησιμοποιείται περισσότερο από τις γυναίκες (41%) ενώ οι άντρες το χρησιμοποιούν λιγότερο (16%), το LinkedIn παραμένει δημοφιλές στους απόφοιτους των Πανεπιστημίων και σε αυτούς με υψηλό εισόδημα και το WhatsApp (υπηρεσία μηνυμάτων), που είναι δημοφιλές στην λατινική Αμερική, φαίνεται να προτιμάται και από τους Λατίνους στις ΗΠΑ (49%). Επίσης, η πλειονότητα των χρηστών του Facebook (74%) δήλωσε πως το χρησιμοποιεί σε καθημερινή βάση αρκετές φορές την ημέρα (Pew Research Center, 2018).

2.4 Facebook - Ιστοσελίδα Κοινωνικής Δικτύωσης

Η ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης, η οποία συγκεντρώνει αρκετά μεγάλο ποσοστό επισκεπτών/τριών που ανήκουν στο φοιτητικό πληθυσμό, είναι το Facebook. Το Facebook δημιουργήθηκε το 2004 από ένα φοιτητή Ψυχολογίας του Πανεπιστημίου του Harvard, τον Mark Zuckerberg (Murnan, 2006) σε συνεργασία με τους Dustin Moskovitz, Chris Hughes και Eduardo Saverin. Το Facebook, αντίθετα με τις προηγούμενες ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης σχεδιάστηκε μόνο για την υποστήριξη ορισμένων πανεπιστημιακών δικτύων.

Συγκεκριμένα, στις αρχές του 2004, λειτούργησε ως ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης του Πανεπιστημίου του Harvard και υπήρχε η προϋπόθεση, οι χρήστες του να έχουν διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του Πανεπιστημίου Harvard (Cassidy, 2006) και αργότερα επεκτάθηκε για την Ivy League (χαρακτηρισμός μιας ομάδας οκτώ ελίτ πανεπιστημίων των ΗΠΑ). Το όνομα της ιστοσελίδας στην αρχή ήταν thefacebook.com από τα έγγραφα παρουσίασης των μελών πανεπιστημιακών κοινοτήτων, ορισμένων Αμερικάνικων κολεγίων,

τα οποία τα χρησιμοποιούσαν οι νεοεισερχόμενοι φοιτητές για να γνωριστούν μεταξύ τους. Από το 2005, το Facebook άρχισε να επεκτείνεται εκτός πανεπιστημιακής κοινότητας και τελικά, από το Σεπτέμβριο του 2006, το Facebook επέτρεψε την συμμετοχή χρηστών που δεν ανήκαν σε πανεπιστημιακή κοινότητα και δεν ίσχυε πλέον η προϋπόθεση της διεύθυνσης ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (Joinson, 2008).

Το 2005 δίνεται δικαίωμα πρόσβασης σε μαθητές συγκεκριμένων λυκείων και μέλη ορισμένων μαθητικών κοινοτήτων, ενώ το 2006 το Facebook έγινε προσβάσιμο σε κάθε άνθρωπο του πλανήτη που η ηλικία του ξεπερνούσε τα 13 χρόνια. Οι χρήστες του Facebook το 2015 ξεπέρασαν σε αριθμό τον πληθυσμό της Κίνας και οδήγησε στην δήλωση πως «αν το Facebook ήταν μια χώρα θα ήταν η μεγαλύτερη χώρα σε πληθυσμό». Το 2007 οι συνδρομητές του Facebook, ανέρχονταν σε δεκαοχτώ εκατομμύρια και από αυτούς το 80% έως 90% αντιστοιχούσε στο φοιτητικό πληθυσμό (Strater & Richter, 2007). Τη μεγάλη συμμετοχή των φοιτητών/τριών την επιβεβαιώνουν και τα αποτελέσματα μιας έρευνας, τα οποία δείχνουν ότι το 94% των φοιτητών/τριών ήταν μέλη του Facebook (Ellison et al., 2007). Η Hargittai (2007), στην έρευνα της για τις διαφορές μεταξύ των χρηστών των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης, βρήκε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των φοιτητών/τριών (78,8%) χρησιμοποιούσαν αρκετά συχνά το Facebook και λιγότερο συχνά το MySpace σε ποσοστό 54,6%. Σχεδόν 10 χρόνια αργότερα, το 2018, το ποσοστό που κάνει τη μεγαλύτερη χρήση του Facebook συνεχίζει να βρίσκεται ηλικιακά ανάμεσα στο 18^ο και 24^ο έτος (Pew Research Center, 2018). Οι λόγοι, που καθιστούν το Facebook ένα ιδιαίτερα δημοφιλές εργαλείο για την δικτύωση του Πανεπιστημίου, έχουν σχέση με τις δυνατότητες που προσφέρει για μεγάλο εύρος ανταλλάξιμων πληροφοριών, για ορατά κοινωνικά δίκτυα, για ενημέρωση σχετική με τα μαθήματα, για αποστολή μηνυμάτων προς όλους τους χρήστες, για άμεση επικοινωνία με τη χρήση της υπηρεσίας άμεσης ανταλλαγής μηνυμάτων, η οποία προσφέρεται από το Facebook (Agraz, 2004).

Όσον αφορά τον τρόπο επικοινωνίας ανάμεσα στους χρήστες, το Facebook προσφέρει ένα μεγάλο εύρος επικοινωνιακών δυνατοτήτων, όπως (α) επικοινωνία ιδιωτική ανάλογη με το e-mail, (β) επικοινωνία δημόσια ανάμεσα στους «φίλους» (friends) στον τοίχο (wall), ο οποίος αποτελεί ένα προσωπικό πίνακα ανακοινώσεων, (γ) επικοινωνία ανάμεσα σε ομάδες (groups), στις οποίες τα μέλη του Facebook συμμετέχουν ή και δημιουργούν (Pemprek, Yevdokiya, Yermolayeva, & Calvert, 2009).

Η ένταξη του χρήστη στο Facebook ξεκινά με τη δημιουργία του προσωπικού του λογαριασμού με τη συμπλήρωση της διεύθυνσης του ηλεκτρονικού του ταχυδρομείου. Στην αρχή συμπληρώνει μια λίστα με τα προσωπικά του στοιχεία -ορισμένα από τα οποία είναι προαιρετικά-όπως είναι το όνομα του χρήστη, η διεύθυνση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, η ημερομηνία γέννησης, το θρήσκευμα, η εθνικότητα, τα προσωπικά του ενδιαφέροντα και η εργασία του. Ο κάθε χρήστης μπορεί να αποστείλει αίτημα φιλίας (add friend) σε άλλους χρήστες και οι αποδέκτες μπορούν να αποδεχτούν ή να απορρίψουν το αίτημα. Με τον τρόπο αυτό δημιουργούν μια λίστα φίλων όπου έχουν τη δυνατότητα πρόσβασης στο προφίλ τους και οι χρήστες μπορούν να ανταλλάσσουν μηνύματα στον «τοίχο» (wall) τα οποία γίνονται ορατά στο δημόσιο προφίλ τους. Επιπλέον, εκτός από τη σύνδεση με μεμονωμένα άτομα, μπορούν οι χρήστες να συνδεθούν με ομάδες, ή να «ακολουθούν» διάφορες σελίδες διασημοτήτων, οργανισμών, πανεπιστημίων, ενημέρωσης κ.α. Υπάρχει και η δυνατότητα για προσωπική επικοινωνία (chat) μη ανακοινώσιμη στους υπόλοιπους «φίλους» κάνοντας χρήση του εργαλείου messenger (υπάρχει και σαν εφαρμογή για κινητά τηλέφωνα). Ακόμη οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα να κοινοποιούν τις δραστηριότητές τους, ενώ υπάρχει η δυνατότητα ανάρτησης φωτογραφιών και βίντεο τα οποία ο χρήστης μπορεί να κατηγοριοποιήσει με τη δημιουργία άλμπουμ. Οι χρήστες έχουν

τη δυνατότητα να επισημάνουν (tag) ή να καταργήσουν την επισήμανση (untag) των φωτογραφιών. Για παράδειγμα αν βρίσκονται σε κάποια φωτογραφία που ανεβάζει κάποιος άλλος φίλος τους μπορούν να αφαιρέσουν την επισήμανση αυτή (Amante, 2016). Οι «φίλοι» τους στο Facebook μπορούν να σχολιάσουν τις αναρτήσεις (με λέξεις, βίντεο, φωτογραφία, gif, με αυτοκόλλητο), να επιλέξουν μια αντίδραση (με emoticon) ή ακόμη να κοινοποιήσουν και αυτοί την ανάρτηση (αν επιτρέπεται). Επίσης, μπορούν να δημιουργήσουν εκδηλώσεις (events) και να προσκαλέσουν τους «φίλους» τους, να βρουν προσεχείς εκδηλώσεις, εκδηλώσεις που μπορεί να τους αρέσουν, εκδηλώσεις που θα συμμετάσχουν οι «φίλοι» τους κ.α. Μπορούν με τη δυνατότητα που δίνει το Facebook, το «ημερολόγιο», να δουν τις προσεχείς εκδηλώσεις και τα γενέθλια των «φίλων» τους. Επίσης, μπορούν να δημιουργήσουν «έρανο» για προσωπικούς λόγους ή για φιλανθρωπικούς και λίστες με τους «φίλους» τους ώστε να τους κοινοποιούν εύκολα και να βλέπουν τις ενημερώσεις τους συγκεντρωμένες στο ίδιο σημείο. Επιπλέον, μπορούν να ενημερωθούν για συμβάντα σε ολόκληρο τον κόσμο μέσα από τη δυνατότητα «Αντιμετώπιση κρίσεων», να «ανακαλύψουν» άτομα, να παίζουν παιχνίδια, να δουν θέσεις εργασίας, αγοραπωλησίες, τον καιρό κ.α.

Σύμφωνα με την τυπολογία του Brandtzaeg (2010) υπάρχουν διάφορες κατηγορίες χρηστών ανάλογα με το επίπεδο χρήσης του μέσου. Αναφέρει στην πρώτη κατηγορία ότι ανήκουν τα άτομα που κάνουν σποραδική χρήση, η οποία δεν χαρακτηρίζεται από μία χρονική κανονικότητα και ονομάζονται «σποραδικοί» (sporadic). Στη δεύτερη κατηγορία ανήκουν «ενεδρεύοντες» (lurkers), οι οποίοι είναι τακτικοί χρήστες και χρησιμοποιούν σε τακτική βάση τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης αλλά δεν επιθυμούν την αλληλεπίδραση με τους άλλους και δεν αναρτούν περιεχόμενο, απλά παρακολουθούν τη συμπεριφορά και τη δραστηριότητα των άλλων, χωρίς οι ίδιοι να συμμετέχουν. Στο τρίτο επίπεδο χρήσης βρίσκονται οι «κοινωνικοί» (socializers), οι οποίοι χρησιμοποιούν το μέσο για κοινωνική

επαφή με τους φίλους και την οικογένεια τους, ενώ στην τέταρτη οι «συζητητές» (debaters), οι οποίοι το χρησιμοποιούν για να σχολιάσουν την επικαιρότητα και να διεξάγουν συζητήσεις με τους άλλους χρήστες. Στην τελευταία κατηγορία ανήκουν οι «προχωρημένοι» (advanced) οι οποίοι κάνουν χρήση όλων των παραπάνω δυνατοτήτων του Facebook.

Καθώς το Facebook είναι διαθέσιμο ως εφαρμογή για πολλές φορητές επιτρέπει στους χρήστες να βρίσκονται συνεχώς σε επικοινωνία με φίλους, συγγενείς και άλλους γνωστούς σε οποιοδήποτε μέρος του πλανήτη και αν βρίσκονται, αρκεί να έχουν πρόσβαση στο Διαδίκτυο. Έχει επίσης τη δυνατότητα να ενώσει ανθρώπους με κοινά ενδιαφέροντα και/ή απόψεις μέσω ομάδων και άλλων σελίδων, κι έχει συμβεί να ενώσει μέλη οικογενειών και φίλους που είχαν χαθεί χάρη στην ευρέως διαδεδομένη χρήση του ιστότοπου.

2.4.1 Οι Παράγοντες της Επιτυχίας του Facebook στις Πανεπιστημιακές

Κοινότητες

Το Facebook είναι ιδιαίτερα δημοφιλές στους φοιτητές/τριες και η επιτυχία του βασίζεται σε τρεις κύριους παράγοντες: (1) στην αρθρωτή οργάνωση δικτύου που βασίζεται σε προϋπάρχουσες κοινότητες, (2) στη συνοπτική και σταθερή αλλά εύπλαστη και αποτελεσματική διασύνδεση και (3) στη μόνιμη δομή Beta (Ginger, 2007).

Το Facebook είναι δομημένο σε ξεχωριστά αλλά παρόλα αυτά δίκτυα ικανά για περιορισμένη αλληλεπίδραση μεταξύ τους. Η αρχική θεμελίωση του ιστότοπου υποστηρίχθηκε από δίκτυα Πανεπιστημίων- κατά τη διάρκεια του δημιουργίας του Facebook μόνο άτομα με έγκυρες διευθύνσεις ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στο πανεπιστήμιο μπορούσαν να αποκτήσουν λογαριασμό. Αυτό δημιούργησε την αντίληψη ενός

ασφαλέστερου περιβάλλοντος, που κυριαρχείται από προπτυχιακούς φοιτητές και με λίγους άγνωστους ξένους. Στα πρώτα χρόνια εμφάνισής του, ο Stutzman το περιγράφει ως την τέλεια κοινότητα, έναν ψηφιακό τόπο που ένιωσαν τόσο άνετα που η ιδιωτικότητα του δεν μπήκε στην εξίσωση. *«Θα ήταν τόσο περίεργο να χρησιμοποιείται η ιδιωτικότητα στο Facebook το 2005, όπως θα ήταν αν θα περπατούσες με μια τσάντα πάνω από το κεφάλι σου στην πανεπιστημιούπολη σήμερα»* (Stutzman, 2008, σ.23). Η κοινότητα για τις online συνδέσεις βασιζόταν στις εκτός δικτύου (offline) συνδέσεις. Σε συνδυασμό με την επακόλουθη εμπιστοσύνη και, συνεπώς, το υψηλό επίπεδο έκθεσης στις πληροφορίες, το Facebook πέτυχε μάλλον μοναδική θέση στο φοιτητικό πληθυσμό, καθώς οι φοιτητές/τριες διατηρούσαν το κοινωνικό τους δίκτυο και online και μπορούσαν να το επεκτείνουν με «φίλους» των «φίλων» τους (Stutzman, 2006, σ. 1).

Αργότερα, προστέθηκαν δίκτυα γυμνασίου, καθώς οι μαθητές έμαθαν για το Facebook από τα μεγαλύτερα αδέρφια τους και επιθυμούσαν να συμμετάσχουν - πράγματι, πολλοί μαθητές συναντιούνται τώρα πριν έρθουν στο κολέγιο εισάγοντας στο δίκτυο του Facebook τους την ιστοσελίδα του Πανεπιστημίου, μόλις λαμβάνουν το νέο τους email. Καθώς οι πρώτες γενιές του Facebook προχώρησαν στην αποφοίτηση, η ομάδα εισήγαγε γεωγραφικά και εργασιακά δίκτυα (που έγιναν πραγματικά παγκοσμίως), έτσι ώστε οι άνθρωποι να μπορούν να διατηρούν επαφή στη ζωή τους μετά το κολέγιο και οι άνθρωποι σε όλο τον κόσμο θα μπορούσαν να αρχίσουν να «υφαίνουν» τους ιστοτόπους τους στο Facebook. Σχεδόν όλα αυτά τα κοινωνικά δίκτυα του πραγματικού κόσμου ήταν ήδη σε ισχύ. Η δύναμη του Facebook και η πλήρης εμπιστοσύνη στο Facebook, καθώς και η βιωσιμότητά του, έχει τις ρίζες της στα όρια του πραγματικού κόσμου (Πανεπιστήμια, Σχολεία Δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, θέσεις εργασίας) και προσφέρει δυνατότητες να συναντήσει κάποιος φίλους των φίλων του. Ο μέσος χρήστης του Facebook έχει ένα κοινωνικό δίκτυο ισχυρών, μέτριων,

και αδύναμων δεσμών με πάνω από εκατό άτομα. Ο καθένας είναι συνδεδεμένος-στο Facebook και ο ένας με τον άλλο. Το κλειστό σύστημα δικτύου (άτομο από το δίκτυο A δεν μπορεί να δει περισσότερα από μια μικρογραφία και το όνομα του ατόμου από το δίκτυο B) καθιστά ένα αισθητά ασφαλές περιβάλλον. Σχεδιασμένο για να ταιριάζει με προϋπάρχοντα δίκτυα κοινότητας από τον φυσικό κόσμο σε αυτό το δίκτυο, η οργάνωση ήταν κρίσιμη για την εξασφάλιση της επιτυχίας του Facebook. Το Facebook προστίθενται συνεχώς νέες λειτουργίες (σχεδόν κάθε λίγους μήνες) για να διατηρεί το ενδιαφέρον των χρηστών αμείωτο και δίνει τη δυνατότητα φιλοξενίας σε διάφορες εφαρμογές (Ginger, 2007).

Ο τρίτος παράγοντας αφορά στην επιτυχία του Facebook είναι ότι ο σχεδιασμός του, που βασίζεται σε μια μορφή Permanently Beta. Ο όρος αυτός αποδίδεται στους Gina Neff και David Stark (2002) και αναφέρεται σε δυναμικά συστήματα με κίνητρα ανοιχτής ανάδρασης, όπου ο παραγωγός και καταναλωτής ενός συστήματος ή λογισμικού γίνονται ένα. Αυτό σημαίνει ότι όχι μόνο το σύστημα αλλάζει, θα αλλάζει πάντα, και αυτή η αέναη κατάσταση μετασχηματισμού αφήνει το σύστημα να επιτυγχάνει, και να ρέει καλύτερα. Τα προφίλ χρηστών, οι εφαρμογές, τα δίκτυα και οι συνδέσεις μεταξύ τους βρίσκονται σε συνεχή ροή και σε αυτό το πλαίσιο δημιουργεί μια υπηρεσία που δεν είναι μόνο φυσική στους χρήστες της, αλλά και επιθυμητή. Το τεχνολογικό περιβάλλον βρίσκεται σε πλήρη αντίθεση και παλιές ηγεμονικές μορφές παλαιών μέσων (Ginger, 2007).

2.5 Instagram - Ιστοσελίδα Κοινωνικής Δικτύωσης

Το Instagram είναι μια δωρεάν εφαρμογή κοινωνικής δικτύωσης που δίνει την δυνατότητα επεξεργασίας και κοινοποίησης φωτογραφιών και βίντεο στο διαδίκτυο.

Μοιάζει με μια απλοποιημένη έκδοση του Facebook που δίνει έμφαση στη χρήση μέσω εφαρμογής στο κινητό τηλέφωνο και στο διαμοιρασμό φωτογραφιών και βίντεο.

Οι χρήστες μπορούν να μοιράζονται φωτογραφίες και βίντεο με τους ακολούθους τους (followers) με άτομα που ακολουθούν (following) ή με επιλεγμένη ομάδα φίλων, να σχολιάζουν και να δηλώνουν ότι μια δημοσίευση τους αρέσει, να στέλνουν προσωπικά μηνύματα, να σχολιάζουν, να δηλώνουν αν τους αρέσει μια ανάρτηση, να βάζουν επισημάνσεις (tag) στις αναρτήσεις τους ή ακόμη και να αποθηκεύουν μια φωτογραφία που τους αρέσει. Εάν το προφίλ του χρήστη είναι ιδιωτικό χρειάζεται έγκριση από τη χρήστη για να μπορεί κάποιος να τον «ακολουθεί».

Η δημοφιλής εφαρμογή δημιουργήθηκε από δύο απόφοιτους του Πανεπιστημίου του Stanford, τους Kevin Systrom και Mike Krieger και ξεκίνησε τον Οκτώβριο του 2010. Μόλις δύο μήνες αργότερα, τον Δεκέμβριο του 2010, ο αριθμός των εγγεγραμμένων χρηστών έφτασε το 1.000.000. Σήμερα, το 2018, η εφαρμογή μετράει 20 δισεκατομμύρια φωτογραφίες από όλο τον κόσμο και 800 εκατομμύρια ενεργούς χρήστες μηνιαίως (instagram-press.com) Το όνομα της εφαρμογής προέρχεται από τον συνδυασμό της λέξης **Instant** (στιγμιαίο) και **telegram** (τηλεγράφημα). Το 2012 η εφαρμογή αγοράστηκε από το Facebook, προς ένα 1 δισεκατομμύριο δολάρια Η.Π.Α.

Ο χρήστης μπορεί να τραβήξει μια φωτογραφία μέσω της εφαρμογής ή να χρησιμοποιήσει κάποια που έχει ήδη αποθηκευμένη στο τηλέφωνό του. Πριν την κοινοποιήσει μπορεί να εφαρμόσει εφέ και φίλτρα, να «επισημάνει» (tag) άλλους χρήστες στις δημοσιεύσεις του, να προσθέσει περιγραφή και τοποθεσία και να την κοινοποιήσει κατευθείαν στο Facebook, στο Twitter, στο Flickr, στο Tumblr και στο Foursquare.

Οι χρήστες μπορούν να επεξεργαστούν φωτογραφίες και να διαμορφώσουν το τελικό αποτέλεσμα μέσω ειδικά σχεδιασμένων φίλτρων και ειδικών εργαλείων επεξεργασίας. Η

δυνατότητα εγγραφής και ο διαμοιρασμού βίντεο ενσωματώθηκε στο Instagram τον Ιούνιο του 2013. Η εγγραφή βίντεο υποστηρίζεται προς το παρόν μόνο στις εφαρμογές iPhone και Android. Η μέγιστη διάρκεια του βίντεο είναι το ένα λεπτό με ελάχιστο χρόνο τα τρία δευτερόλεπτα. Τελευταία, το Instagram εισήγαγε ένα νέο στοιχείο το Instagram TV που επιτρέπει στους χρήστες να ανεβάσουν βίντεο με μεγαλύτερη διάρκεια από το ένα λεπτό (instagram.com).

Για να χρησιμοποιήσει κάποιος το Instagram πρέπει να κατεβάσει και να εγκαταστήσει πρώτα την εφαρμογή στο κινητό του τηλέφωνο, να δημιουργήσει ένα λογαριασμό με όνομα χρήστη και κωδικό πρόσβασης καθώς και να συμπληρώσει στοιχεία στο προφίλ του. Η εφαρμογή διατίθεται για συσκευές Apple iOS, Android και Windows Phone. Για σύνδεση στο λογαριασμό από πρόγραμμα περιήγησης ιστού (web browser), πηγαίνει κανείς στη διεύθυνση <http://instagram.com/> και συνδέεται με το όνομα χρήστη και τον κωδικό του για το Instagram.

3. Θεωρητικά Μοντέλα για τη χρήση της Επικοινωνίας Μέσω Υπολογιστή

3.1 Θεωρητικό Μοντέλο της Κοινωνικής Παρουσίας

Το πρώτο θεωρητικό μοντέλο που χρησιμοποιήθηκε για τη μελέτη της επικοινωνίας μέσω υπολογιστή και την ανάπτυξη των διαπροσωπικών σχέσεων ήταν ουσιαστικά το μοντέλο της *κοινωνικής παρουσίας* (social presence) και ο στόχος των δημιουργών του συγκεκριμένου μοντέλου (Short, Williams & Christie, 1976) ήταν η σύγκριση διάφορων μέσων επικοινωνίας και η αξιολόγησή τους σε σχέση με την ικανότητά τους να μεταδίδουν μια αίσθηση φυσικής παρουσίας των επικοινωνούντων. Οι δημιουργοί του μοντέλου υποστηρίζουν ότι τα μέσα διαφέρουν ως προς τα κανάλια επικοινωνίας που διαθέτουν (εικόνα, ήχος, γραφή κ.λπ.) και ότι όσο λιγότερα κανάλια επικοινωνίας διαθέτει ένα μέσο, τόσο πιο περιορισμένη είναι η αίσθηση *κοινωνικής παρουσίας* που δημιουργεί. Συνεπώς, στα μέσα με χαμηλή *κοινωνική παρουσία*, όπως είναι οι διάφορες εφαρμογές επικοινωνίας μέσω υπολογιστή, οι δυνατότητες ανάπτυξης διαπροσωπικών σχέσεων εμφανίζονται πολύ περιορισμένες σε σύγκριση με την πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνία. Η χαμηλή *κοινωνική παρουσία* (social presence) που χαρακτηρίζει την επικοινωνία μέσω υπολογιστή οδήγησε ορισμένους ερευνητές στην θεώρηση ότι η επικοινωνία θα αποπροσωποιηθεί, θα γίνει λιγότερο συναισθηματική ή προσωπική και θα μοιάζει περισσότερο με επαγγελματική επικοινωνία (Gackenbach, 1998; Walther & Burgoon, 1992).

3.2 Το θεωρητικό Μοντέλο του Πλούτου του Μέσου

Ανάλογο είναι το μοντέλο του *πλούτου του μέσου* (Media Richness Model) το οποίο όμως δεν εστιάζεται στα κανάλια που διαθέτουν τα μέσα, αλλά στην δυνατότητά τους να παρέχουν ανατροφοδότηση (Daft & Lengel, 1984). Σύμφωνα με τη θεωρία αυτή τα μέσα, ανάλογα με τους *δείκτες* (cues) που μπορούν να μεταδώσουν και τις αισθήσεις τις οποίες εμπλέκουν στην επικοινωνία, διαφέρουν μεταξύ τους ως προς την ικανότητά τους να μειώνουν την ασάφεια και την αμφισημία. Σύμφωνα με το μοντέλο του *πλούτου του μέσου*, η αποτελεσματική επικοινωνία συσχετίζεται με την κατάλληλη επιλογή του μέσου: Τα *φτωχά* (lean) μέσα, όπως θεωρούνται οι διάφορες εφαρμογές της επικοινωνίας μέσω υπολογιστή, είναι καλύτερα για μηνύματα που έχουν σχέση με εργασία, ενώ η *πρόσωπο με πρόσωπο* επικοινωνία είναι πιο αποτελεσματική για επικοινωνία που είναι κοινωνικά ευαίσθητη και περίπλοκη. Η βασική αρχή και των δύο θεωρητικών μοντέλων είναι ότι η επιλογή του μέσου βασίζεται στα χαρακτηριστικά του μέσου και κάθε μέσο επικοινωνίας είναι μοναδικό όσον αφορά την δυνατότητα του να μεταφέρει ορισμένα περιεχόμενα πληροφοριών.

3.3 Το Θεωρητικό Μοντέλο των Περιορισμένων Δεικτών

Οι Culnan και Marcus (1987) εισήγαγαν το μοντέλο των *περιορισμένων δεικτών* (reduced cues approach), το οποίο υποστηρίζει ότι ο υπολογιστής παρουσιάζει *χαμηλή κοινωνική παρουσία* (low social presence), καθώς δεν εμπεριέχει σημαντικές πλευρές της επικοινωνίας (τόνος φωνής, ένταση, ρυθμός), τις οποίες τις αντιλαμβάνονται μόνο οι συμμετέχοντες στην *πρόσωπο με πρόσωπο* επικοινωνία. Το πιο πλούσιο μέσο επικοινωνίας θεωρείται η *πρόσωπο με πρόσωπο* επικοινωνία καθώς προσφέρει περισσότερα κανάλια επικοινωνίας.

3.4 Το Θεωρητικό Μοντέλο Κοινωνικής Επιρροής

Το θεωρητικό μοντέλο της *Κοινωνικής Επιρροής* στη χρήση τεχνολογίας (Social Influence model of technology use) υποστηρίζει ότι ο τρόπος αντίληψης των μέσων είναι αποτέλεσμα κοινωνικής κατασκευής και διαφέρει σημαντικά από άτομο σε άτομο (Fulk, Schmitz & Steinfield, 1990; Fulk, Schmitz & Ryu, 1995). Τα αποτελέσματα των ερευνών έδειξαν ότι η χρήση των μέσων εξαρτάται από τον τρόπο με τον οποίο οι χρήστες αντιλαμβάνονται όχι τόσο τον πλούτο του μέσου, όσο την χρησιμότητά του (Fulk et al., 1995).

Η επικοινωνία μέσω υπολογιστή έχει καταστεί ένα πολύτιμο εργαλείο για τους ανθρώπους για την διατήρηση, δημιουργία και την εξέλιξη των σχέσεων (Parks & Floyd, 1996; Walther, 1992; Walther, 1996). Σύμφωνα με την *θεωρία των κοινωνικών δικτύων*, η επικοινωνία μέσω υπολογιστή συμπληρώνει και προεκτείνει τις παραδοσιακές συμπεριφορές, χωρίς απαραίτητα να τις μειώνει ή να τις αυξάνει (Wellman, Quan-Haase, Wille, & Hampton, 2001). Οι Spears και Lea (1994) τονίζουν ότι παρόλο που τα διαπροσωπικά στοιχεία απουσιάζουν από την βασισμένη σε κείμενο επικοινωνία, τα στοιχεία που παραμένουν μπορούν να είναι ιδιαίτερα σημαντικά. Ορισμένοι ερευνητές υποστηρίζουν ότι το κοινωνικο-συναισθηματικό περιεχόμενο στην επικοινωνία μέσω υπολογιστή είναι υψηλό ακόμη και σε οργανωτικά και εργασιακά περιβάλλοντα (McCormick & McCormick, 1992; Rice & Love, 1987; Haythornthwaite, Wellman, & Mantei, 1994).

3.5 Το Υπερπροσωπικό Μοντέλο της Επικοινωνίας Μέσω Υπολογιστή

Σύμφωνα με το *υπερπροσωπικό μοντέλο* επικοινωνίας μέσω υπολογιστή (Hyperpersonal Model of Computer Mediated Communication) του Walther (1996) η επικοινωνία μέσω

υπολογιστή γίνεται ενίοτε πιο φιλική και κοινωνική από την πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνία, καθώς οι χρήστες μπορούν να παρουσιαστούν όπως το επιθυμούν, εκμεταλλευόμενοι την δυνατότητα του διαθέσιμου χρόνου για τη δημιουργία μιας θετικής τους εικόνας προς τον άλλο. Οι περισσότερες έρευνες επιβεβαιώνουν ότι το διαδίκτυο είναι ένα μέσο που διευκολύνει τη δημιουργία και την ανάπτυξη διαπροσωπικών σχέσεων, καθώς η κοινωνική διάδραση με τους άλλους αποτελεί την πιο δημοφιλή χρήση του διαδικτύου (Rainie et al., 2000; UCLA Center for Communication Policy, 2000).

Οι διάφορες μορφές επικοινωνίας μέσω υπολογιστή- αν και θεωρούνται *φτωχά* μέσα επικοινωνίας σε σχέση με την επικοινωνία πρόσωπο με πρόσωπο, η οποία θεωρείται *πλούσια* μέσο επικοινωνίας- διαφέρουν μεταξύ τους σε σχέση με την *κοινωνική παρουσία* και τον *πλούτο του μέσου* που προσφέρουν. Η πρόσωπο με πρόσωπο επαφή παραμένει ο πιο αποτελεσματικός τρόπος για την δημιουργία και διατήρηση των σχέσεων, παρόλα αυτά όμως οι πρόσφατες έρευνες δείχνουν πως και η επικοινωνία μέσω υπολογιστή είναι χρήσιμη για τους ίδιους σκοπούς (Amichai-Hamburger, Wainapel, & Fox, 2002; Donn & Sherman, 2002; McKenna, Green, & Gleason, 2002). Τα διαφορετικά μέσα επικοινωνίας προσφέρουν διαφορετικά επίπεδα *κοινωνικής παρουσίας*. Η επιλογή του μέσου βασίζεται στην ανάγκη *κοινωνικής παρουσίας* κατά τη διάρκεια μιας επικοινωνιακής δραστηριότητας (Zack & McKenney, 1995). Σύμφωνα με αυτή την υπόθεση ένα άτομο μπορεί να επιλέξει το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο σαν μέσο επικοινωνίας, εάν δεν υπάρχει ανάγκη φυσικής παρουσία κατά την επιτέλεση μιας επικοινωνιακής δραστηριότητας. Αυτό διαφοροποιεί τον τρόπο επιλογής των διάφορων εφαρμογών για την επιτέλεση ορισμένων επικοινωνιακών δραστηριοτήτων. Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο προτιμάται περισσότερο για την διευθέτηση εργασιών, ενώ η άμεση ανταλλαγή μηνυμάτων, η οποία θεωρείται πιο πλούσια σε «δείκτες»

εφαρμογή από το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, προτιμάται περισσότερο για κοινωνική επικοινωνία (Lancaster, Yen, Huang, & Hung, 2007).

Από την ανασκόπηση των θεωρητικών μοντέλων προκύπτει το συμπέρασμα, ότι οι προσεγγίσεις που εστιάζουν στους παράγοντες που έχουν σχέση με τον άνθρωπο είναι πιο κατάλληλες, για την κατανόηση του τρόπου επιλογής των διαφόρων μορφών επικοινωνίας, από τις προσεγγίσεις που εστιάζουν μόνο στα ειδικά χαρακτηριστικά του μέσου, καθώς οι άνθρωποι επιλέγουν το κατάλληλο μέσο επικοινωνίας για την κάλυψη των διαφόρων επικοινωνιακών αναγκών τους. Η θεωρητική προσέγγιση των χρήσεων και ικανοποιήσεων θεωρείται από ορισμένους ερευνητές κατάλληλη προσέγγιση για την ερμηνεία του τρόπου που τα άτομα επιλέγουν τις διάφορες εφαρμογές επικοινωνίας (Newhagen & Rafaeli, 1996; Morris & Ogan, 1996; December, 1996).

3.6 Επικοινωνία Μέσω Υπολογιστή και η Θεωρητική προσέγγιση των Χρήσεων και Ικανοποιήσεων (Uses and Gratifications)

Ορισμένα θεωρητικά μοντέλα προσεγγίζουν την περιγραφή και εξήγηση των παραγόντων που επηρεάζουν την επιλογή και χρήση των διαφόρων μορφών επικοινωνίας εστιάζοντας στα άτομα και όχι στα μέσα επικοινωνίας. Μια σημαντική θεωρητική προσέγγιση, η οποία θεωρείται η πλέον κατάλληλη για την ερμηνεία του τρόπου που επιλέγουν οι άνθρωποι τα διάφορα μέσα επικοινωνίας, είναι η θεωρητική προσέγγιση των *χρήσεων και ικανοποιήσεων* (Newhagen & Rafaeli, 1996; Morris & Ogan 1996; December, 1996). Η θεωρητική προσέγγιση των *χρήσεων και ικανοποιήσεων* εξηγεί την επιλογή του μέσου επικοινωνίας σε σχέση με την ικανοποίηση ορισμένων αναγκών. Η θεωρητική αυτή προσέγγιση υποστηρίζει ότι οι άνθρωποι διαφέρουν στις κοινωνικές και ψυχολογικές τους συνθήκες, οι οποίες

επηρεάζουν τον τρόπο και τους λόγους που χρησιμοποιούν τα μέσα για την ικανοποίηση των αναγκών τους (Katz et al., 1974).

Η θεωρία των *χρήσεων και ικανοποιήσεων* επεκτείνει την έρευνα που άρχισε η Herta Herzog το 1944 που έδειχνε τη μετατροπή του κοινού από παθητικό σε ενεργό και την αιτιότητα πίσω από την αλληλεπίδραση και χρήση των μέσων (Ruggiero, 2000). Η προσέγγιση αυτή δίνει τη δυνατότητα στους ερευνητές να διερευνήσουν, τόσο τη χρήση, όσο και τα κίνητρα που οδηγούν στη χρήση των εφαρμογών της επικοινωνίας μέσω υπολογιστή.

Η θεωρητική προσέγγιση των *χρήσεων και ικανοποιήσεων* ξεκίνησε τη δεκαετία του 1940, όταν οι ερευνητές εκδήλωσαν ενδιαφέρον για τη συμπεριφορά των ανθρώπων σε σχέση με τα διάφορα μέσα επικοινωνίας (Baran & Davis, 1995). Από το τέλος της δεκαετίας του '50 και αρχές της δεκαετίας του '60 δόθηκε έμφαση στην αναγνώριση των διαφόρων κοινωνικών και ψυχολογικών μεταβλητών, οι οποίες θεωρήθηκαν ότι επηρεάζουν την ικανοποίηση που λαμβάνουν τα άτομα από την χρήση των μέσων και εκφράζουν μία αλλαγή από το παραδοσιακό μοντέλο των μαζικών μέσων σε μια πιο λειτουργική προοπτική (Wimmer & Dominick, 1997).

Η συλλογιστική αυτή των χρήσεων και ικανοποιήσεων αναφέρεται στο ότι ασχολούνται με τις κοινωνικές και ψυχολογικές καταβολές των αναγκών, που δημιουργούν προσδοκίες από τα ΜΜΕ και άλλες πηγές, οι οποίες οδηγούν σε διαφορετικά σχήματα στην έκθεση των μέσων (ή εμπλοκή σε άλλες δραστηριότητες) που έχουν ως αποτέλεσμα την ανάγκη ικανοποίησης και άλλες επιπτώσεις, οι περισσότερες από τις οποίες είναι ακούσιες (Katz et al., 1974, σ. 20).

Η θεωρητική αυτή προσέγγιση βασίζεται σε πέντε υποθέσεις (Katz et al., 1974)

(α) Το κοινό θεωρείται ενεργό (β) Η επιλογή για τη χρήση του συγκεκριμένου μέσου, το οποίο ικανοποιεί τον χρήστη, εναπόκειται στον χρήστη (γ) Το κοινό είναι ικανό να δώσει απαντήσεις (δ) Τα κριτικά σχόλια γίνονται με το τέλος της έρευνας.

Το μοντέλο εκλαμβάνει το κοινό ως ενεργό, ότι κάνει τις επιλογές του με γνώμονα τα κίνητρα που έχει, καθώς και ότι βασίζεται στην πρότερη εμπειρία του με τα μέσα. Μια ακόμη υπόθεση του μοντέλου είναι ότι η χρήση των μέσων είναι ένας τρόπος, μεταξύ άλλων, για την ικανοποίηση των αναγκών του ατόμου, οι οποίες βιώνονται μέσα στην καθημερινή ζωή (ΜακΚουέιλ & Βίνταλ, 2001). Η θεωρητική προσέγγιση των *χρήσεων και ικανοποιήσεων* θεωρείται κατάλληλη για τη μελέτη της επικοινωνίας μέσω υπολογιστή, καθώς α) το κοινό της επικοινωνίας μέσω υπολογιστή είναι ενεργό επιλέγοντας να χρησιμοποιήσει τις εφαρμογές της επικοινωνίας και η επιλογή της χρήσης εναπόκειται στο χρήστη β) η επικοινωνία μέσω υπολογιστή ανταγωνίζεται με άλλες μορφές διάδρασης (τηλέφωνο, πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνία) για να καλύψει προσωπικές και κοινωνικές ανάγκες .

Οι ερευνητές κατέληξαν πως η προσέγγιση των *χρήσεων και ικανοποιήσεων* συμπεριλαμβάνει τις ανάγκες του κοινού, οι οποίες δημιουργούν προσδοκίες από τα μαζικά μέσα και καταλήγουν σε ικανοποιήσεις (Salwen & Stacks, 1996). Τα κίνητρα είναι τα ίδια με τις ικανοποιήσεις που αναζητούνται ή αποκτώνται (sought or obtained) τις οποίες η έρευνα έχει προσπαθήσει να εντοπίσει και να εντάξει μέσα σε ένα πλαίσιο ή τυπολογία (ΜακΚουέιλ & Βίνταλ, 2001). Τα κίνητρα και οι ανάγκες δύσκολα μπορούν διαχωριστούν (Rubin, Perse, & Barbato, 1998). Εντοπίζοντας τις ανάγκες τις οποίες επιθυμούν να ικανοποιήσουν τα άτομα οι ερευνητές μπορούν να εντοπίσουν τα κίνητρα που οδηγούν τα άτομα στην χρήση των συγκεκριμένων μέσων επικοινωνίας (Stafford et al., 2004).

Η θεωρία των *χρήσεων και ικανοποιήσεων* έχει χρησιμοποιηθεί πολύ για την διερεύνηση της διαπροσωπικής επικοινωνίας μέσω διαδικτύου (Flaherty, Pearce, & Rubin, 1998; Paracharissi & Rubin, 2000). Το βασικότερο κίνητρο για την χρήση της επικοινωνίας μέσω υπολογιστή, παρόλο το μεγάλο εύρος λειτουργιών που προσφέρονται, παραμένει η χρήση της για διαπροσωπική επικοινωνία (University of California, 2003).

Οι άνθρωποι νιώθουν την ανάγκη να ανήκουν, να είναι μέρος μιας ομάδας, να έχουν σχέση με άλλους (Baumeister & Leary, 1995, Lavigne, Vallerand & Crevier-Braud, 2011). Επικοινωνούν για να ικανοποιήσουν τις προσωπικές τους ανάγκες, που αφορούν την αίσθηση του «ανήκειν», την ανάγκη για στοργή και για έλεγχο. Η αίσθηση του «ανήκειν» αναφέρεται στην ανάγκη να ανήκουμε κάπου, και στην ανάγκη αναγνώρισης από τους άλλους. Ο έλεγχος αναφέρεται στην ανάγκη για εξουσία, επιρροή στις ζωές των ανθρώπων και η στοργή στην ανάγκη να έχουμε στενές σχέσεις με κάποιον (Schutz, 1966).

Οι Katz, Gurevitch, και Haas (1973) προσέφεραν μια τυπολογία των αναγκών που επιθυμούν να ικανοποιήσουν τα μέσα:

- (α) Γνωστικές ανάγκες –για πληροφορία, γνώση και κατανόηση του περιβάλλοντος μας
- (β) Συναισθηματικές ανάγκες – για ευχάριστες συναισθηματικές εμπειρίες
- (γ) Προσωπικές ανάγκες ενσωμάτωσης- για αξιοπιστία, αυτοπεποίθηση, σταθερότητα και προσωπική κατάσταση.
- (δ) Κοινωνικές ανάγκες ενσωμάτωσης- για επικοινωνία με οικογένεια, φίλους και υπόλοιπο κόσμο
- (ε) Ανάγκες διαφυγής – Για διαφυγή, διασκέδαση, χαλάρωση

Η Ruggiero (2000) υποστηρίζει πως το Διαδίκτυο διαθέτει τουλάχιστον τρία χαρακτηριστικά που συνήθως δεν μπορούν να συνδεθούν με τα παραδοσιακά μέσα και ότι το Διαδίκτυο μπορεί να μελετηθεί με τη χρήση της προσέγγισης των «χρήσεων και ικανοποιήσεων». Πρώτον, το Διαδίκτυο είναι διαδραστικό και προσφέρει νέα μέσα επικοινωνίας και ευκαιρίες εμπλοκής σε διάφορες online δραστηριότητες. Δεύτερον, το Διαδίκτυο επιτρέπει στους χρήστες να επιλέξουν από ένα μεγάλο εύρος περιεχομένου στα μέσα και να αλλάξουν το περιεχόμενο σύμφωνα με τις ανάγκες τους. Τρίτον, χαρακτηρίζεται από την ασυγχρονικότητά του, καθώς επιτρέπει να τους χρήστες να αποστείλουν, να λάβουν και να διατηρήσουν μηνύματα σύμφωνα με το δικό τους διαθέσιμο χρόνο και πρόγραμμα.

Τα αποτελέσματα ερευνών δείχνουν πως, παρόλο διαφορετικά πεδία-μέσα του Διαδικτύου και της Επικοινωνίας μέσω Υπολογιστή (chat, bulletin boards, email, blogs) μπορούν να ικανοποιούν αρκετές από τις ίδιες ανάγκες των ατόμων, κάποιες ικανοποιήσεις να συνδέονται με ένα συγκεκριμένο πεδίο-μέσο. Οι Paracharissi και Rubin (2000) διαπίστωσαν πέντε κίνητρα για την χρήση του διαδικτύου: τη διαπροσωπική χρησιμότητα, την ανάλωση χρόνου, την αναζήτηση πληροφοριών, την ευκολία και την διασκέδαση, τα οποία είναι παρεμφερή με τις ανάγκες που ικανοποιούν τα μέσα και αναφέρονται από τους Katz et al. (1973).

Στην έρευνα του Flanagin (2005) οι τυπολογίες των αναγκών, που επιθυμούν να ικανοποιήσουν με την χρήση της εφαρμογής της άμεσης ανταλλαγής μηνυμάτων, αναφέρονται στην κοινωνική διασκέδαση (social entertainment), την διευθέτηση εργασιών (task accomplishment), την κοινωνική προσοχή (social attention) και την γνωριμία με καινούργια άτομα (to meet new people). Την ίδια κλίμακα χρησιμοποίησαν και οι Flanagan

και Merzger (2001) για την διερεύνηση των αναγκών που ικανοποιούν οι φοιτητές/τριες με την χρήση της εφαρμογής της άμεσης ανταλλαγής μηνυμάτων.

Ο Leung (2001) στην έρευνά του για την διερεύνηση των αναγκών που ικανοποιούν με την χρήση της εφαρμογής της άμεσης ανταλλαγής μηνυμάτων (συγκεκριμένα την εφαρμογή ICQ), συμπεριέλαβε 26 ερωτήματα στην κλίμακα που χρησιμοποίησε, τα οποία έχουν σχέση με την ικανοποίηση αναγκών, όπως είναι η στοργή (affection), η διαφυγή (escape), η διασκέδαση (entertainment), η συμφωνία με τη μόδα/ρεύμα (fashion), η αίσθηση του ανήκειν (inclusion), η κοινωνική διάδραση (sociability) και η χαλάρωση (relaxation).

Ο Hwang (2005) μελέτησε τα κίνητρα για τη χρήση των εφαρμογών άμεσης ανταλλαγής μηνυμάτων από τους φοιτητές/τριες και διαπίστωσε πως τα πρωταρχικά κίνητρα ήταν η ευκολία (convenience), η κοινωνική χρησιμότητα (social utility), η διασκέδαση/χαλάρωση (entertainment/relaxation), η διαπροσωπική χρησιμότητα (interpersonal utility) και η πληροφορία (information).

Οι Dimmick, Ramirez, Wang και Lin (2007) για την διερεύνηση της ικανοποίησης των αναγκών σε τρία μέσα επικοινωνίας (τηλέφωνο, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, και άμεση ανταλλαγή μηνυμάτων) στον φοιτητικό πληθυσμό χρησιμοποίησαν μια κλίμακα με δύο σκέλη ερωτημάτων. Το πρώτο σκέλος ερωτημάτων αναφέρεται στην κοινωνική χρησιμότητα (social utility) των τριών μέσων επικοινωνίας για την ικανοποίηση των κοινωνικών αναγκών και το δεύτερο σκέλος ερωτημάτων αναφέρεται στις ευκαιρίες ικανοποίησης (gratifications opportunities) που προσφέρει το μέσο.

Η σύγχρονη έρευνα έχει διαπιστώσει πως οι άνθρωποι επιλέγουν ανάμεσα στους διαπροσωπικούς και μαζικούς δίαυλους επικοινωνίας για να ικανοποιήσουν τις διαπροσωπικές και ενημερωτικές τους ανάγκες, και οι επιλογές τους συνδέονται τόσο με τη διαθεσιμότητα αυτών των διαύλων, όσο και με τις αντιλήψεις που έχουν για ένα μέσο, καθώς και το είδος της ανάγκης που το εν λόγω μέσο μπορεί να ικανοποιήσει. (Rubin, 1994). Οι προηγούμενες έρευνες στη μαζική επικοινωνία και στην επικοινωνία στους οργανισμούς συνήθιζαν να διαχωρίζουν τις ανάγκες σύμφωνα με τις κοινωνικές (social) και πρακτικές (instrumental) διαστάσεις τους. Η θεωρητική προσέγγιση των *χρήσεων και ικανοποιήσεων* παρόλο που είναι περιεκτική, όσον αφορά τις ανάγκες των ατόμων τις οποίες ικανοποιούν με την χρήση των μέσων, τείνει να μη δίνει έμφαση στην ικανοποίηση αναγκών, οι οποίες έχουν σχέση με την εκτέλεση εργασιών και τη διευθέτηση υποθέσεων (task-related). Καθώς η επικοινωνία μέσω υπολογιστή χρησιμοποιείται ολοένα και περισσότερο σε εκπαιδευτικά και εργασιακά περιβάλλοντα χρειάζεται μια επανεξέταση της διάκρισης των αναγκών σε κοινωνικές και πρακτικές ανάγκες (Flanagin & Merzger, 2001; Papacharissi & Rubin, 2000, Guo, Lu, Li, & Li., 2011).

Λαμβάνοντας υπόψη ότι οι φοιτητές/τριες χρησιμοποιούν ολοένα και περισσότερο τις διάφορες εφαρμογές της επικοινωνίας μέσω υπολογιστή για να διευθετήσουν υποθέσεις/εργασίες (task-related), οι οποίες έχουν σχέση με την ακαδημαϊκή τους ζωή, στην παρούσα εργασία γίνεται μια διάκριση στις ανάγκες που ικανοποιούν οι φοιτητές/τριες. Η διάκριση αφορά τις ανάγκες, οι οποίες έχουν σχέση με την κοινωνική ζωή και τις ανάγκες, οι οποίες έχουν σχέση με την ακαδημαϊκή ζωή.

Η προσέγγιση των *χρήσεων και ικανοποιήσεων* αρχικά χρησιμοποιήθηκε για να βοηθήσει τους ερευνητές στην κατανόηση της προτίμησης των διαφόρων μέσων από τα άτομα και

στην ερμηνεία και πρόβλεψη των διαφορετικών επιδράσεων των μέσων. Υπό την έννοια αυτή, η διεισδυτικότητά της είναι περιορισμένη (Blumler & McQuail, 1968; Rosengren & Windahl, 1989), όταν χρησιμοποιείται χωρίς να λαμβάνει υπόψη της ορισμένους κοινωνικούς και ψυχολογικούς παράγοντες, οι οποίοι επηρεάζουν την επιλογή και χρήση των μέσων.

Επιπροσθέτως, η θεωρητική προσέγγιση των *χρήσεων και ικανοποιήσεων* έχει αποβεί στόχος πολλών επικρίσεων-μερικές από αυτές σε θεωρητικό επίπεδο. Για παράδειγμα, έχει επικριθεί ως λειτουργιστική, ψυχολογική, ατομιστική όσον αφορά τη μέθοδο και τη σύλληψη, με αποτέλεσμα πολλές φορές να αποτελεί εργαλείο για τους διαχειριστές (administrators) των μέσων και να παραβλέπει τον κοινωνικό δομικό προσδιορισμό (Elliot, 1974). Επίσης, η κριτική των πρώτων ερευνών που βασίζονταν στην προσέγγιση των *χρήσεων και ικανοποιήσεων* αφορούσε το ότι α) στηριζόταν σε αναφορές των ίδιων των ατόμων, β) δεν λάμβανε υπόψη της την κοινωνική προέλευση των αναγκών των ατόμων και γ) δεν ασκούσε κριτική απέναντι στην πιθανή δυσλειτουργία, τόσο για τα ίδια τα άτομα όσο και για την κοινωνία, από την χρήση των μέσων (Katz, 1987). Επιπροσθέτως, ορισμένοι ερευνητές πιστεύουν ότι θεωρία των *χρήσεων και ικανοποιήσεων* δεν αποτελεί καθόλου θεωρία αλλά αποτελεί περισσότερο μια προσέγγιση, καθώς την θεωρούν περισσότερο περιγραφική και όχι προβλεπτική.

Παρόλο που μερικοί ισχυρίζονται πως η θεωρία των *χρήσεων και ικανοποιήσεων* δεν είναι προβλεπτική, οι υποστηρικτές της ισχυρίζονται πως το εξελισσόμενο ερωτηματολόγιο των *ικανοποιήσεων και χρήσεων* επιδεικνύει έναν βαθμό προβλεψιμότητας και μεθοδικότητας που μπορεί να πείσει για την χρήση της και θεωρείται κατάλληλη για τη διερεύνηση της συμπεριφοράς του κοινού και της έλξης που ασκούν στο κοινό διαφορετικά είδη μέσων

(Newhagen & Rafaeli, 1996; Morris & Ogan, 1996; December, 1996). Επιπλέον, σύμφωνα με ορισμένους ερευνητές η θεωρητική προσέγγιση των *χρήσεων και ικανοποιήσεων* είναι ιδιαίτερα έγκυρη για την ανάλυση των νέων μέσων επικοινωνίας (Newhagen & Rafaeli, 1996; Morris & Ogan, 1996; December, 1996, Ruggiero, 2000).

Η Papacharissi και ο Mendelson (2011) υποστηρίζουν πως οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν έναν τρόπο επέκτασης των προσωπικών συνδέσεων και της διασκέδασης. Επισημαίνουν δε πως οι ερευνητές θα πρέπει να αναπτύξουν θεωρητικά μοντέλα και αναλυτικά εργαλεία που θα εξετάζουν τις χρήσεις, τις επιδράσεις, τη δραστηριότητα, την συμπλοκή και το περιεχόμενο σε διάφορα μέσα. Προτείνουν ένα θεωρητικό μοντέλο που συνδυάζει στοιχεία από τη θεωρητική προσέγγιση των «χρήσεων και ικανοποιήσεων» και των «κοινωνικών δικτύων» λαμβάνοντας υπόψη τις τεχνολογικές δυνατότητες, για την κατανόηση των αναδυόμενων μοτίβων της χρήσης των μέσων, της δραστηριότητας και της κοινωνικότητας. Όπως επισημαίνουν, οι προσεγγίσεις των «χρήσεων και ικανοποιήσεων» και των «κοινωνικών δικτύων» αναγνωρίζουν τον κοινωνικό χαρακτήρα των διαδικτυακών μέσων και το κοινωνικό κεφάλαιο που προκύπτει από τη χρήση τους, καθώς τα άτομα έχουν τη δυνατότητα να ικανοποιήσουν τις παραδοσιακές διαπροσωπικές τους ανάγκες, ενώ ταυτόχρονα επεκτείνουν τις κοινωνικές τους σχέσεις.

3.6.1 Χρήσεις και Ικανοποιήσεις: Ψυχολογικοί και Κοινωνικοί παράγοντες

Όπως αναφέρθηκε στην προηγούμενη ενότητα, χαρακτηριστικό της θεωρητικής προσέγγισης των χρήσεων και ικανοποιήσεων αποτελεί η οπτική της ύπαρξης αναγκών στα άτομα, οι οποίες επηρεάζονται από τα ατομικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά των ατόμων και δημιουργούν κίνητρα για συγκεκριμένη συμπεριφορά που ικανοποιεί αυτές τις ανάγκες

(Rosengren, 1974). Τα ψυχολογικά χαρακτηριστικά, τα κοινωνικά περιβάλλοντα, οι στάσεις και αντιλήψεις επηρεάζουν τα κίνητρα των ατόμων και τη συμπεριφορά τους (Rubin, 1994). Οι υποστηρικτές της θεωρητικής προσέγγισης των χρήσεων και ικανοποιήσεων υποστηρίζουν πως τα νέα μέσα επικοινωνίας αποτελούν λειτουργικές εναλλακτικές, όταν η διαπροσωπική επικοινωνία αποτυγχάνει (Katz et al., 1974; Rubin & Rubin, 1985).

Οι Paracharissi και Rubin (2000) χρησιμοποίησαν τη θεωρητική προσέγγιση των χρήσεων και ικανοποιήσεων για να βρουν τα κίνητρα τα οποία οδηγούν στη χρήση του διαδικτύου και έλαβαν υπόψη τους ορισμένους κοινωνικούς, ψυχολογικούς παράγοντες, αντιλήψεις για το μέσο και τα κίνητρα του διαδικτύου, για να προβλέψουν τα αποτελέσματα της έκθεσης στο διαδίκτυο, όπως επίσης τα αποτελέσματα της σχέσης και ικανοποίησης από το διαδίκτυο. Οι κοινωνικοί παράγοντες, οι οποίοι ελέγχθηκαν από τους ερευνητές, είναι η ικανοποίηση από τη ζωή, η οικονομική άνεση, η υγεία, η κοινωνική δραστηριότητα η διαπροσωπική διάδραση. Ο ψυχολογικός παράγοντας, ο οποίος επιλέχθηκε προς διερεύνηση από τους ερευνητές, ήταν η μη επιθυμία για επικοινωνία (unwillingness to communicate). Τα αποτελέσματα της έρευνάς τους δείχνουν πως οι φοιτητές/τριες, οι οποίες ένιωθαν λιγότερο ικανοποιημένοι/ες από την πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνία, χρησιμοποιούσαν το διαδίκτυο ως υποκατάστατο της διαπροσωπικής επικοινωνίας.

Άλλοι ερευνητές βρήκαν πως τα άτομα που είναι ντροπαλά, νιώθουν μοναξιά και λιγότερη ικανοποίηση από την διαπροσωπική επικοινωνία χρησιμοποιούν περισσότερο το διαδίκτυο και την επικοινωνία μέσω υπολογιστή (Caplan, 2003; McKenna et al., 2002). Το αίσθημα της μοναξιάς είναι μια ατομική προδιάθεση, η οποία παίζει σημαντικό ρόλο στην μελέτη των διαδικτυακών σχέσεων. Οι μοναχικοί άνθρωποι αποφεύγουν την επικοινωνία πρόσωπο με πρόσωπο, είναι εσωστρεφείς και ντροπαλοί (Bell & Daly, 1985). Οι πρόσφατες έρευνες

έχουν διαπιστώσει μια σχέση ανάμεσα στην μοναξιά και την μεγαλύτερη προτίμηση για διαδικτυακές κοινωνικές διαδράσεις.

Ο Carlan (2003), και οι Morahan-Martin και Schumacher (2003) σε έρευνες που αφορούσαν τον φοιτητικό πληθυσμό, διαπίστωσαν πως τα μοναχικά άτομα προτιμούν τις διαδικτυακές κοινωνικές διαδράσεις από τις πρόσωπο με πρόσωπο διαδράσεις, καθώς θεωρούν τις διαδράσεις στο διαδίκτυο πιο ικανοποιητικές και λιγότερο απειλητικές για αυτούς. Οι ατομικές διαφορές που εντοπίστηκαν να αντιστοιχούν περισσότερο στους παθολογικούς χρήστες από τους κανονικούς χρήστες είναι το φύλο, το ακαδημαϊκό έτος και η υψηλή βαθμολογία στην κλίμακα μοναξιάς (UCLA Loneliness Scale) (Kubey, Lavin, & Barrows, 2001; Morahan-Martin & Schumacher, 2000). Το ποσοστό όμως των φοιτητών/τριών που παρουσιάζει προβλήματα στην κοινωνική και ακαδημαϊκή ζωή εξαιτίας της αυξημένης χρήσης του διαδικτύου και της επικοινωνίας μέσω υπολογιστή είναι πολύ μικρό (Kubey, et al., 2001; Morahan-Martin & Schumacher, 2000; Bányai, Zsila, Király, Maraz, Elekes, Griffiths, Andreassen, & Demetrovics, 2017)

3.6.2 Ο Ψυχολογικός παράγοντας της Κοινωνικότητας

Η έννοια της κοινωνικότητας (στα λατινικά «sociabilitas») παρουσιάστηκε από τον Simmel με νέα οπτική και σε κοινωνιολογικό πλαίσιο στις 19 Οκτωβρίου 1910, στον εναρκτήριο λόγο του στο πρώτο συνέδριο της Γερμανικής Ένωσης Κοινωνιολογίας (Simmel, 1917). Ο όρος κοινωνικότητα – Geselligkeit – έχει σημαντικό σημασιολογικό βάρος και ξεχωρίζει από τον όρο της κοινωνικοποίησης και εκφράζει τη γενική ικανότητα των ανθρώπων να δημιουργούν κοινωνικές σχέσεις με τους άλλους, οι οποίες μπορεί να είναι αυθόρμητες ή οργανωμένες, υποστηρικτικές ή αντιφατικές, ικανοποιητικές ή επιτελεστικές

και να καταλήγουν ως ομάδες, ενώσεις, κοινότητες, πλήθη, βάσει ορισμένων αναγκών και συμφερόντων (Gallino, 1993, σ. 592-593).

Ο ψυχολογικός παράγοντας της κοινωνικότητας και της αυτοεκτίμησης αποτελούν παράγοντες, οι οποίοι επηρεάζουν την επιλογή των εφαρμογών της επικοινωνίας μέσω υπολογιστή, γενικότερα και ειδικότερα, του Facebook. Σύμφωνα με ορισμό στο λεξικό της Ψυχολογίας, η κοινωνικότητα είναι η ανάγκη ή η τάση που έχουμε να ψάχνουμε για συντρόφους, κοινωνικές σχέσεις και φίλους (Nugent, 2013). Η θεωρία των κοινωνικών δικτύων υποστηρίζει ότι η κοινωνική συμπεριφορά και επικοινωνία επηρεάζονται από τον τύπο των δεσμών που διατηρούν τα άτομα. Συγκεκριμένα, υποστηρίζει πως όσο περισσότερο κοινωνικά συνδεδεμένα είναι τα άτομα, τόσο πιο πολύ επικοινωνούν με την χρήση διάφορων μέσων επικοινωνίας και ότι η επικοινωνία μέσω υπολογιστή συμπληρώνει και επεκτείνει τις παραδοσιακές κοινωνικές συμπεριφορές χωρίς απαραίτητα να τις αυξάνει ή να τις μειώνει (Bakulev, 2004).

Η υπόθεση «*Ο πλούσιος/οι γίνονται πλουσιότερος/οι* (The Rich Get Richer Hypothesis) υποστηρίζει πως τα άτομα με μεγάλη εξωστρέφεια ή τα άτομα που είναι πιο άνετα σε κοινωνικές συνθήκες είναι πιθανόν να χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για να επεκτείνουν τα κοινωνικά τους δίκτυα και να αυξήσουν την ποιότητα των φιλικών τους σχέσεων (Kraut et al., 2002; Peter et al., 2005). Σύμφωνα με αυτή την υπόθεση τα άτομα που είναι εξωστρεφή και έχουν έντονες κοινωνικές δεξιότητες μοιράζονται πιο εύκολα την ευχαρίστησή τους και μπορούν πιο εύκολα να ζητήσουν βοήθεια στο διαδίκτυο και γι αυτό το λόγο διατηρούν επιπλέον κοινωνική υποστήριξη και μεγαλύτερη ευχαρίστηση στη ζωή διαμέσου του διαδικτύου (Lei & Liu, 2005; Selfhout, Branje, Delsing, ter Bogt, & Meeus 2009; Desjarlais & Willoughby, 2010; Khan, Gagné, Yang, & Shapka, 2016).

Σύμφωνα με τους Dimmick et al. (2000) η επιλογή του τρόπου χρήσης του διαδικτύου για κοινωνική διάδραση επηρεάζεται από παράγοντες, όπως είναι διαπροσωπικές τους σχέσεις, η γεωγραφική απόσταση και η προϋπάρχουσα κοινωνικότητα των ατόμων. Η κοινωνικότητα των χρηστών αποτελεί παράγοντα που επηρεάζει τη χρήση του Facebook, καθώς τα αποτελέσματα μιας έρευνας για το Facebook δείχνουν πως οι φοιτητές/τριες χρήστες του Facebook έχουν μεγαλύτερα κοινωνικά δίκτυα από τους μη χρήστες και ότι η χρήση του Facebook τους βοηθάει να διατηρήσουν τα κοινωνικά τους δίκτυα.

Επίσης, τα αποτελέσματα μιας έρευνας δείχνουν πως φοιτητές/τριες με χαμηλή ικανοποίηση από τη ζωή και χαμηλή αυτο-εκτίμηση βοηθήθηκαν στην γεφύρωση (bridging) του κοινωνικού τους κεφαλαίου με τη χρήση του Facebook (Ellison, Steinfield & Lampe, 2007). Τα αποτελέσματα αυτής της έρευνας υποστηρίζουν τόσο την *υπόθεση κοινωνικής αύξησης* (Social Enhancement Hypothesis), που είναι ίδια με την υπόθεση «*Ο πλούσιος/οι γίνονται πλουσιότερος/οι*» (The Rich Get Richer Hypothesis) όσο και την *υπόθεση κοινωνικής αντιστάθμισης* (Social Compensation Hypothesis). Σύμφωνα με την *υπόθεση κοινωνικής αύξησης* (Social Enhancement Hypothesis) τα άτομα, τα οποία διατηρούν μεγαλύτερα κοινωνικά δίκτυα εκτός διαδικτύου, τα εμπλουτίζουν με μεγαλύτερα διαδικτυακά κοινωνικά δίκτυα. Σύμφωνα με την *υπόθεση κοινωνικής αντιστάθμισης* (Social Compensation Hypothesis) τα άτομα που διακατέχονται από εσωστρέφεια και έχουν δυσκολία στο να δημιουργήσουν εύκολα φιλίες είναι πιθανόν να χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για αντικαταστήσουν το μικρό κοινωνικά τους δίκτυα με διαδικτυακές επαφές (Valkenburg, Schouten, & Peter, 2005). Ορισμένοι, αντιθέτως, υποστηρίζουν πως η online κοινωνικοποίηση συντελεί στην κακή προσαρμογή των ατόμων που διατηρούν αδύναμες

σχέσεις πρόσωπο με πρόσωπο αλλά διευκολύνει την προσαρμογή των ατόμων που έχουν καλές σχέσεις πρόσωπο με πρόσωπο (Spies Shapiro & Margolin, 2014).

Τα αποτελέσματα μιας έρευνας με εθνικό δείγμα ενήλικων χρηστών στις ΗΠΑ διερεύνησε τον τρόπο που η χρήση του Facebook για την επέκταση και την ποικιλομορφία των προσωπικών δικτύων (κοινωνικότητα στο Facebook) μπορεί να αναζωογονήσει τις προσπάθειες κοινωνικοποίησης των χρηστών και τις ανταμοιβές που θα έχουν στο κοινωνικό τους κεφάλαιο. Τα αποτελέσματα της έρευνας δείχνουν πως η αλληλεπίδραση των χρηστών, που ήταν πιο κοινωνικοί, είχε σχέση με τη μεγαλύτερη πολιτειακή συμμετοχή τους και με αυξημένα αισθήματα γενικής εμπιστοσύνης (Bouchillon & Gotlieb, 2017).

Στα αποτελέσματα έρευνας που διεξήχθη στα τρία τμήματα της Σχολής Διοίκησης του Πανεπιστημίου Αιγαίου και είχε ως επιμέρους στόχο τη διερεύνηση της συσχέτισης του αισθήματος της μοναξιάς με τη συχνότητα χρήσης των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης, δείχνουν πως δεν υπάρχει καμία συσχέτιση, καθώς ο μέσος όρος των φοιτητών/τριών δήλωσε πως βίωνε χαμηλό αίσθημα μοναξιάς (Βροχαρίδου, 2009). Όλα τα ανωτέρω αποτελέσματα των ερευνών, δείχνουν πως η κοινωνικότητα πιθανόν αποτελεί παράγοντα που επηρεάζει τον τρόπο χρήσης του Facebook.

3.6.3 Κοινωνικοί παράγοντες-Φύλο

Εκτός από τους ψυχολογικούς παράγοντες και κοινωνικοί παράγοντες επηρεάζουν την επιλογή και χρήση των μέσων επικοινωνίας. Το κοινωνικό φύλο (gender) αποτελεί έναν παράγοντα, ο οποίος επηρεάζει τη επιλογή και χρήση των διαφόρων εφαρμογών της επικοινωνίας μέσω υπολογιστή. Οι West και Fenstermaker (1993) θεωρούν ότι το *κοινωνικό*

φύλο διαμορφώνεται στη βάση μιας ισχύουσας κοινωνικής δομής που αναπαράγεται από τη κοινωνική δράση ανδρών και γυναικών, παρόλο που η δράση αυτή μπορεί να είναι διαφορετική για κάθε φύλο. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα ακόμη και τα αντικείμενα που χρησιμοποιούν τα άτομα να παίρνουν ορισμένο κοινωνικό περιεχόμενο, καθώς αλληλοεπιδρούν με τα άτομα στα πλαίσια μια συγκεκριμένης και πάλι κοινωνικής δομής.

Αυτό συμβαίνει και στην περίπτωση του ηλεκτρονικού υπολογιστή, ο οποίος συνδέεται με μια έμφυλη κουλτούρα και η φύση του είναι κοινωνικά προσδιορισμένη. Οι περισσότερες έρευνες διαπιστώνουν πως τα στερεότυπα που είναι συνδεδεμένα με τον κοινωνικό ρόλο των φύλων και η σχέση του κοινωνικού φύλου με την τεχνολογία επηρεάζουν τόσο την επιλογή και τη χρήση των διαφόρων εφαρμογών της επικοινωνίας μέσω υπολογιστή για τις ικανοποιήσεις των επικοινωνιακών αναγκών, όσο και τις ίδιες τις ανάγκες που ικανοποιούν τα άτομα με την χρήση της (Boneva et al., 2001; Wasserman & Richmond-Abbott, 2005; Rainie et al., 2000; Sherman, et al., 2000).

Τα αποτελέσματα ορισμένων ερευνών δείχνουν πως οι φοιτήτριες είναι περισσότερο προσανατολισμένες προς τις προσωπικές σχέσεις και τείνουν να χρησιμοποιούν την επικοινωνία μέσω υπολογιστή περισσότερο για κοινωνική διάδραση (Leung, 2001; Recchiuti, 2003) και για τη διατήρηση των σχέσεων τους (Boneva, et al., 2001; Debrand, 2004; Wasserman & Richmond-Abbott, 2005; Rainie et al., 2000), ενώ οι φοιτητές είναι πιο πρακτικά προσανατολισμένοι και χρησιμοποιούν την επικοινωνία μέσω υπολογιστή περισσότερο από τις γυναίκες για την εκτέλεση εργασιών και τη διευθέτηση υποθέσεων (Herring, 1996; Tannen, 1994; Wasserman & Richmond-Abbott, 2005). Σύμφωνα με έρευνες, οι γυναίκες διατηρούν μεγαλύτερα κοινωνικά δίκτυα από τους άνδρες και είναι

περισσότερο δραστήριες στην διατήρηση και επέκταση των κοινωνικών υποστηρικτικών ομάδων (Pinquart, 2003; Park & Lee, 2014).

Τα αποτελέσματα ερευνών δείχνουν πως οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης προσελκύουν περισσότερο το γυναικείο φοιτητικό πληθυσμό, από ότι τον ανδρικό. Σε μια έρευνα, που αφορούσε την έμφυλη συμπεριφορά στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, διαπιστώθηκε ότι παρόλο που οι άνδρες χρησιμοποιούσαν πιο πολύ το διαδίκτυο, οι γυναίκες συμμετείχαν περισσότερο στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης. Τα κίνητρα για την χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στις γυναίκες ήταν η διατήρηση επαφής με τους φίλους/ες τους, ενώ τα κίνητρα για την χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στους άνδρες ήταν η γνωριμία με νέα άτομα (Tufekci & Spence, 2008). Τα ίδια αποτελέσματα παρουσιάζουν και άλλες έρευνες (Muscanell & Guadagno, 2012; Mazman & Usluel, 2011). Σε άλλη έρευνα που διεξήχθη για τη διερεύνηση των κινήτρων που οδηγούν στη χρήση του Myspace και Facebook, οι φοιτητές δήλωσαν πως τις χρησιμοποιούν για κλείσουν ραντεβού και για να ενημερωθούν για διάφορα κοινωνικά γεγονότα περισσότερο από τις φοιτήτριες (Raacke & Bonds-Raacke, 2008). Τα αποτελέσματα έρευνας, που διεξήχθη στα τρία τμήματα της Σχολής Διοίκησης του Πανεπιστημίου Αιγαίου με δείγμα 195 φοιτητές/τριες, για τη διερεύνηση των έμφυλων διαφοροποιήσεων ως προς τα κίνητρα, τα οποία έχουν σχέση με την κοινωνική ζωή και οδηγούν στη χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης, φανερώνουν πως δεν υπάρχουν έμφυλες διαφοροποιήσεις ως προς το σύνολο των κινήτρων αλλά βρέθηκε διαφοροποίηση, ως προς τα κίνητρα για την ακαδημαϊκή χρήση. Οι φοιτητές δήλωσαν περισσότερο από τις φοιτήτριες πως χρησιμοποιούν τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης γιατί τις θεωρούν βοηθητικές για την ικανοποίηση αναγκών, οι οποίες έχουν σχέση με την ακαδημαϊκή τους ζωή (Βροχαρίδου, 2009). Αντιθέτως, τα αποτελέσματα της μεγάλης σε φοιτητικό πληθυσμό έρευνας του ECAR (EDUCAUSE Center for Applied

Research) φανερώνουν πως οι φοιτήτριες τις χρησιμοποιούν πιο συχνά από τους φοιτητές για να επικοινωνήσουν με τους συμφοιτητές για θέματα που αφορούν τις σπουδές τους (Ellison et al., 2008). Οι έρευνες που διεξήχθησαν στο εξωτερικό είχαν ως επιμέρους στόχο τη διερεύνηση των διαφορών ως προς το φύλο και δεν είχαν κάνει διαχωρισμό στις ανάγκες που ικανοποιούν οι φοιτητές/τριες με τη χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης, ανάλογα με την κοινωνική ή ακαδημαϊκή χρήση.

Με την αυξανόμενη δημοτικότητα του Facebook, οι μελετητές προσπαθούν όλο και περισσότερο να διερευνήσουν τις έμφυλες διαφοροποιήσεις στη χρήση του. Η ανασκόπηση της βιβλιογραφίας σχετικά με τις «ικανοποιήσεις» που αποκτήθηκαν από το Facebook και τις ενημερώσεις κατάστασης (status update) δείχνει ότι η πλειονότητα των προηγούμενων ερευνών δεν αποκάλυψε διαφορές μεταξύ των δύο φύλων (π.χ., Quan-Haase & Young, 2010, Zhang, Tang & Leung, 2011; Ku et al., 2013) μεταξύ των χρηστών του Facebook παρά μόνο σε ορισμένες πτυχές.

Ωστόσο, πρέπει να σημειωθεί ότι τα ευρήματα σχετικά με τις διαφορές φύλου που αποκαλύπτονται από μια μελέτη που διεξάγεται σε μια συγκεκριμένη χρονική στιγμή σε μια συγκεκριμένη κοινωνία μπορεί να μην είναι παρόμοιες με εκείνες που διεξάγονται σε άλλη κοινωνία ή σε διαφορετικό χρόνο.

3.6.4 Έτος σπουδών και χρήση του Facebook

Λόγω της κοινωνικής φύσης των κοινωνικών μέσων ενημέρωσης, η κοινωνική ένταξη αποτελεί, επίσης, βασικό επίκεντρο της πλειοψηφίας των ερευνών που συνδέει την επιτυχημένη μετάβαση στο Πανεπιστήμιο, στο πρώτο έτος φοίτησης, με τα κοινωνικά μέσα.

Επιπλέον, η κοινωνική προσαρμογή των φοιτητών παίζει σημαντικό ρόλο στην παραμονή τους στο Πανεπιστήμιο. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα ερευνών το Facebook, που χρησιμοποιείται πολύ από το φοιτητικό πληθυσμό έχει τη δυνατότητα να υποστηρίζει τη μετάβασή τους στο Πανεπιστήμιο, καθώς επιτρέπει τη σύνδεση και την αλληλεπίδραση με τους συμφοιτητές τους. Η έρευνα των Cray, Vitak, Easton και Ellison (2014) διερεύνησε το ρόλο του Facebook στην κοινωνική προσαρμογή των φοιτητών κατά το πρώτο έτος των σπουδών τους. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν θετική συσχέτιση ανάμεσα στον αριθμό των φίλων που έχουν στο Facebook και την εμπλοκή τους σε συνεργατικές συμπεριφορές με τους συμφοιτητές τους μέσα στο Facebook, όπως και μια θετική συσχέτιση ανάμεσα στην κοινωνική ενσωμάτωση και την παραμονή των φοιτητών στο Πανεπιστήμιο.

Οι Stephenson-Abetz και Holman (2012) διερεύνησαν τις εμπειρίες μετάβασης των πρωτοετών και δευτεροετών φοιτητών και τις εμπειρίες τους από τις παλιές και νέες συνδέσεις τους. Διαπίστωσαν ότι το Facebook παρείχε ένα σύνδεσμο στις παλιές συνδέσεις, βοήθησε στη διατήρηση της μνήμης της προ-πανεπιστημιακής ζωής των φοιτητών και τους βοήθησε να νιώθουν λιγότερο απομονωμένοι και να τους λείπει λιγότερο το σπίτι τους. Επιπλέον, διαπίστωσαν ότι το Facebook τους παρείχε ένα χώρο στους φοιτητές να ανακαλύψουν τον εαυτό τους αν το επιθυμούσαν. Επιπλέον, οι ερευνητές διαπίστωσαν ότι οι φοιτητές αγαπούσαν την ευκολία στη χρήση του Facebook για να επικοινωνούν και να κάνουν φίλιες στο πανεπιστήμιο. Το Facebook επέτρεψε στους φοιτητές συνδεθούν με τους ανθρώπους στο Πανεπιστήμιο, πριν ξεκινήσουν το πρώτο έτος, να αποκτήσουν μια αίσθηση ζωής στο πανεπιστήμιο, να συνομιλήσουν με τους συμμαθητές τους σχετικά με τις ακαδημαϊκές απαιτήσεις και να μείνουν σε επαφή με φίλους και μέλη της οικογένειας, συχνά σε καθημερινή βάση. Όσον αφορά το Instagram υπάρχει ερευνητικό κενό για την επίδρασή του στην προσαρμογή των φοιτητών/τριών στο Πανεπιστημιακό περιβάλλον.

3.6.5 Χρήσεις και Ικανοποιήσεις της φοιτητικής κοινότητας στο Facebook

Η μεγάλη συμμετοχή των φοιτητών/τριών στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης οφείλεται στις δυνατότητες που προσφέρουν οι συγκεκριμένες εφαρμογές, για την ικανοποίηση των επικοινωνιακών αναγκών των φοιτητών/τριών. Σύμφωνα με την Arend (2007), οι φοιτητές/τριες βρίσκονται στην ηλικιακή περίοδο της «αναδυόμενης ενηλικίωσης» (emerging adulthood), η οποία αποτελεί για τους φοιτητές μια περίοδο αλλαγής, εξερεύνησης του κόσμου των ενηλίκων, της ταυτότητάς τους και οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν έναν εύκολο και προσβάσιμο τρόπο να αλληλοδράσουν με τους συνομιλήκους τους, να λάβουν ανατροφοδότηση, να ενδυναμώσουν την ανάπτυξη της ταυτότητάς τους και των στενών σχέσεών τους.

Για τη διερεύνηση των επιδράσεων του Facebook στην ζωή των φοιτητών/τριών είναι απαραίτητη η παράλληλη διερεύνηση του τρόπου με τον οποίο το χρησιμοποιούν. Αρκετές έρευνες αξιοποιούν τη θεωρία των χρήσεων και ικανοποιήσεων για τη διερεύνηση του τρόπου χρήσης των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης (Al-Jabri et al., 2015; Hsiao et al., 2015). Ορισμένες έρευνες, έχουν χρησιμοποιήσει τη θεωρητική προσέγγιση των *χρήσεων και ικανοποιήσεων* για τη διερεύνηση των κινήτρων που οδηγούν στη χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης και τα αποτελέσματά τους δείχνουν πως οι φοιτητές/τριες τις χρησιμοποιούν για κοινωνική διάδραση με τους υπάρχοντες δεσμούς τους (Joinson, 2008; Raacke & Bonds-Raacke, 2008). Συγκεκριμένα, ο Joinson (2008) διερεύνησε τη χρήση του Facebook βασιζόμενος στην θεωρητική προσέγγιση των *χρήσεων και ικανοποιήσεων* και βρήκε πως οι πιο συχνές χρήσεις αφορούσαν την διατήρηση ενημερότητας με τις επαφές, την

ανταλλαγή φωτογραφιών, την οργάνωση ομάδων και την συμμετοχή σε εφαρμογές που προσφέρονται από την ιστοσελίδα.

Οι Golder, Wilkinson, και Huberman (2007) αναφέρουν πως τα περισσότερα μηνύματα των φοιτητών/τριών προορίζονται σε φίλους/ες (90.6%) και ένα μεγάλο ποσοστό των μηνυμάτων σε φίλους, που δεν ανήκουν στο τοπικό κοινωνικό δίκτυο και του αποστολέα. Αυτό φανερώνει τη χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης για την διατήρηση και τη δημιουργία κοινωνικών δεσμών που βρίσκονται σε απόσταση. Η έρευνα του Pew Internet φανερώνει πως το 91% των εφήβων στις Η.Π.Α χρησιμοποιεί τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για να έχει επαφή με τους φίλους/ες τους (Lenhart & Madden, 2007). Σε μια έρευνα, στην οποία συμμετείχαν 1440 φοιτητές/τριες του Πανεπιστημίου του Michigan, για τις χρήσεις του Facebook, βρέθηκε πως οι περισσότεροι φοιτητές/τριες το χρησιμοποιούν, με σειρά προτεραιότητας, για να διατηρούν επαφές με παλιούς φίλους ή φίλους από το Λύκειο, για να δουν το προφίλ κάποιου που έχουν γνωρίσει σε κάποια κοινωνική εκδήλωση, για να πάρουν πληροφορίες για κάποιον (που μένει στην φοιτητική εστία-που ανήκει σε κάποιες από τις οργανώσεις του Πανεπιστημίου-που είναι συμφοιτητής/τρια τους), για να ενημερωθούν σχετικά με κοινωνικά γεγονότα ή για να βρουν ερωτικό σύντροφο. Οι ερευνητές κάνουν διάκριση ανάμεσα σε δυο χρήσεις του Facebook. Σε μία από αυτές τις δύο χρήσεις τα άτομα αναζητούν πληροφορίες για τις μη δικτυακές επαφές τους (social searching), ενώ στην άλλη τα άτομα φυλλομετρούν τις ιστοσελίδες για να αναπτύξουν νέες συνδέσεις με άτομα στο διαδίκτυο (social browsing). Η έρευνα διαπίστωσε πως η βασική χρήση του Facebook αφορούσε τη λήψη πληροφοριών για άτομα που έχουν γνωρίσει εκτός δικτύου (social searching) (Lampe, Ellison, & Steinfield, 2006).

Τα τελευταία χρόνια έχουν διεξαχθεί αρκετές έρευνες για τη διερεύνηση των κινήτρων ως προς τη χρήση του Facebook από το φοιτητικό πληθυσμό σε διάφορες χώρες. Μια έρευνα

στην Τουρκία (Balakrishnan & Shamim, 2013) υποστηρίζει ως βασικά κίνητρα για τη χρήση του Facebook από τους φοιτητές/τριες βρέθηκαν η κοινωνική παρακολούθηση (social surveillance), η αναγνωρισιμότητα, η συναισθηματική υποστήριξη, η κοινωνική σύνδεση, η διασκέδαση, ο ναρκισσισμός και η αυτο-έκφραση, η ευκολία στη χρήση, η προσαρμογή σε νέες προκλήσεις. Σε άλλη ποσοτική και ποιοτική έρευνα που διεξήχθη στις Η.Π.Α και στην Ταϊβάν τα βασικά κίνητρα για τη χρήση του Facebook είναι η πληροφόρηση, η διασκέδαση, η μόδα, η κοινωνικότητα, και η διατήρηση των σχέσεων (Ku et al., 2013). Σε έρευνα που έγινε στην Ινδία τα κίνητρα που αναδείχθηκαν είναι η διατήρηση των σχέσεων, η ευκολία του μέσου για το χρήστη, η χαλάρωση και η σύνδεση με παλιούς φίλους (Patra et al., 2013). Αντίστοιχα, σε άλλη έρευνα που διεξήχθη σε πανεπιστημιακά περιβάλλοντα τεσσάρων χωρών (Ιράν, Μαλαισία, Βρετανία και Νότια Αφρική) ως κίνητρα αναδείχθηκαν η χρησιμότητα για διαπροσωπική επικοινωνία, η ανάλωση χρόνου, η διασκέδαση, η αναζήτηση πληροφορίας και η ευκολία (Karimi, Khodabandelou, Eshani, Ahmad, 2014). Τα αποτελέσματα της έρευνας των Dhir & Tsai (2017) φανερώνουν ως κίνητρα για τη χρήση του Facebook τη διασκέδαση, τη διαφυγή, την αναζήτηση πληροφοριών και την κοινωνική επιρροή.

Το Facebook πέρα από τη χρήση του για κοινωνικούς λόγους μπορεί να έχει και εργαλειακή/επιτελεστική χρήση, καθώς οι φοιτητές/τριες χρησιμοποιούν το Facebook για να καλύψουν ανάγκες που έχουν σχέση τόσο με την κοινωνική, όσο και με την ακαδημαϊκή τους ζωή (Ellison et al., 2008). Σε μια έρευνα, η οποία αφορούσε τις χρήσεις και ικανοποιήσεις από τη χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης Facebook και Myspace, βρέθηκε πως οι φοιτητές/τριες χρησιμοποιούν αυτές τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για ακαδημαϊκούς σκοπούς σε ποσοστό 10.9 % (Raacke & Bonds-Raacke, 2008). Εκτός από τους κοινωνικούς λόγους, οι φοιτητές χρησιμοποιούν τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης

και για ακαδημαϊκές δραστηριότητες (Lampe et al., 2011) και τις συνδέουν με θετικά αποτελέσματα, όπως είναι η δυνατότητα να επικοινωνούν με τους συμφοιτητές τους για θέματα σχετικά με τα μαθήματα (Dahlstrom et al., 2011). Για παράδειγμα, μια εθνική έρευνα από το Μη Κερδοσκοπικό Οργανισμό EDUCAUSE Center for Analysis and Research (ECAR), περισσότεροι από τους μισούς φοιτητές των Η.Π.Α ανέφεραν πως επικοινωνήσαν μέσω των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης με συμφοιτητές τους για θέματα σχετικά με τη σχολή τους (Salaway, Caruso, & Nelson, 2008). Τα αποτελέσματα μιας έρευνας, που διεξήχθη στο Πανεπιστήμιο Πειραιά το 2010 (Vrocharidou, Asderaki, & Korres, 2010) για τη διερεύνηση των αντιλήψεων των φοιτητών σχετικά με τη χρησιμότητα του Facebook για ακαδημαϊκούς λόγους, έδειξαν ότι οι φοιτητές θεωρούσαν πιο χρήσιμο το Facebook (α) για την επικοινωνία με τους συμφοιτητές τους για θέματα που αφορούσαν τα μαθήματά τους (β) την προετοιμασία ομαδικών εργασιών, (γ) την ανταλλαγή πληροφοριών σε θέματα σχετικά με τα μαθήματά τους, για διάφορα γεγονότα, νέα του Πανεπιστημίου και για γεγονότα που αφορούν το ενδιαφέρον τους σχετικά με τις σπουδές τους. Επιπλέον, τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι φοιτητές θεωρούσαν το Facebook λιγότερο χρήσιμο, παρόλα αυτά αρκετά χρήσιμο, για την επικοινωνία με τους καθηγητές, για την επικοινωνία με ομάδες στις οποίες συμμετέχουν και καθόλου σημαντικό για την επικοινωνία με το προσωπικό του πανεπιστημίου.

Η θεωρητική προσέγγιση των *χρήσεων και ικανοποιήσεων*, ερμηνεύει τον τρόπο που επιλέγουν οι άνθρωποι τα διάφορα μέσα επικοινωνίας και υποστηρίζει ότι οι άνθρωποι διαφέρουν στις κοινωνικές και ψυχολογικές τους συνθήκες, οι οποίες επηρεάζουν τον τρόπο και τους λόγους που χρησιμοποιούν τα μέσα για την ικανοποίηση των αναγκών τους (Katz et al., 1974). Οι περισσότερες έρευνες που έχουν διεξαχθεί μέχρι τώρα, για τη διερεύνηση των κινήτρων που οδηγούν στη χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης, γενικότερα και

του Facebook ειδικότερα, έχουν εστιαστεί περισσότερο στους κοινωνικούς και όχι στους ψυχολογικούς παράγοντες, όπως είναι η κοινωνικότητα.

3.6.6 Χρήσεις και Ικανοποιήσεις της φοιτητικής κοινότητας στο Instagram

Η έρευνα για το Instagram είναι ακόμη σε εμβρυακό στάδιο καθώς αποτελεί μια εφαρμογή η οποία εμφανίστηκε τα τελευταία χρόνια. Οι Sheldon and Bryant (2016) χρησιμοποίησαν τη θεωρητική προσέγγιση των *χρήσεων και ικανοποιήσεων* για τη διερεύνηση των κινήτρων για τη χρήση του Instagram. Τα αποτελέσματα της έρευνάς τους παρουσιάζουν ως βασικότερο κίνητρο για τη χρήση του Instagram την παρακολούθηση/γνώση για τους άλλους.

Η έρευνα των Sallem και Ma (2017) εστιάστηκε στη διερεύνηση των κινήτρων για τη χρήση του Facebook, του Twitter, του Instagram και του Snapchat από τους φοιτητές και τα αποτελέσματά της φανερώνουν, επίσης, πως το σημαντικότερο κίνητρο για τη χρήση του Instagram ήταν η παρακολούθηση (surveillance). Επιπλέον, τα αποτελέσματα της έρευνας δείχνουν πως οι φοιτητές αναλώνουν περισσότερο χρόνο στο Instagram και το Snapchat και λιγότερο στο Facebook και το Twitter. Οι φοιτητές δήλωσαν μεγαλύτερη ένταση χρήσης (μια διάσταση που περιέχει περισσότερο συναισθηματικές και γνωστικές στάσεις) στο Instagram και Snapchat απ' ότι στο Facebook και το Twitter. Όσον αφορά το διαμοιρασμό της πληροφορίας οι φοιτητές δήλωσαν πως χρησιμοποιούν εξίσου και τις τέσσερις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης.

Σε άλλη έρευνα χρησιμοποιήθηκε η θεωρητική προσέγγιση των *χρήσεων και ικανοποιήσεων* όπως και η προσέγγιση της «διαχείρισης της εντύπωσης» (impression management approach) για τη διερεύνηση της χρήσης του Instagram από τους φοιτητές. Τα αποτελέσματα της

έρευνας έδειξαν πως τα κίνητρα είχαν θετική συσχέτιση με τη χρήση του Instagram και την αυτοπαρουσίαση, καθώς και ο αριθμός των ακολούθων (followers) βρέθηκε να έχει θετική συσχέτιση με τη χρήση του Instagram και την αυτοπαρουσίαση (Ting, 2014).

Τα αποτελέσματα άλλη έρευνας δείχνουν πως οι φοιτητές χρησιμοποιούν το Instagram για να ανεβάσουν φωτογραφίες και να σχολιάσουν στις φωτογραφίες άλλων. Το 39.6% των συμμετεχόντων στην έρευνα δήλωσαν πως ανεβάζουν φωτογραφίες από την κοινωνική τους ζωή επειδή θέλουν να λάβουν ανατροφοδότηση από τους φίλους τους (Oloo, 2013).

3.6.7 Διαφορές στα κίνητρα για τη χρήση του Facebook και του Instagram

Σε μια έρευνα που Facebook IQ το 2016 στην οποία συμμετείχαν 7.809 χρήστες από 18-64 από έξι χώρες (Αυστραλία Ιαπωνία, Ηνωμένο Βασίλειο, ΗΠΑ, Βραζιλία και Γαλλία) που διεξήγαγε το Facebook για τη διερεύνηση της διαφοροποίησης σε σχέση με τα κίνητρα για τη χρήση του Facebook και του Instagram, βρέθηκε πως η κάθε ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης ικανοποιεί ανάγκες σε διαφορετικό βαθμό. Για παράδειγμα, για τους χρήστες που χρησιμοποιούν και τις δύο ιστοσελίδες με την ίδια συχνότητα, το Facebook ικανοποιεί περισσότερο τις ανάγκες των χρηστών για ενδυνάμωση, αναγνώριση και σύνδεση ενώ το Instagram ικανοποιεί περισσότερο την επιθυμία τους για διασκέδαση, ξεκούραση και ανακάλυψη. Επίσης, στο Instagram οι χρήστες μπορούν να ακολουθήσουν διάσημους (celebrities) να έχουν έμπνευση και να δημιουργήσουν και να μεταφερθούν εικονικά σε νέα μέρη, σε αντίθεση με το Facebook που η βασική του χρήση είναι η σύνδεση με την οικογένεια και τους φίλους. Σύμφωνα με την έρευνα, η διασκέδαση στο Facebook συνδέεται με το χιούμορ ενώ στο Instagram με τη συνάντηση με το αναπάντεχο. Οι χρήστες δήλωσαν πως το Instagram τους εκπλήσσει και τους διασκεδάζει περισσότερο από το Facebook. Αντιθέτως, το Facebook τους κάνει να γελούν πιο πολύ.

Επιπλέον, τα δεδομένα της έρευνας δείχνουν πως στο Facebook έχουμε παρουσίαση νέων ιδεών και νέων τρόπων σκέψης ενώ στο Instagram έχουμε περισσότερη έμπνευση για διάφορα θέματα (φαγητό, συνταγές, φυσική κατάσταση). Όσον αφορά τους άνδρες η χρήση των δυο πλατφορμών γίνεται για πρακτικούς λόγους, καθώς τους βοηθάνε να οργανώσουν τη ζωή τους, ενώ για τις γυναίκες για προσωπικούς λόγους επειδή τους βοηθάνε να διατηρήσουν επαφή με την οικογένεια και τους φίλους τους.

Η νέα γενιά της χιλιετηρίδας αποτελεί τη δημογραφική ομάδα που ενδιαφέρεται περισσότερο για περιεχόμενο βίντεο και είναι πιθανότερο να χρησιμοποιούν το Instagram για περιεχόμενο σχετικό με τη μόδα, την ομορφιά και την εσωτερική διακόσμηση. Σχετικά με τη διαφορά της χρήσης στις χώρες που έλαβε μέρος η έρευνα, τα αποτελέσματα δείχνουν πως οι Βραζιλιάνοι χρησιμοποιούν πολύ και τις δύο και το Instagram και το Facebook. Στην Ιαπωνία οι άνθρωποι βρίσκουν πιο οικείο το Instagram και δεν δημοσιεύουν πολύ το περιεχόμενο του στο Facebook.

4. Κοινότητες και Κοινωνικά Δίκτυα

4.1 Η έννοια της Κοινότητας

Η έννοια της κοινότητας αναδύθηκε κατά τη νεωτερικότητα, όταν εισήχθη για πρώτη φορά ως αναλυτική κατηγορία των κοινωνικών επιστημών μέσω του ιδεότυπου της *Gemeinschaft* του Ferdinand Tönnies. Υπάρχει δε μια μακροχρόνια παράδοση στην θεωρητικοποίηση της φύσης και του νοήματος της κοινότητας στις κοινωνικές επιστήμες και συγκεκριμένα στην κοινωνιολογία. Πολλοί θεωρητικοί έδειξαν ενδιαφέρον στον προσδιορισμό της έννοιας της κοινότητας, όπως επίσης και στην κατανόηση της επίδρασή της βιομηχανοποίησης, της αστικοποίησης και άλλων παραγόντων στην κοινωνία και στην κοινότητα. Η έννοια της κοινότητας αποτελεί το ενδιαφέρον των κοινωνιολόγων για περισσότερο από διακόσια χρόνια και ακόμη ένας ικανοποιητικός ορισμός της, σύμφωνα με κοινωνιολογικούς όρους, φαίνεται να είναι πιο μακρινός από ποτέ (Bell & Newby 1972, σ. 21). Μέχρι στιγμής δεν υπάρχει μια κοινή συναίνεση ως προς τη θεωρία της κοινότητας, ακόμη και ο ορισμός της κοινότητας παραμένει προβληματικός (Blackshaw, 2010).

Η ιδέα της κοινότητας εμπεριέχει ζητήματα ταυτότητας και αίσθησης του ανήκειν, ομοιότητας και διαφοράς, ενσωμάτωσης και αποκλεισμού, τόπου και χρόνου και διαδικασίες, όπως είναι ο εκμοντερνισμός και έχει θεωρηθεί τόσο ως χωρικό και κοινωνικό φαινόμενο (Bell & Newby, 1971; Crow & Allen, 1994). Ορισμένοι ερευνητές δίνουν έμφαση στο «κοινοτικό» της έννοιας, όπως ο Silk (1999, σ. 6) το οποίο αναφέρεται σε «κοινές ανάγκες και στόχους, την έννοια του κοινού καλού, κοινής ζωής πολιτισμού και οπτικής του κόσμου και συλλογικής δράσης». Άλλοι διερευνούν το «σχεσιακό» πεδίο της έννοιας,

υποστηρίζοντας πως η έννοια κοινότητα προσφέρει «έναν βολικό στενογραφικό όρο για το ευρύ πεδίο τοπικών κοινωνικών σχέσεων πέρα από την ιδιωτική σφαίρα του σπιτιού και οικογένεια, αλλά πιο οικεία σε εμάς από τους απρόσωπους θεσμούς της ευρύτερης κοινωνία που μπορούν να εντοπιστούν στα αλληλένδετα κοινωνικά δίκτυα της γειτονιάς, συγγένειας και φιλίας (Crow & Allen, 1994).

Προφανώς, υπάρχουν διαφορετικοί τρόποι για την προσέγγιση της έννοιας της κοινότητας. Οι τρόποι αυτοί μπορεί να αναφέρονται σε κοινότητες που βασίζονται στην γεωγραφική εγγύτητα (π.χ Mackenzie & Dalby, 2003; Staheli & Thompson, 1997) σε κοινότητες που βασίζονται σε ένα τοπικό κοινωνικό σύστημα διασύνδεσης κοινωνικών ομάδων (π.χ Allen & Hamnett, 1995; Gandy, 2002) ή κοινότητες ως μορφές συλλογικότητας που βασίζεται σε κοινή ταυτότητα ή κοινές αντιλήψεις και πρακτικές (π.χ Lave, 2003, Radcliffe, 1999). Όλες οι προσεγγίσεις πάντως βασίζονται στην κοινή προσπάθεια να κατανοήσουν την αίσθηση του «ανήκειν». Ο κοινωνιολόγος G.A. Hillery το 1955, κατάφερε να συγκεντρώσει 94 διαφορετικούς ορισμούς της «κοινότητας», τους οποίους τους κατηγοριοποίησε σύμφωνα με 19 χαρακτηριστικά. Όπως συγκεκριμένα τόνισε «*υπάρχει ένα στοιχείο, το οποίο μπορεί να βρεθεί σε όλες τις έννοιες, όλοι οι ορισμοί σχετίζονται με τους ανθρώπους*» (Hillery 1955, σ. 12).

Μεγάλοι θεωρητικοί, όπως οι Tönnies, Durkheim, Weber, Marx, ανέπτυξαν διαφορετικές θέσεις και έννοιες πάνω στα κοινωνικά συστήματα, σε μια προσπάθεια να εξηγήσουν τις αλλαγές που δημιουργούνται στην ανθρώπινη κοινωνία και να προσδιορίσουν τα θεμέλια της «κοινότητας» (Worsley, 1987). Με την δημοσίευση του έργου *Gemeinschaft und Gesellschaft* (συνήθως μεταφράζονται ως Κοινότητα και Κοινωνία) το 1887, ο Ferdinand Tönnies θεωρείται υπεύθυνος για την έναρξη του πεδίου των σπουδών της κοινότητας (Bell

& Newby, 1972). Για τον Tönnies η κοινότητα χαρακτηρίζεται από τις σχέσεις ανάμεσα στα άτομα, οι οποίες διευθύνονται από φυσικούς δεσμούς φιλίας και συγγένειας, οικειότητα, παραδοσιακές αντιλήψεις που μεταβιβάζονται από τη μια γενιά στην επόμενη, παλιές συνήθειες και οικείους τρόπους πρακτικής. Η κοινωνία από την άλλη χαρακτηρίζεται από σχέσεις ανάμεσα στα άτομα που βασίζονται στη συζήτηση, την ελευθερία και την λογική αποτίμηση των μέσων και των στόχων. Η αποτίμηση μπορεί να βασίζεται στα οφέλη που μπορεί ένα άτομο να κερδίσει από το άλλο άτομο και οι σχέσεις βασίζονται σε αμοιβαίες συμφωνίες και λογικές ανταλλαγές.

Ο Tönnies και άλλοι (Durkheim, 1933; Nisbet, 1966) επισήμαναν την απώλεια της κοινότητας, η οποία αποτελεί συνέπεια της ορθολογιστικής προσέγγισης στην μοντέρνα κοινωνία, η οποία δίνει μεγαλύτερη έμφαση στην εξατομίκευση. Ο Emile Durkheim υποστήριξε πως ο διαχωρισμός της εργασίας και η εξειδίκευση οδήγησε σε νέες μορφές κοινωνικής οργάνωσης που υπονόμισαν τις παλιές. Υποστήριξε, επίσης, πως οι σταθεροί κοινωνικοί δεσμοί είναι ουσιαστικοί για την ευζωία των ατόμων. Η απουσία δεσμών με την οικογένεια, την κοινότητα και άλλα δίκτυα αυξάνει τον κίνδυνο της ανομίας και άλλων αρνητικών ψυχο-κοινωνικών συνεπειών. Ο Robert Nisbet (1966, σ.47) περιγράφει την κοινότητα ως την *«πιο βασική και ευρεία κοινωνική μεταβλητή»*.

Στο παρελθόν, την ιδανική μορφή κοινότητας μπορεί να την αποτελούσε ένα χωριό με δεσμούς συγγένειας, ή μια μικρή πόλη στην οποία μπορεί να ζούσαν οι άνθρωποι για πολλές γενιές. Ο όρος κοινότητα έχει παραδοσιακά οριστεί ως μια γεωγραφικά καθορισμένη τοποθεσία- τυπικά, μια γειτονιά, ένα κτίριο, ένα τετράγωνο περιοχής- και οι άνθρωποι που διαμένουν και αλληλοδρούν στα πλαίσια αυτής της περιοχής. Αρχικά οι κοινότητες ορίζονταν ως σύνολα ανθρώπων που μοιράζονται κοινά χαρακτηριστικά, όπως το μέγεθος, η

τοποθεσία, ο χώρος και ο χρόνος (Preece, 2000). Ένας τέτοιος ορισμός συνδέει την έννοια της κοινότητας με την επικράτεια στην οποία αυτή υπάρχει, δίνοντας περισσότερο έμφαση στη συνύπαρξη ατόμων στον ίδιο χώρο και στον ίδιο χρόνο (Farenback & Thompson, 1995). Στη σημερινή εποχή, οι τρόποι με τους οποίους σχηματίζεται και λειτουργεί μια κοινότητα είναι πολύ διαφορετικοί. Οι *τοπικές (locational)* κοινότητες που βρίσκονται σε μια συγκεκριμένη περιοχή αντανakλούν το παλαιότερο μοντέλο της κοινότητας, ενώ οι *σχεσιακές (relational)*, οι οποίες διαμορφώνονται με βάση τα κοινά ενδιαφέροντα, θέματα, ή χαρακτηριστικά τα οποία μοιράζονται τα μέλη της εμφανίζουν μια νεώτερη ιδέα της κοινότητας (Fisher, Sonn & Bishop, 2002).

Ως βελτιωμένα κριτήρια για τον ορισμό της κοινότητας αποτέλεσαν η ισχύς και ο τύπος των σχέσεων ανάμεσα στα μέλη της κοινότητας (Wellman, 1997; Haythornthwaite & Wellman, 1998). Για την ανάπτυξη της κοινότητας χρειάζεται κάτι περισσότερο από ένας κοινός στόχος, χρειάζεται το σύνολο των αλληλεπιδράσεων μέσω των οποίων θα επιτευχθεί ο κοινός στόχος, καθώς και το σύνολο των σχέσεων που θα δημιουργηθούν. Όταν οι άνθρωποι έρχονται σε επαφή, τότε δεσμεύονται σε ένα δίκτυο σχέσεων, που συνδυάζει κοινές δραστηριότητες και κοινωνική αλληλεπίδραση (Preece, 2000). Οι σχέσεις που αναπτύσσονται ανάμεσα στα άτομα που έχουν κάτι κοινό και που αλληλοεπιδρούν σε έναν πραγματικό χώρο ή διαμέσου μιας κοινής ταυτότητας (Graves, 1992; Corry & Tu, 2002), είναι αφοσιωμένα στην κοινότητα μέσω της διαρκούς συμμετοχής και τα οποία αλληλοβοηθούνται και δείχνουν εμπιστοσύνη το ένα στο άλλο (McMillan & Chavis, 1986; Ronai, 2002). περιγράφουν την κοινότητα. Η κοινότητα γίνεται αντιληπτή όχι μόνο ως μια τοπογραφική έννοια, ούτε ως ένα οριοθετημένο τοπικό κοινωνικό σύστημα, αλλά ως ο ποιοτικός προσδιορισμός ενός τύπου ανθρώπινης συσχέτισης που χαρακτηρίζεται από

στενούς προσωπικούς δεσμούς, αίσθηση του ανήκειν και αμοιβαία δέσμευση μεταξύ των μελών.

Στη μοντέρνα κοινωνία συναντά κανείς μια ποικιλομορφία «κοινότητας» σε αντίθεση με τη «μοναδικότητα» της κοινότητας στην προ-μοντέρνα κοινωνία. Ο Bauman (2008, σ. 120,121) υποστηρίζει πως οι κοινότητες στη σημερινή εποχή θυμίζουν «κοινωνικά δίκτυα». Σε αντίθεση με τις κοινότητες του παρελθόντος οι κοινότητες «δικτύου» δεν υποστηρίζονται από προϋπάρχουσες δομές ούτε από προκαθορισμένους κανόνες, οι οποίοι κατευθύνουν τις απόψεις των μελών τους και τα υποχρεώνουν να υιοθετούν ορισμένες πρακτικές διάδρασης. Σε αντίθεση, οι κοινότητες «δικτύου» δεν έχουν προηγούμενη ιστορία, πράγμα που σημαίνει πως το παρελθόν, που συνήθως έχει τη δύναμη να διευθύνει και να διορθώνει, είναι αόρατο, καθώς απουσιάζει. Επισημαίνει δε, πως η αίσθηση του ανήκειν που συνδέεται με τις κοινότητες «δικτύου» θα πρέπει να γίνει κατανοητή ως *μετά* και όχι *πριν* την ταυτότητα.

Τα «Δίκτυα» διατηρούνται μόνο μέσω της επικοινωνίας, και αυτό συμβαίνει-σε αντίθεση με τις κοινότητες της «πριν» ταυτότητας - γιατί αέναα γεννιούνται στο λόγο της διάδρασης ανάμεσα σε άνδρες και γυναίκες, οι οποίοι αποτελούν άτομα πρώτα από όλα. Σαν αποτέλεσμα, τα δίκτυα αυτά έχουν εξατομικευμένες προδιαγραφές και εξατομικευμένη εστίαση, το οποίο σημαίνει, επίσης, ότι μπορούν να διατηρηθούν ζωντανά μέχρις ότου τα άτομα, που συμμετάσχουν στα δίκτυα αυτά, τα θεωρούν σημαντικά. Ένας ορισμός που υποδεικνύει τα κοινά στοιχεία όλων των κοινοτήτων έχει μικρή γνωστική αξία εκτός αν συνδέεται με ένα μοντέλο, που να υποδεικνύει το πώς και το γιατί τα χαρακτηριστικά των κοινοτήτων αλλάζουν, όταν οι κοινωνίες διαφοροποιούνται και γίνονται πιο περίπλοκες.

Η χρήση της έννοιας της κοινότητας δεν πρέπει να γίνεται χωρίς προϋποθέσεις αλλά θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη συγκεκριμένες ιδιότητες και «κοινοτικά» χαρακτηριστικά

Συγκεκριμένα, η διατήρηση της έννοιας της κοινότητας προτείνεται να γίνεται με σκοπό τον «έλεγχο» της κοινοτικής φύσης του εκάστοτε μορφώματος, ανάλογα με τα κάθε φορά χρησιμοποιούμενα κριτήρια, κριτήρια που πρέπει να τίθενται με σαφήνεια από τον εκάστοτε μελετητή (McMillan & Chavis, 1986; Διαμαντάκη, 2008).

4.1.1 Η Παρακμή της Κοινότητας

Προβληματισμοί για την εξασθένηση της κοινότητας δεν αφορούν μόνο την εποχή του διαδικτύου. Τουλάχιστον από το 1800, διάφοροι μελετητές έχουν ασχοληθεί με τις επιδράσεις της κοινωνικής αλλαγής και της τεχνολογικής καινοτομίας στην κοινότητα (Tönnies, 1887; Durkheim, 1893). Η μετάβαση από μια αγροτική, προ-βιομηχανική περίοδο σε μια αστική βιομηχανική κοινωνία συνοδεύτηκε από προβληματισμούς σχετικούς με την αλλαγή στη δομή των διαπροσωπικών σχέσεων. Η εμφάνιση του μοντέρνου καπιταλισμού, της βιομηχανοποίησης και αστικοποίησης θεωρητικά διαρρηγνύει τους προ-μοντέρνους οργανισμούς που είναι οργανωμένοι γύρω από την οικογένεια και τη συγγένεια και τους αντικαθιστά με «gesellschaft» (κοινωνία) σχέσεις, με αμοιβαίες υποχρεώσεις ανάμεσα σε άτομα με συγκεκριμένους ρόλους (Tönnies, 1887).

Σε γενικές γραμμές, μπορούμε να πούμε ότι ο νεωτερικός Λόγος (discourse) για την κοινότητα είχε δύο θεμελιώδεις όψεις, που ήταν περισσότερο συνδεδεμένες μεταξύ τους από όσο προδίδει, η αντιθετική τους διάταξη: 1) η κοινότητα ως *κάτι που έχει χαθεί* υπό το βάρος της νεωτερίκευσης, και 2) η κοινότητα ως *κάτι που πρέπει να ανακτηθεί* (Wellman, 1979; Διαμαντάκη, 2008).

Είναι γεγονός πάντως ότι η ρητορική περί «απωλεσθείσας κοινότητας» έχει αποδειχθεί ιδιαίτερα ανθεκτική. Η κοινωνιολογική ενασχόληση με την υποβάθμιση της κοινότητας συνεχίστηκε και στην αστική κοινωνιολογία των αρχών του 20ου αιώνα με το έργο των κοινωνιολόγων της Σχολής του Σικάγου, όπως οι Robert Park και Louis Wirth, μεταξύ άλλων. Στο πλαίσιο αυτό η υποβάθμιση της κοινότητας συσχετίστηκε άμεσα με τη μετάβαση σε έναν αστικό τρόπο ζωής και σε μια αστική κουλτούρα κοινωνικής αδιαφορίας, μοναξιάς και αποξένωσης (Gross, 2004). Αναλυτές όπως οι Bellah et al. (1985) και Putnam (2000) επανέφεραν το θέμα της απώλειας της κοινότητας και της παρακμής των κοινοτικών σχέσεων στις ΗΠΑ. Επίσης, η σύγχρονη κοινωνική θεωρία συχνά περιγράφει τις σύγχρονες κοινωνίες και τις μετανεωτερικές συνθήκες με όρους αποδυνάμωσης ή φθίσης της κοινότητας. Ο φόβος περί απώλειας της κοινότητας αναβίωσε ακόμη πιο πρόσφατα με αφορμή τις διάφορες προσεγγίσεις προς τις ηλεκτρονικές μορφές κοινότητας, οι οποίες θεωρούνται ότι κατατείνουν στην περαιτέρω διάβρωση των κοινοτήτων στις οποίες ανήκουμε.

4.1.2 Η Παρακμή της Κοινότητας την εποχή του Διαδικτύου

Πολλοί μελετητές, αυθεντίες και φορείς χάραξης πολιτικής υποστηρίζουν ότι η Βιομηχανική Επανάσταση- και πιο πρόσφατα η Επανάσταση της Πληροφορίας- έχουν οδηγήσει σε μια πτώση της κοινότητας. Παρόλο που πολλοί αναλυτές έχουν εστιαστεί σε διαφορετικές αιτίες - από τη βιομηχανοποίηση και τη γραφειοκρατία το 1800, στην τηλεόραση και το διαδίκτυο - όλοι τους φοβόντουσαν πως θα υπάρξει:

(α) Εξασθένηση την ιδιωτικής κοινότητας: κοινωνική επαφή με συγγενείς, φίλους, συναδέλφους, και γείτονες (β) Πτώση της δημόσιας κοινότητας: συγκεντρώσεις σε δημοσίους χώρους, ενασχόληση σε εθελοντικούς οργανισμούς, πολιτικά ενδιαφέροντα, και

δέσμευση στην κοινότητα (γ) Αποσύνδεση από την κοινότητα: θετικές στάσεις προς την κοινότητα και επιθυμία συνεισφοράς στο ευ ζην της κοινότητας (Kraut, et al. 1998; Nie & Hillygus 2002). Ορισμένοι ερευνητές υποστήριζαν πως το διαδίκτυο αυξάνει την κοινότητα, καθώς τα περισσότερα άτομα το χρησιμοποιούν για την διατήρηση επαφής με μέλη της κοινότητάς τους (Wellman & Quan-Haase, 2002). Άλλοι ερευνητές υποστήριζαν πως το διαδίκτυο μεταμορφώνει την κοινότητα, καθώς επιτρέπει στα άτομα να συμμετάσχουν σε κοινότητα κοινού ενδιαφέροντος ακόμη και από απόσταση (Barlow, 1995; Wellman 2001b). Με την εξέλιξη του διαδικτύου νέες μορφές κοινωνικής αλληλόδρασης, όπως είναι οι εικονικές κοινότητες, άρχισαν να εμφανίζονται. Ο Delanty (2003, σ. 188) υποστηρίζει *«πως αυτές οι «κοινότητες της επικοινωνίας» αναδύθηκαν από τις δίδυμες δυνάμεις της εξατομίκευσης και της παγκοσμιοποίησης. Βασίζονται στην δύναμη της επικοινωνίας για να δημιουργήσουν νέες μορφές κοινωνικών δεσμών, όπου τα άτομα διατηρούν αλληλεπικαλυπτόμενους και ποικίλους δεσμούς σε διαφορετικές κοινότητες. Αυτοί οι δεσμοί είναι οργανωμένοι σε ένα σύστημα κοινωνικών σχέσεων που μοιάζει με δίκτυο και με τέτοιο τρόπο, που καθιστά την κοινότητα στις μέρες μας να είναι αόριστη, αόρατη και να της λείπει η ενότητα....αποτελεί δε μια φαντασιακή κατάσταση παρά μια συμβολικά διαμορφωμένη πραγματικότητα που θα βασίζεται σε σταθερά σημεία αναφοράς, όπως είναι η γειτονιά, η τάξη ή η οικογένεια».*

Οι περισσότερες περιγραφές της διαδικτυακής ζωής που την περιγράφουν ως απρόσωπη, επιφανειακή προέρχονται από τον ίδιο προβληματισμό με τους προηγούμενους δημοσίους διαλόγους, σχετικά με την αστική βιομηχανική κοινωνία, για την απώλεια των ισχυρών υποστηρικτικών δεσμών, οι οποίοι βασίζονται στη φυσική διάδραση. Η «παραδοσιακή» αυτή αντίληψη της κοινότητας βασίζεται στην σχεδόν ρομαντική προσκόλληση στις δυνάμεις της εντοπιότητας ή του τόπου. Παρόλα αυτά, αρκετοί ερευνητές υποστηρίζουν πως η ιδέα των

εδαφικών κοινοτήτων, αρχίζει να μοιάζει άσχετη με τη σημερινή εποχή. Επειδή οι άνθρωποι μπορεί να κατοικούν στο ίδιο γεωγραφικό χώρο δεν σημαίνει ότι έχουν κάποιον δεσμό είτε με χώρο ή σε άλλους ανθρώπους γύρω τους.

Ο πολιτικός επιστήμονας Robert Putnam (1995, 2000) υποστήριξε μια πτώση από τη δεκαετία του 1960 στην ιδιωτική και δημόσια κοινότητα της Αμερικής. Είναι πιθανόν όμως ο Putnam να μέτρησε παλιές μορφές της κοινότητας και της συμμετοχής, τη στιγμή που νέες μορφές επικοινωνίας και οργάνωσης ενώνουν τους ανθρώπους. Ορισμένα στοιχεία υποστηρίζουν ότι η παρατηρημένη πτώση δεν οδήγησε σε κοινωνική απομόνωση, αλλά στο να ενσωματωθεί η κοινότητα σε κοινωνικά δίκτυα περισσότερο παρά σε ομάδες, και μία μετακίνηση των κοινωνικών σχέσεων από κοινούς χώρους που εύκολα εντοπίζονται σε λιγότερο προσβάσιμους ιδιωτικούς χώρους (Guest & Wierzbicki, 1999; Wellman, 1999, 2001; Lin, 2001). Εάν οι άνθρωποι συναθροίζονται στα σπίτια, από το να συζητάνε σε διάφορες καφετέριες, τότε μπορεί να βρίσκονται διαδικτυακά: μιλώντας στο διαδίκτυο ένας προς έναν, ανταλλάσσοντας ηλεκτρονικά μηνύματα ανά δυάδες ή ανά ομάδες, ή και συμμετέχοντας σε ομάδες συζήτησης (Kraut, Patterson, Lundmark, Kiesler, Mukhopadhyay, & Scherlis, 1998; Matei & Ball-Rokeach, 2001).

Η πανταχού παρουσία του διαδικτύου έχει δημιουργήσει ερωτήματα για τον εάν η χρήση του αυξάνει ή μειώνει το κοινωνικό κεφάλαιο. Οι ουτοπιστές (utopians) υποστηρίζουν ότι το διαδίκτυο προσφέρει νέους τρόπους ενασχόλησης με την κοινότητα και αναζήτησης πληροφοριών (De Kerckhove, 1997; Lévy, 1997). Αντιθέτως, οι δυστοπιστές (dystopians) υποστηρίζουν πως το διαδίκτυο απομακρύνει τους ανθρώπους από τις προσωπικές τους κοινότητες και τις ενημερωμένες συζητήσεις (Slouka, 1995; Stoll, 1995). Με αυξανόμενη ένταση και άγχος, κοινωνικοί κριτικοί κατακρίνουν το διαδίκτυο ως υπαίτιο για μια

περισσότερο βαθιά αιτία της πτώσης της κοινότητας. Φοβούνται πως ο χρόνος που αναλώνεται στο διαδίκτυο αντικαθιστά την ζωή στον «πραγματικό κόσμο», τις φίλιες, την κοινωνική συμμετοχή με αποτέλεσμα τη μείωση στο κοινωνικό κεφάλαιο και τη δημοκρατική συμμετοχή. Αυτή η άποψη έχει εκφραστεί σε ορισμένα βιβλία, όπως το *Silicon Snake Oil: Second Thoughts on the Information Highway* (Stoll, 1995) και το *Highway of Dreams: A Critical View along the Information Superhighway* (Noll, 1997). Ο Noll αντιμετωπίζει το διαδίκτυο ως χάσιμο χρόνου χωρίς ενδιαφέρον, ενώ ο Stoll υποστηρίζει πως το διαδίκτυο μειώνει τον πολύτιμο χρόνο στην πραγματική ζωή και πως «κάθε ώρα που δαπανείται στο πληκτρολόγιο είναι εξήντα λεπτά που δεν γίνεται τίποτε άλλο» (Stoll, 1995, σ. 14)

Ορισμένοι θεωρητικοί υποστήριξαν τη δύναμη της «κοινότητας χωρίς εγγύτητα» (community without propinquity), που μπορεί να βασίζεται στις υποστηρικτικές δομές εκτός του τοπικού δικτύου. Παρόλο που η επέκταση της «κοινότητας χωρίς εγγύτητα» (Webber, 1963) δεν αποκλείει την πιθανότητα διαμόρφωσης κοινωνικών δεσμών που βασίζονται σε κοινό τόπο, περισσότερο υποστηρίζει ως πιο σπουδαίο στοιχείο για την διαμόρφωση των σχέσεων την ύπαρξη κοινών ενδιαφερόντων. Πράγματι, η περισσότερη κοινωνική υποστήριξη που λαμβάνουν οι άνθρωποι προέρχεται από πηγές πέρα από το τοπικό περιβάλλον (Wellman et al., 1988). Ορισμένοι, αδυνατώντας να κατανοήσουν την ύπαρξη δεσμών, πέρα από το τοπικό περιβάλλον, οι οποίοι μπορούν να παράσχουν υποστηρικτικές πηγές, οδηγήθηκαν στο συμπέρασμα ότι το αστικό περιβάλλον είναι υπεύθυνο για την πτώση της κοινότητας (Wellman, 1979). Όταν οι κοινότητες ορίζονται ως άτυποι δεσμοί κοινωνικότητας, υποστήριξης και ταυτότητας, σπάνια αποτελούν στοιχεία της μόνο η αλληλεγγύη της γειτονιάς ή ακόμη και οι στενοί δεσμοί με συγγενείς και φίλους. Οι κοινότητες αποτελούνται από διάφορους συγγενικούς δεσμούς, εργασιακούς δεσμούς από ομάδες με κοινά

ενδιαφέροντα και δεσμούς με τη γειτονιά και όλα μαζί διαμορφώνουν ένα δίκτυο βοήθειας, υποστήριξης και κοινωνικού ελέγχου. Στοιχεία από τη μελέτη των κοινωνικών δικτύων φανερώνουν ότι παρόλο που οι κοινότητες συχνά αποτελούνται από διάφορες σχέσεις, οι άνθρωποι ακόμη έχουν ισχυρές και υποστηρικτικές κοινότητες (Wellman, 1999, Wellman, 2001).

Με την εμφάνιση των κοινωνικών μέσων, όπως είναι το Facebook, το YouTube και το Twitter, συχνά οι νέοι άνθρωποι που εμπλέκονται σε κοινωνικά κινήματα δημιουργούν νέες κοινότητες για διάφορα ζητήματα στο Facebook και άλλες ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης (Yerbury, 2012). Ο δημόσιος χώρος αλλάζει και υπάρχουν νέοι τρόποι για το διαμοιρασμό της πληροφορίας και τη δημόσια δημοσίευσή της με την εμπλοκή επιλεγμένου ή και ευρύτερου κοινού (Baym & boyd, 2012). Αυτή η αλλαγή στο δημόσιο χώρο προσφέρει ευκαιρίες για ένα μεγάλο εύρος δραστηριοτήτων και εμπλοκής στα κοινά σε διαφορετικά επίπεδα (Matthews, 2015).

4.1.3 Εξατομικευμένη Δικτύωση-Νέα Μορφή Κοινωνικότητας

Στην καμπή του 20ου αιώνα, και παρόλο που το αρχέτυπο της κοινότητας παρέμενε προσδεμένο σε παραδοσιακούς ορισμούς, η εμπέδωση των διαδικασιών νεωτερίκευσης - όπως η εξασθένιση της παράδοσης, η αστικοποίηση, η εξατομίκευση και η ανάπτυξη των μέσων επικοινωνίας - ανάγκασαν την κοινωνιολογία να επαναπροσδιορίσει τη φύση της σύγχρονης κοινότητας. Η νέα μορφή συμμετοχής σε διαφορετικούς κοινωνικούς κόσμους οδηγεί στην αναθεώρηση των τύπων των κοινωνικών σχέσεων, τις οποίες είναι σε θέση πλέον να αναπτύσσει ένα άτομο στον πολυδιάστατο κοινωνικό χώρο του Διαδικτύου. Η έρευνα με την εξέλιξη της τεχνολογίας άρχισε να επαναπροσδιορίζει την έννοια της

κοινότητας και να εστιάζεται στην κατανόηση της δυναμικής αλληλεπίδρασης μεταξύ νέας τεχνολογίας και κοινωνικότητας.

Στη σημερινή εποχή, διαφαίνεται ένας μετασχηματισμός στις μορφές κοινωνικής συσχέτισης στις ανθρώπινες κοινότητες, και μια αλλαγή της μορφής της κοινότητας από ένα κοινωνικά και εκ παραδόσεως επιβεβλημένο κολλεκτιβιστικό πρότυπο, σε ένα «ανοικτό» ζήτημα ατομικής επιλογής και εξατομικευμένης δικτύωσης. Η μετανεωτερική κοινότητα περιγράφεται ως «δίκτυο», μια ουσιωδώς εξατομικευμένη μορφή κοινότητας, ξεφεύγει από την οριοθέτησή της ως εδαφική οντότητα και εστιάζεται στις συμμετοχές των κοινωνικών υποκειμένων σε διάφορους κοινωνικούς κύκλους. (Granovetter, 2000; Wellman 1988).

Η αστυακή νεωτερική κοινωνία γίνεται πλέον μια κοινωνία-μωσαϊκό, ένα πλέγμα διατεμνόμενων και διασταυρούμενων «προσωπικών κοινοτήτων», όπου πρωταγωνιστικό ρόλο δεν έχει η ομάδα ή ο συλλογικός ορισμός, πολύ λιγότερο δε η σύνολη κοινωνία, αλλά *«τα μοναδιαία άτομα και τα πολλαπλά δίκτυα κοινωνικότητας που αυτά διαμορφώνουν κατ' επιλογήν και με βάση τον ατομικό τρόπο ζωής τους»* (Haythornwaite & Wellman, 2002, σ. 39).

Η διείσδυση του Διαδικτύου έφερε βαθιές τομές όσον αφορά τη χωροχρονική οργάνωση της ανθρώπινης συμπεριφοράς και στη δόμηση των κοινωνικών σχέσεων. Όπως αναφέρει ο Wellman (2001, σ.1) *«πολύπλοκα κοινωνικά δίκτυα υπήρχαν πάντα, αλλά οι πρόσφατες τεχνολογικές εξελίξεις στις επικοινωνίες παρείχαν τα μέσα για την ανάδειξή τους σε κυρίαρχη μορφή κοινωνικής οργάνωσης»*. Όλο και περισσότεροι άνθρωποι οργανώνονται όχι απλώς σε κοινωνικά δίκτυα αλλά σε κοινωνικά δίκτυα στη βάση της επικοινωνίας μέσω ηλεκτρονικών υπολογιστών. Έτσι δεν είναι το Διαδίκτυο που δημιουργεί ένα πρότυπο εξατομικευμένης δικτύωσης, αλλά η ανάπτυξη του Διαδικτύου παρέχει ένα κατάλληλο υλικό στήριγμα για τη

διάδοση της εξατομικευμένης δικτύωσης, ως κυρίαρχης μορφής κοινωνικότητας. Οι άνθρωποι παραμένουν συνδεδεμένοι αλλά ως άτομα, όχι ως ομάδες. Κάθε άτομο λειτουργεί με τα δικά του προσωπικά δίκτυα στα οποία μπορεί να «μετακινηθεί» με μεγάλη ταχύτητα, ενώ η τεχνολογία του επιτρέπει να συμμετέχει σε περισσότερα από ένα ταυτόχρονα.

Η εξατομικευμένη δικτύωση είναι ένα κοινωνικό πρότυπο και όχι το άθροισμα απομονωμένων ανθρώπων. Στην ουσία, τα άτομα οικοδομούν τα δίκτυά τους, μέσω του Διαδικτύου και εκτός Διαδικτύου, στη βάση των ενδιαφερόντων, των αξιών, των κοινών προτιμήσεων και των σχεδίων τους. Λόγω της ευελιξίας και της δύναμης της επικοινωνίας του Διαδικτύου, η online κοινωνική αλληλεπίδραση παίζει αυξανόμενο ρόλο στην κοινωνική οργάνωση ως σύνολο. Από τη στιγμή που θα σταθεροποιηθούν στην πρακτική τους, online δίκτυα μπορούν να οικοδομήσουν κοινότητες, εικονικές κοινότητες, διαφορετικές από τις φυσικές κοινότητες, όχι όμως αναγκαστικά λιγότερο ισχυρές ή λιγότερο αποτελεσματικές στο να δεσμεύουν τα άτομα και να τα κινητοποιούν. Επιπλέον, αυτό που παρατηρούμε στις κοινωνίες μας είναι η ανάπτυξη ενός υβριδίου επικοινωνίας που συνενώνει το φυσικό χώρο με τον κυβερνοχώρο, δρώντας έτσι ως το υλικό στήριγμα της εξατομικευμένης δικτύωσης (Castells, 2001). Υπάρχει μια στενή αλληλεπίδραση ανάμεσα στην εκτός και εντός δικτύου κοινωνικότητα, που η κάθε μια έχει το δικό της ρυθμό και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της, αλλά παρ' όλα αυτά διαμορφώνουν από κοινού μια αξεδιάλυτη κοινωνική διαδικασία και η εξατομικευμένη δικτύωση είναι η κυρίαρχη μορφή κοινωνικότητας.

Η εξατομικευμένη δικτύωση αποτελεί ένα «λειτουργικό σύστημα» καθώς περιγράφει τους τρόπους που οι άνθρωποι συνδέονται, επικοινωνούν και ανταλλάσσουν πληροφορίες. Ο όρος «λειτουργικό σύστημα» υπογραμμίζει το γεγονός ότι οι κοινωνίες, όπως στα συστήματα υπολογιστών» έχουν δομές δικτύωσης που προσφέρουν ευκαιρίες και περιορισμούς, κανόνες

και διαδικασίες. Όπως στα περισσότερα λειτουργικά συστήματα των υπολογιστών και τα συστήματα της κινητής τηλεφωνίας, το λειτουργικό σύστημα των κοινωνικών δικτύων είναι *προσωπικό*-το άτομο βρίσκεται στο αυτόνομο κέντρο όταν χρησιμοποιεί τον υπολογιστή του, είναι *αλληλεπιδραστικό* (multiuser)- το άτομο αλληλοεπιδρά με διάφορους άλλους, *πολυδιεργαστικό* (multitasking)-τα άτομα κάνουν διάφορες εργασίες και *πολύπτυχο* (multithreaded)- κάνουν τις εργασίες σχεδόν ταυτόχρονα (Rainie & Wellman, 2012).

4.2 Θεωρητική Προσέγγιση των Κοινωνικών Δικτύων

4.2.1 Η Θεωρία των κοινωνικών ομάδων του George Simmel

Τα πρώτα Κοινωνικά δίκτυα, ως μέρος του επιστημονικού διαλόγου, εμφανίστηκαν στα τέλη του 1800 με τους Émile Durkheim και Ferdinand Tönnies, αλλά ο Georg Simmel, συγγραφέας στις αρχές του 20ου αιώνα ήταν ο πρώτος ακαδημαϊκός που σκέφτηκε απευθείας με όρους Κοινωνικών δικτύων. Η Επανάσταση του Κοινωνικού Δικτύου ξεκίνησε πριν πολλά χρόνια στη Γερμανία όταν ο Georg Simmel (1858-1918) παρουσίασε την προσέγγιση του δικτύου και τη σύνδεσή του με τις κατακλυσμικές αλλαγές της Βιομηχανικής Επανάστασης. Ο Simmel υποστήριξε πως η ζωή-ιδιαίτερα στις πόλεις- ήταν μια ρευστή μορφή δικτύων. Ο κατεξοχήν πνευματικός του αντίπαλος ο Ferdinand Tönnies, με νοσταλγικό τρόπο θρηνούσε την απώλεια της αλληλεγγύης στα Γερμανικά χωριά με την ανάπτυξη της βιομηχανοποίησης, γραφειοκρατίας και αστικοποίησης κατά το τέλος του 19ου αιώνα. Ο Tönnies όμως κινήθηκε σε ένα δίπολο σκέψης: αν τα χωριά-ομάδες κατέρρεαν, τότε οι συμβατικές σχέσεις-ο ατομισμός θα έπρεπε να πάρει τη θέση τους. Ο Simmel

ακολούθησε άλλο τρόπο σκέψης και έγραψε την πρώτη του εκτίμηση για τις *δικτυωμένες* πόλεις στο άρθρο του «Η Μητρόπολη και η Πνευματική Ζωή» (1903).

Σε αντίθεση προς τους τραντισιοναλιστές που αντιπαρέβαλλαν την «καλή» ζωή της παραδοσιακής αγροτικής κοινότητας προς την «αλλοτριωμένη» ζωή της σύγχρονης πόλης, ο Simmel διέκρινε στον αστικό τρόπο ζωής νέες δυνατότητες ελευθερίας και ανάπτυξης, όπως για παράδειγμα η ενσωμάτωση της ετερότητας και του πλουραλισμού, φαινόμενο που απέδωσε θεωρητικά με την εμπνευσμένη σύλληψη της μορφής του Ξένου. Η προσέγγιση του Simmel προέρχεται μερικώς από τη θέση του ως Εβραίος στη Γερμανία την εποχή του αντισημιτισμού. Επίσης, ο Simmel ήταν ο πρώτος που αντιμετώπισε τους ανθρώπους σαν δικτυωμένα άτομα (Rainie & Wellman, 2012). Η κοινωνιολογική θέση του Simmel περί του ιδεατού χαρακτήρα του ιστού συνοχής των κοινωνικών ομάδων αποκτά μεγάλη σημασία για τη μελέτη και την ανάλυση των ανθρώπινων κοινοτήτων και συνομαδώσεων. Αυτό που έχει βαρύνουσα σημασία από κοινωνιολογικής πλευράς είναι η ανάπτυξη της ατομικότητας.

Σύμφωνα με την ανάλυση του Simmel κάτι τέτοιο είναι δυνατό όταν το άτομο προσχωρεί σε διάφορες κοινωνικές ομάδες, οι οποίες διασταυρώνονται μεταξύ τους και μάλιστα όταν το σημείο επαφής τους είναι το ίδιο το άτομο. Κάθε νέα κοινωνική ομάδα στην οποία υπάγεται το άτομο του παρέχει μεγαλύτερη ελευθερία κινήσεων. Επιπλέον, το να επιδιώξει κανείς τα συμφέροντά του και το να ικανοποιήσει τις ανάγκες του αποτελεί μια πρακτική που δεν υπάγεται σε εγωιστικά απομονωμένα σχήματα, αλλά γίνεται σε άμεση αναφορά και συσχέτιση με τους άλλους. Όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός των διαφορετικών κοινωνικών ομάδων και ενώσεων στις οποίες είναι ενσωματωμένο το άτομο, τόσο πιο απίθανο είναι να βρεθεί με άλλο άτομο που να παρουσιάζει τον ίδιο ακριβώς συνδυασμό ομαδικών προσδέσεων. Με αυτό τον τρόπο η έννοια της ατομικότητας κερδίζει μεγαλύτερη αξία, αφού

ο συγκεκριμένος συνδυασμός ομαδικών προσδέσεων διαμορφώνει μια μοναδική προσωπικότητα. Έτσι προβάλλεται προς τα έξω η εικόνα ενός πολύπλευρου και πολυαξιακού κοινωνικού κόσμου όπου η ατομικότητα αποκτά υπόσταση μέσω πολλαπλών ομαδικών προσδέσεων. Άτομο και κοινωνία βρίσκονται πλέον σε σχέση αλληλοσυμπλήρωσης (Γιαννακόπουλος, 2005).

Φυσικά τα φαινόμενα ατομικισμού και οι αλλοτριωτικές συνέπειες τους δεν απουσιάζουν από τις νεωτερικές κοινωνίες, ωστόσο ο Simmel δεν εστιάζει σ' αυτά και προτιμά να δει την ανάδυση της ατομικότητας ως μια πολύπλοκη και αντιφατική διαδικασία μέσω της οποίας τα άτομα απεγκλωβίζονται από παραδοσιακές δομές και κατεστημένες πρακτικές. Και ενώ αυτό σε πρώτο επίπεδο μπορεί να αποπροσανατολίσει τα άτομα, εν τέλει τα κάνει πιο ανακλαστικά και προσαρμοστικά στις νέες καταστάσεις.

4.2.2 Κοινωνικά Δίκτυα

Κατά καιρούς έχουν οριστεί πολλές έννοιες για το τι είναι ένα κοινωνικό δίκτυο. Οι Walker, MacBride, και Vachon (1977), όρισαν ως κοινωνικό δίκτυο το άθροισμα των προσωπικών επαφών μέσω των οποίων το άτομο διατηρεί την κοινωνική του ταυτότητα, λαμβάνει συναισθηματική υποστήριξη, υλική ενίσχυση και συμμετοχή στις υπηρεσίες, έχει πρόσβαση στις πληροφορίες και δημιουργεί νέες κοινωνικές και επαγγελματικές επαφές.

Ο Millardo (1988) ορίζει ως κοινωνικό δίκτυο «ένα σύνολο ατόμων που γνωρίζουν και αλληλοεπιδρούν με ένα συγκεκριμένο άτομο στόχο ή ζευγάρι». Οι Brass, Butterfield και Skaggs (1998) ορίζουν το κοινωνικό δίκτυο ως ένα σύνολο παραγόντων (άνθρωποι, οργανισμοί, κτλ.) και μια σειρά από δεσμούς (φιλίες, χρηματικές συναλλαγές κ.τ.λ.) που

φανερώνουν κάποια σχέση –ή την απουσία αυτής– ανάμεσα στους παράγοντες. Σύμφωνα με τον Pescosolido (2006) τα βασικά χαρακτηριστικά ενός κοινωνικού δικτύου είναι τα εξής: οι κόμβοι, οι δεσμοί, οι υποομάδες, το είδος των δεσμών, το κοινωνιόγραμμα, το μέγεθος, πυκνότητα, η δύναμη και η πολυπλοκότητα των δεσμών και το κοινωνιομετρικό αστέρι.

Σύμφωνα με τους Berkman και Glass (2000) κοινωνικά δίκτυα ορίζονται επίσης και ως κοινωνικές σχέσεις οι οποίες περιβάλλουν ένα άτομο, ενώ τα χαρακτηριστικά τους επηρεάζουν τον τρόπο με τον οποίο τα άτομα αξιολογούν και αντιλαμβάνονται τις εν λόγω σχέσεις. Τα χαρακτηριστικά των κοινωνικών δικτύων είναι κατά κύριο λόγο το μέγεθος, το δέσιμο, η πυκνότητα δηλαδή η συνδετικότητα μεταξύ των μελών του δικτύου, η ομοιογένεια, η συχνότητα της επαφής των μελών, η διάρκεια και η αμοιβαιότητα.

Στις μέρες μας, ο όρος κοινωνικά δίκτυα έχει ταυτιστεί με τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, λόγω της δραματικής διείσδυσης του Διαδικτύου στην καθημερινή μας ζωή. Ωστόσο, η έννοια των κοινωνικών δικτύων δεν πρέπει να αντιμετωπίζεται σαν κάτι νεωτεριστικό, καθώς προσωπικά ανθρώπινα κοινωνικά δίκτυα προϋπήρξαν και αποτέλεσαν τον πρόδρομο των νέων μέσων κοινωνικής δικτύωσης με την ψηφιακή μορφή που όλοι γνωρίζουμε σήμερα και έχουν μελετηθεί διεξοδικά από τους επιστήμονες της Κοινωνιολογίας. Ουσιαστικά τα νέα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επέκτειναν τα ανθρώπινα κοινωνικά δίκτυα.

Μια θεμελιώδης θεωρία των online κοινωνικών δικτύων είναι η θεωρία των έξι βαθμών διαχωρισμού (Rohani & Hock, 2010). Το 1967 ο Αμερικανός ψυχολόγος Milgram διεξήγαγε το πείραμα του «μικρού κόσμου», με το οποίο έδειξε ότι όλοι οι άνθρωποι συνδέονται μεταξύ τους απέχοντας κατά μέσον όρο «έξι βαθμούς διαχωρισμού» (six degrees of separation). Στο

πείραμα του Milgram ζητήθηκε από μερικές εκατοντάδες ανθρώπους που ζούσαν στη Νεμπράσκα να στείλουν ένα γράμμα σε έναν επιχειρηματία στη Βοστώνη σχεδόν δυο χιλιάδες μίλια μακριά. Έτσι κάθε άτομο έστελνε το γράμμα σε εκείνον που πίστευε ότι ήταν περισσότερο πιθανόν να έχει μια προσωπική σχέση με τον επιχειρηματία της Βοστόνης. Οι ερευνητές μέτρησαν τον αριθμό των επιστολών που ταξίδεψαν από άτομο σε άτομο μέχρι τον επιχειρηματία και βρήκαν ότι ήταν κατά μέσο όρο έξι. Το γεγονός αυτό στάθηκε αφορμή για μια ολόκληρη σειρά ερευνών αυτού του φαινομένου «μικρού κόσμου και αποτελεί μια εμπειρική απόδειξη ότι αυθαίρετοι άνθρωποι σχετίζονται μεταξύ τους μέσω φίλων και μέσω φίλων των φίλων. Η υπόθεση του μικρού κόσμου οδήγησε στο συμπέρασμα ότι ο αριθμός των προσωπικών γνωριμιών για να συνδεθούν 2 άτομα τυχαία στον πλανήτη είναι μικρός. Έτσι αποδείχθηκε πως απαιτείται μια αλυσίδα 6 περίπου μεσαζόντων για να μεταδοθεί το μήνυμα, για τον λόγο αυτό η θεωρία ονομάστηκε «διαχώριση έξι βαθμών» (six degrees of separation).

Η θεωρία του Milgram αποτέλεσε τον προάγγελο της ανάλυσης των κοινωνικών δικτύων (social networks analysis) (Watts, 2003; Sundaram & al., 2012, González-Bailón, 2013; (Dodds, Muhamad, & Watts, 2003). Σύμφωνα με τους Maranto & Barton (2010) η ανάλυση των κοινωνικών δικτύων είναι ένα εργαλείο για τη διερεύνηση των τρόπων με τους οποίους τα μέλη των δικτύων αλληλοεπιδρούν και επικεντρώνεται στην έκταση, τη δύναμη, και τη φύση των ανταλλαγών, ή των συνδέσεων, μεταξύ τους. Σε γενικές γραμμές περιγράφει την πυκνότητα, την έκταση, την πολυσχιδία και το μέγεθος εδραιωμένων διανθρώπινων σχέσεων. Για να αποτελέσει ένα κοινωνικό φαινόμενο αντικείμενο μελέτης της ανάλυσης δικτύου πρέπει να σχηματοποιείται ως ένα δομημένο κοινωνικό πλέγμα ή ως ένα σχετικά πυκνό και σταθερό δίκτυο σχέσεων.

4.2.3 Η Δομή των Κοινωνικών Δικτύων

Η κλίση προς την εξατομικευμένη δικτύωση συνοδεύτηκε από μια αλλαγή στην προσέγγιση του τρόπου που συμπεριφέρονται κοινωνικά τα άτομα. Η ανάλυση κοινωνικών δικτύων, δεν εστιάζει στον τρόπο που συμπεριφέρονται τα άτομα σύμφωνα με τις προσωπικές ή συλλογικές νόρμες, αλλά στον τρόπο που οι συνδέσεις των ατόμων επηρεάζουν τις πιθανότητες και τους περιορισμούς στη συμπεριφορά τους. Η προσέγγιση των κοινωνικών δικτύων ανέπτυξε πέρα από το συστηματικό τρόπο παρακολούθησης των σχέσεων των ατόμων, δικό της θεωρητικό υπόβαθρο, μεθόδους και ερευνητικά αποτελέσματα. Η ανάλυση κοινωνικών δικτύων όπως αναφέρει ο κοινωνιολόγος Bernie Hogan (2008, σ. 143) «δίνει έμφαση στις ιδιαίτερες σχέσεις ανάμεσα στα άτομα, παρά στις εσωτερικές δυνάμεις, όπως είναι η προσωπικότητα, ή φυλή και το φύλο. Τα δίκτυα...αποτελούν τρόπους με τους οποίους τα άτομα διαπραγματεύονται τόσο τις ευκαιρίες όσο και τους περιορισμούς, δείχνοντας έτσι πως δεν αποτελούν μεμονωμένες περιπτώσεις αλλά δράστες σε μια δομή. Είναι πολύ δύσκολο να βρισκεται κάποιος στην επιτομή του πολιτισμού, αν δεν έχει πρόσβαση σε σημαντικούς ανθρώπους του πολιτισμού. Παρομοίως, είναι πολύ δύσκολο να διαπρέψει κάποιος στον πολιτικό στίβο, αν δεν υπάρχουν οι χρήσιμες διασυνδέσεις που θα τον προωθήσουν».

Η ανάλυση κοινωνικών δικτύων είναι ένα σύγχρονο μεθοδολογικό εργαλείο των ανθρωπιστικών επιστημών. Σε γενικές γραμμές περιγράφει την πυκνότητα, την έκταση, την πολυσχιδία και το μέγεθος των εδραιωμένων διανθρώπινων σχέσεων, στοιχεία που στη σχετική ορολογία καλούνται δομικοί παράμετροι. Για να αποτελέσει ένα κοινωνικό φαινόμενο αντικείμενο μελέτης της ανάλυσης δικτύου πρέπει να σχηματοποιείται ως ένα δομημένο κοινωνικό πλέγμα ή ως ένα σχετικά πυκνό και σταθερό δίκτυο σχέσεων. Μέσα από την περιήγηση στα άδυτα των κοινωνικών δικτύων αξιώνεται η συστηματική

προσπάθεια ανίχνευσης και διευρέυσης όλων των ιδιαίτερων γνωρισμάτων τους, τα οποία ορίζονται ως προϊόντα άμεσων ή έμμεσων αλληλοδράσεων μεταξύ Ego και Alter. Τέτοιου είδους γνωρίσματα καλούνται κοινωνικοί πόροι ή κοινωνικό κεφάλαιο (Γιαννακόπουλος, 2005).

4.3 Κοινωνικό κεφάλαιο

Το κοινωνικό κεφάλαιο έχει ως έννοια αποκτήσει τα τελευταία χρόνια μεγάλη βαρύτητα και έχει συνδεθεί με μεγάλο αριθμό επιστημονικών πεδίων και αναλύσεων. Η δυσκολία στον ορισμό της έννοιας του κοινωνικού κεφαλαίου βρίσκεται στις πολλές και διάφορες εννοιολογικές προσεγγίσεις και εφαρμογές. Μεμονωμένοι ερευνητές και όλος ο ερευνητικός χώρος αναζητούν τη συμφωνία προς τον ορισμό του. Περιπλέκοντας τη διαδικασία του ορισμού ακόμη περισσότερο το κοινωνικό κεφάλαιο αντιμετωπίζεται ως πολυ-επιστημονικός ερευνητικός χώρος (Daniel et al. 2003), όπου κάθε επιστήμη ορίζει την έννοια του κοινωνικού κεφαλαίου διαφορετικά.

Το κοινωνικό κεφάλαιο, ως θεωρητικό πλαίσιο, βασίζεται στη δουλειά των Bourdieu (1985) και Coleman (1988) με περαιτέρω εξέλιξη από τους Burt (1992), Putnam (1995, 2000), Lin (2001) και άλλους. Υπάρχουν περισσότεροι του ενός ορισμοί για το κοινωνικό κεφάλαιο, κοινό στοιχείο όλων όμως είναι η σύνδεση του όρου με τα κοινωνικά δίκτυα, εντός των οποίων αναπτύσσονται αλληλεπιδράσεις, έλξεις, φιλικές σχέσεις καθημερινής ασχολίας, μεταξύ των μελών μιας κοινωνίας. Ο Putnam ορίζει το κοινωνικό κεφάλαιο ως *«στοιχεία κοινωνικής οργάνωσης, όπως είναι η εμπιστοσύνη, οι κανόνες και τα δίκτυα, που μπορούν να βελτιώσουν την αποτελεσματικότητα της κοινωνίας, με τη διευκόλυνση συντονισμένων*

δράσεων» (1993, σ.167). Γενικά, οριοθετώντας το, το κοινωνικό κεφάλαιο αναφέρεται στα οφέλη που μπορεί να επιτευχθούν από τις συνδέσεις ανάμεσα σε ανθρώπους διαμέσου των κοινωνικών τους δικτύων (Putnam, 2000), είναι το απόθεμα γνώσης και επιρροής που παράγεται μέσα από αλληλοδράσεις με άλλους και είναι πάντα διαθέσιμο στο άτομο.

Ο Bourdieu είναι ίσως ο πρώτος από τους σύγχρονους αναλυτές που ασχολήθηκε με το συστηματικό ορισμό της έννοιας του κοινωνικού κεφαλαίου. Πιο συγκεκριμένα, ορίζει το κοινωνικό κεφάλαιο ως *«το σύνολο των πόρων, πραγματικών ή εικονικών, που συσσωρεύονται σε ένα άτομο ή σε μια ομάδα ατόμων, εξαιτίας της συμμετοχής τους σε ένα ανθεκτικό δίκτυο περισσότερο ή λιγότερο θεσμικών σχέσεων αμοιβαίας γνωριμίας και αποδοχής»* (Bourdieu, 1985, σ. 248). Σημειώνει ότι, το κοινωνικό κεφάλαιο περιλαμβάνει ακόμα το μετασχηματισμό τυχαίων σχέσεων αλληλεπίδρασης που λαμβάνουν χώρα σε κοινωνικά δίκτυα όπως είναι η γειτονιά, ο χώρος της εργασίας ή/και μεταξύ συγγενών, σε σχέσεις οι οποίες είναι ουσιώδεις και εκλεκτικές, που υποδηλώνουν την αίσθηση της δέσμευσης από τα υποκείμενα, την αίσθηση της ευγνωμοσύνης, του σεβασμού, της φιλίας κλπ. (Bourdieu 1985, σ. 248-250). Τ

Πιο πρόσφατα οι Adler και Kwon (2000, σ.93) διατυπώνουν πως το *«Κοινωνικό κεφάλαιο είναι ένας πόρος για το άτομο και για συλλογικούς φορείς (collective actors) που δημιουργείται από το σχηματισμό και το περιεχόμενο του δικτύου των περισσότερο ή λιγότερο διαρκών κοινωνικών σχέσεων»*.

Κατά τη μελέτη διαφόρων κειμένων τα οποία είχαν ως στόχο στην παραγωγή ενός κοινά αποδεκτού θεωρητικού πλαισίου για το κοινωνικό κεφάλαιο γίνεται φανερό πως δεν υπάρχει ακόμη ένα θεωρητικό πλαίσιο και ακόμη περισσότερο γίνεται φανερό πως οι διάφορες προσπάθειες διαφέρουν σημαντικά η μια από την άλλη. Εξαιτίας αυτών των διαφορών είναι

ευκολότερη η προσέγγιση της έννοιας του κοινωνικού κεφαλαίου προσεγγίζοντας τις πλευρές για τις οποίες συμφωνούν οι περισσότεροι ερευνητές.

Το κοινωνικό κεφάλαιο εκφράζει κυρίως την αξία των ανθρωπίνων σχέσεων στα διάφορα δίκτυα. Μια πρώτη αναφορά φαίνεται να γίνεται από την Hanifan (1916), της οποίας οι αναφορές για «επενδύσεις» στις κοινωνικές αξίες της κοινότητας, έχουν πολλές ομοιότητες με ανάλογες αναφορές που γίνονται σήμερα. Η Hanifan εξέφρασε την άποψη ότι όταν δημιουργούμε μια σχέση με τους γείτονες μας και αυτοί καλλιεργούν σχέσεις με κάποιους άλλους, τότε όλοι εμπλεκόμαστε στη δημιουργία κοινωνικού κεφαλαίου. Από τη μια μεριά, με τον τρόπο αυτό ικανοποιούνται κάποιες κοινωνικές ανάγκες και από την άλλη, με τη βοήθεια του υπάρχοντος αυτού δικτύου σχέσεων, βελτιώνεται η ζωή τόσο των ατόμων, όσο και της κοινότητας. Αυτός ο πρώιμος ορισμός του κοινωνικού κεφαλαίου υπονοεί ότι οι διαπροσωπικές σχέσεις αποτελούνται και αυτές από πόρους (recourses). Αυτό τονίζει και ο Bourdieu (1986), διατυπώνοντας την άποψη ότι το κοινωνικό κεφάλαιο - το εγγενές κεφάλαιο στις κοινωνικές σχέσεις - αποτελεί προσωπικό πλούτο για τα άτομα, τα οποία καταβάλουν μεγάλες προσπάθειες για να το αποκτήσουν, καλλιεργώντας, επεκτείνοντας και βελτιώνοντας το κοινωνικό τους δίκτυο.

Αν και οι πρωταρχικές πηγές του βρίσκονται σε προηγούμενες χρήσεις του όρου, ο Coleman μπορεί ίσως να ισχυριστεί ότι είναι αυτός που επινόησε και θεμελίωσε θεωρητικά την έννοια του κοινωνικού κεφαλαίου. Οι αναλύσεις του Coleman επικεντρώθηκαν στο ρόλο που μπορεί να έχει το κοινωνικό κεφάλαιο στη δημιουργία και ανάπτυξη του ανθρώπινου κεφαλαίου. Η προσέγγιση που επιχειρεί για τις πιθανές χρήσεις του κοινωνικού κεφαλαίου από τα άτομα για να αποκτήσουν εκπαιδευτικά οφέλη, προσομοιάζει σε αρκετά σημεία με εκείνη του Bourdieu. Ο Coleman (1988), ο οποίος θεώρησε το κοινωνικό κεφάλαιο ως

σημαντικό στοιχείο της οικονομικής κοινωνιολογίας, χρησιμοποίησε την έννοια αυτή για να αναφερθεί στις ανθρώπινες σχέσεις γενικά, συμπεριλαμβανομένης της αμοιβαιότητας, της υποστήριξης ενός ατόμου προς το άλλο και της αμοιβαίας εμπιστοσύνης.

Ο Putnam (1993, σελ. 167) θεωρεί ότι: *«το κοινωνικό κεφάλαιο...αναφέρεται σε χαρακτηριστικά της κοινωνικής οργάνωσης όπως είναι, η εμπιστοσύνη, οι κανόνες και τα δίκτυα, τα οποία μπορούν να βελτιώσουν την αποτελεσματικότητα της κοινωνίας»*. Ο ίδιος, όπως και πολλοί άλλοι πολιτικοί επιστήμονες, εξισώνει το κοινωνικό κεφάλαιο με το επίπεδο ενασχόλησης ή όχι των πολιτών με τα κοινά (το επίπεδο του «civicness» όπως το αποκαλούν), στις κοινότητες (κωμοπόλεις, χωριά, πόλεις, ακόμα και χώρες). Στην πράξη εξισώνουν το κοινωνικό κεφάλαιο με το επίπεδο της συνεργατικής συμπεριφοράς και της συμμετοχής και ανάμιξης των ατόμων της κοινότητας στα κοινά. Η συνεργατική συμπεριφορά και η ανάμιξη στα κοινά αποτυπώνονται από τη μέτρηση δεικτών όπως η ανάγνωση εφημερίδων, η εθελοντική συμμετοχή σε κοινωνικές οργανώσεις και η έκφραση εμπιστοσύνης στις πολιτικές αρχές. Ο Putnam επιστρά την προσοχή στην ύφεση, στη φθορά του κοινωνικού κεφαλαίου και της κοινωνικής ζωής της «κοινωνίας των πολιτών», ως συνέπεια της φθοράς του κοινωνικού κεφαλαίου (1993, 2000, 2002). Ένα από τα πλέον σημαντικά στοιχεία της δουλειάς του Putnam είναι ότι τεκμηριώνει, με την υποστήριξη σημαντικού όγκου πειραματικών δεδομένων, τον ισχυρισμό ότι η μέχρι πρότινος ανθηρή κοινωνία των πολιτών στις ΗΠΑ έχει εισέλθει σε μια συνεχιζόμενη φάση ύφεσης από το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου και μετά. Ένα από τα πλέον περίεργα και αξιοπρόσεκτα παραδείγματα που αναφέρει ο Putnam, είναι η παρατήρηση ότι όλο και λιγότερα άτομα προθυμοποιούνται να συμμετάσχουν στις διάφορες ομάδες μπόουλινγκ (bowling). Στο best-seller βιβλίο του *«Bowling Alone»* ο Putnam, αναφέρεται στο νέο αυτό φαινόμενο που αφορά στη μείωση των οργανωμένων συλλόγων bowling παρόλο που οι ασχολούμενοι με το

άθλημα αυτό στις ΗΠΑ αριθμούν περισσότερους από ποτέ. Αυτό το φαινομενικά απλό παράδειγμα της μείωσης των συλλόγων μπόουλινγκ δείχνει ξεκάθαρα την ανάπτυξη μιας πολύ ευρύτερης κοινωνικής διαδικασίας: Οι μοναχικοί παίκτες δεν συζητούν όπως παλιά, όπου συνοδευτικό του αθλήματος ήταν το δείπνο ή τα ποτά, κάτι που σημαίνει ότι πλέον δε σημειώνεται κάποια κοινωνική αλληλεπίδραση. Είτε ο Αμερικανός πολίτης είναι υπέρ ή κατά του μπόουλινγκ γεγονός παραμένει ότι η περίπτωση των λεσχών μπόουλινγκ καταδεικνύει τη φθορά, καταστρεπτική ίσως, του κοινωνικού κεφαλαίου» (Putnam, 2000).

Αναφορικά τώρα με τη διάδοση του Διαδικτύου, μερικοί κοινωνιολόγοι μελέτησαν την επίδραση της χρήσης του Διαδικτύου στο κοινωνικό κεφάλαιο. Τα τελευταία χρόνια διάφοροι ερευνητές κάνουν διαχωρισμό ανάμεσα σε κοινωνικό κεφάλαιο εκτός διαδικτύου και εντός διαδικτύου-ή κοινωνιοτεχνικό-κεφάλαιο (Resnick, 2001; Wellman & Gulia, 1999; Williams, 2006) βασιζόμενοι στις μοναδικές δυνατότητες που προσφέρονται από τις διάφορες διαδικτυακές εφαρμογές για επικοινωνία με ένα μεγάλο εύρος ανθρώπων. Αρκετοί ερευνητές υποστηρίζουν πως το Διαδίκτυο αποτελεί μια τεχνολογία κατασκευής του κοινωνικού κεφαλαίου, καθώς τα υπάρχοντα δίκτυα μπορούν να αξιοποιήσουν τη διάχυση της πληροφορίας από το δίκτυο και να γίνουν πιο αποτελεσματικοί και συνδεδεμένοι στην επικοινωνία (Wellman & Gulia, 1999; Wellman, Salaff, Dimitrova, Garton, Gulia & Haythornthwaite, 1996).

4.4 Η Ψυχολογική Αίσθηση της Κοινότητας

Η ψυχολογική αίσθηση της κοινότητας (Psychological Sense Of Community-PSOC) είναι μια έννοια της κοινωνικής ψυχολογίας (ή ακριβέστερα της κοινοτικής ψυχολογίας), η οποία

εστιάζει περισσότερο στην αίσθηση της «εμπειρίας» της κοινότητας (του να ανήκεις σε μια κοινότητα), παρά στη δομή ή στο σχηματισμό της ή τα άλλα χαρακτηριστικά γνωρίσματά της.

Το 1974, ο ψυχολόγος Seymour Sarason στο βιβλίο του «The psychological sense of community: Prospects for a community psychology», υποστηρίζει την ανάπτυξη μιας επιστήμης, η οποία να έχει ως πυρήνα της την ψυχολογική αίσθηση της κοινότητας. Ο Sarason πίστευε πως η *αίσθηση της κοινότητας* (sense of community-SoC) αποτελούσε το κλειδί για την κατανόηση ενός από τα πιο πιεστικά προβλήματα της κοινωνίας, την σκοτεινή πλευρά του ατομικισμού, το οποίο τον έβλεπε να εκδηλώνεται ως αποξένωση, ιδιοτέλεια, και απελπισία (Dalton, Elias & Wandersman, 2001). Για τον Sarason (1974, σ.157) η ψυχολογική αίσθηση της κοινότητας είναι *«η αντίληψη ομοιότητας προς τους άλλους, μια αναγνωρισμένη αλληλοεξάρτηση από τους άλλους, η προθυμία για διατήρηση αυτής της αλληλοεξάρτησης με την χορήγηση ή την πράξη προς τους άλλους αυτών που οι άλλοι περιμένουν από αυτούς, και η αίσθηση ότι κάποιος είναι μέρος μια μεγαλύτερης εξαρτημένης και σταθερής δομής»*. Έκτοτε αρκετές μελέτες έχουν αναπτύξει το θεωρητικό υπόβαθρο γύρω από αυτή την έννοια, ανάγοντάς την σε κεντρική αξία για την κοινοτική ψυχολογία (Sarason, 1986; Chavis & Pretty, 1999).

Οι McMillan και Chavis (1986) έθεσαν τις βάσεις για την ανάπτυξη της θεωρίας της ψυχολογικής αίσθησης της κοινότητας και μετέτρεψαν το θεωρητικό υπόβαθρο του Sarason σε μια μορφή πραγματικότητας. Οι McMillan και Chavis (1986, σ. 89) ορίζουν την αίσθηση της κοινότητας ως *«ένα αίσθημα του ανήκειν που έχουν τα μέλη, το αίσθημα ότι τα μέλη νοιάζονται το ένα για το άλλο και για την ομάδα, και μια κοινή αντίληψη ότι οι ανάγκες του θα ικανοποιηθούν διαμέσου της δέσμευσης τους να είναι μαζί»*. Προκειμένου να καταλάβουν

τους τρόπους με τους οποίους η αίσθηση της κοινότητας λειτουργεί στην πραγματικότητα, πρότειναν ένα μοντέλο στο οποίο οι τέσσερις συνιστώσες της αίσθησης της κοινότητας μπορούν να εντοπιστούν και να κατανοηθούν.

α) Η ιδιότητα του μέλους (Membership).

β) Η επιρροή (Influence).

γ) Η ενσωμάτωση και εκπλήρωση των αναγκών (Integration and fulfillment of needs).

δ) Η κοινή συναισθηματική σύνδεση (Shared emotional connection).

5. Οι Κοινωνικές Επιπτώσεις του Διαδικτύου

5.1 Οι Κοινωνικές επιπτώσεις του Διαδικτύου

Η παρουσία του Διαδικτύου άρχισε να αλλάζει με το χρόνο και να γίνεται ένα μέσο που δεν αφορά μόνο στην ελίτ τάξη αλλά να έχει κοινή χρήση στην καθημερινή ζωή των ανθρώπων και η αλλαγή αυτή προκάλεσε προβληματισμούς για τις συνέπειες της χρήσης του στην κοινωνική αλληλεπίδραση και στην τοπική κοινότητα. Κατά τη δεκαετία του 1990, που θεωρείται η πρώτη εποχή του Διαδικτύου, το Διαδίκτυο αντιμετωπίστηκε ως ένα τεχνολογικό θαύμα το οποίο θα έφερνε ένα νέο Διαφωτισμό και θα άλλαζε τον κόσμο, όπως ακριβώς η εμφάνιση της τυπογραφίας υποστήριξε το Διαφωτισμό στα χρόνια της Αναγέννησης.

Σύμφωνα με τον Barlow (1995) *«με την ανάπτυξη του Διαδικτύου, και τη αυξανόμενη διείσδυση της επικοινωνίας ανάμεσα σε συνδεδεμένους υπολογιστές, είμαστε στο μέσον του πιο σημαντικού τεχνολογικού γεγονότος μετά την σύλληψη της φωτιάς. Νόμιζα πως ήταν η μεγαλύτερη εφεύρεση από την εποχή του Γουτεμβέργιου, αλλά τώρα νομίζω πως πρέπει να πάμε πιο πέρα»* (σ. 36). Τα πρώτα εκείνα χρόνια της εμφάνισης του Διαδικτύου υπήρχε ένας τεράστιος ενθουσιασμός για τις αλλαγές που υποσχόταν να φέρει καθώς όλα φάνταζαν πιθανά. Μαζί με τον διάχυτο ενθουσιασμό για τις αλλαγές που θα έφερνε στον τρόπο επικοινωνίας το Διαδίκτυο, εμφανίστηκαν και οι πρώτοι προβληματισμοί για τις αλλαγές που έφερνε στην κοινωνική διάδραση και στην τοπική κοινότητα.

Παρόλο που ελάχιστοι είναι αυτοί οι οποίοι διαφωνούν με την άποψη που υποστηρίζει πως το Διαδίκτυο έχει μεταμορφώσει την οικονομική και κοινωνική ζωή, παράλληλα το ζήτημα

των επιδράσεων του Διαδικτύου στη διαπροσωπική επικοινωνία και την κοινωνικότητα παραμένει πηγή ένθερμων διαφωνιών. Μια ομάδα ερευνητών και θεωρητικών υποστηρίζει πως το Διαδίκτυο οδηγεί σε περισσότερες και καλύτερες κοινωνικές σχέσεις δημιουργώντας ένα επιπλέον μέσο επικοινωνίας για τους φίλους και την οικογένεια, όπως επίσης και για τη δημιουργία νέων σχέσεων μέσω των διαδικτυακών αλληλεπιδράσεων. Σε αντίθεση, άλλοι ερευνητές και θεωρητικοί αντιμετωπίζουν τη χρήση του Διαδικτύου ως μια κοινωνικά απομονωτική δραστηριότητα, επειδή ο χρόνος που αναλώνεται στο Διαδίκτυο αντικαθιστά άλλες κοινωνικές δραστηριότητες και αλληλεπιδράσεις πρόσωπο με πρόσωπο.

Δυο θεωρητικά ρεύματα κυριαρχούν σε αυτό το διάλογο. Ο Franzen (2000) υποστηρίζει πως το Διαδίκτυο έχει κάνει τα πάντα -συμπεριλαμβανομένης και της κοινωνικοποίησης- πιο αποτελεσματικά (α) Η υπόθεση της *αποτελεσματικότητας* (efficiency) υποστηρίζει πως το Διαδίκτυο προσφέρει μια πρόσθετη τεχνολογία για την ενασχόληση με την κοινωνική αλληλεπίδραση και τον συντονισμό των κοινωνικών δραστηριοτήτων. Επιπροσθέτως, το Διαδίκτυο μπορεί να κάνει άλλες δραστηριότητες πιο αποτελεσματικές αποδεσμεύοντας επιπλέον ελεύθερο χρόνο. Για παράδειγμα, εάν κάποιος κάνει τις αγορές του διαδικτυακά, αυτό μπορεί να ελευθερώνει χρόνο για να δει τους φίλους του (β) Η άλλη θεωρητική προσέγγιση είναι η *υπόθεση της εκτόπισης* (displacement) ή αλλιώς το *υδραυλικό μοντέλο*- ο χρόνος που αναλώνεται σε μια δραστηριότητα δε μπορεί να αναλωθεί σε άλλη δραστηριότητα. Ο χρόνος αποτελεί φαινόμενο μηδενικού αθροίσματος, όπως ένα υδραυλικό σύστημα- μπορεί να ανασχηματιστεί και να αναδιανεμηθεί, όπως ένα υγρό, αλλά δεν μπορεί να επεκταθεί όπως ένα αέριο. Έτσι, καθώς υπάρχουν μόνο 24 ώρες σε μια μέρα, ο χρόνος που αναλώνεται σε μια δραστηριότητα λειτουργεί εις βάρος του χρόνου που αναλώνεται σε άλλες δραστηριότητες. Ο χρόνος στο Διαδίκτυο, λοιπόν, είναι μια μη κοινωνική δραστηριότητα που ανταγωνίζεται παρά συμπληρώνει τον κοινωνικό χρόνο.

Ένα τρίτο ρεύμα το οποίο μερικές φορές αναφέρεται σε σχέση με το Διαδίκτυο και τις κοινωνικές επιπτώσεις τους είναι η *κοινοτιστική* υπόθεση. Έχει σχέση με την ποιότητα παρά με την ποσότητα, του χρόνου που αναλώνεται στη χρήση του Διαδικτύου και των επιπτώσεών του. Αυτή η άποψη εστιάζεται στη μοναδική ικανότητα του Διαδικτύου να καταργεί τη φυσική απόσταση και να δημιουργεί και να διατηρεί συνδέσεις ανάμεσα στα άτομα με κάποιο κοινό ενδιαφέρον ή ακόμη την νέα ανακάλυψη οικογενειακών δεσμών με μακρινούς συγγενείς, ή τη αναβίωση επαφών ανάμεσα σε φίλους που έχουν καιρό να βρεθούν, δημιουργώντας έτσι εικονικές «κοινότητες» κοινωνικής ανταλλαγής και υποστήριξης (Nie, Hillygus & Erbing, 2002).

Από τις πιο σημαντικές έρευνες, που διεξήχθησαν εκείνη την εποχή, είναι η έρευνα «*Homenet Study*» των Kraut, Patterson, Lundmark, Kiesler, Mukhopadhyay και Scherlis (1998), η έρευνα «*Netville*» των Katz, Rice και Aspden (2001), η έρευνα «*Internet and Society*» των Norman Nie και Lurz Erbring (2000), η έρευνα «*The Pew Internet and American Life Project*» (Rainie 2000; Howard, Rainie & Jones 2001), και η μελέτη του UCLA «*Surveying the Digital Future*» (Cole et al., 2000). Τα αποτελέσματα αυτών των ερευνών δεν είναι ξεκάθαρα. Οι έρευνες βασίστηκαν σε ποσοτικές μεθόδους χρησιμοποιώντας, ως δείγμα νέους μη έμπειρους χρήστες και επιπλέον αντιμετώπισαν την επικοινωνία μέσω υπολογιστή (CMC), ως ένα ξεχωριστό κοινωνικό σύστημα, απομακρυσμένο από τα υπόλοιπα μέσα επικοινωνίας που χρησιμοποιούνται για διατήρηση της επαφής στα μέλη των δικτύων.

Η μελέτη των Kraut et al., (1998) «*Homenet Study*» αποτελεί την καλύτερη απόδειξη μέχρι σήμερα, για την υποστήριξη της θέσης των δυστοπιστών. Η πρώτη έρευνα άρχισε το 1995

και παραχωρήθηκαν σε ενενήντα τρεις οικογένειες, που συμφώνησαν να συμμετάσχουν στην έρευνα, δωρεάν υπολογιστές, τηλεφωνική γραμμή και dial up σύνδεση το διαδίκτυο. Η έρευνα συνεχίστηκε για τρία χρόνια και τα αποτελέσματά της έδειξαν πως οι χρήστες που χρησιμοποιούσαν πολύ το Διαδίκτυο, είχαν μικρότερη επικοινωνία πρόσωπο με πρόσωπο με την οικογένειά τους, μικρότερους κοινωνικούς κύκλους, μεγαλύτερα επίπεδα μοναξιάς, άγχους και συμπτώματα κατάθλιψης. Παρόλο, όμως, που οι Kraut et al., (1998) με τη έρευνά τους πρόσφεραν μία από τις πιο ολοκληρωμένες αναλύσεις για τις επιδράσεις της τεχνολογίας της επικοινωνίας στις κοινωνικές σχέσεις, ένας αριθμός μεθοδολογικών θεμάτων περιορίζει την αξιοπιστία των αποτελεσμάτων. Όταν ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να αναφέρουν το μέγεθος των κοινωνικών τους δικτύων, τους δόθηκε ένας ορισμός, ο οποίος μπορεί να περιόρισε την απάντησή τους στα μέλη του δικτύου με τα οποία επικοινωνούν πρόσωπο με πρόσωπο. Έτσι είναι αδύνατον να οριστεί αν το μέγεθος των κοινωνικών δικτύων των συμμετεχόντων μειώθηκε, ως αποτέλεσμα της χρήσης του Διαδικτύου ή εάν η χρήση της επικοινωνίας μέσω υπολογιστή τους επέτρεψε να μεταφέρουν τη διατήρηση των κοινωνικών δεσμών τους σε ένα νέο μέσο επικοινωνίας. Εναλλακτικά, το Διαδίκτυο μπορεί ακόμη να επέτρεψε στην εξοικονόμηση χρόνου από την πρόσωπο με πρόσωπο επαφή και την διατήρηση μεγαλύτερου αριθμού μελών του δικτύου, όπως ακριβώς συνέβη με την υιοθέτηση του τηλεφώνου (Fischer, 1992). Επίσης, οι Nie και Hillygus (2002) υποστήριξαν με την εγκάρσια έρευνά τους πως η χρήση του Διαδικτύου βλάπτει την κοινωνική διάδραση με τα μέλη της οικογένειας, σε αντίθεση με τους Kraut et al. (2002) που υποστήριξαν ακριβώς το αντίθετο λίγα χρόνια αργότερα, βασιζόμενοι στα αποτελέσματα της νέας μακρόχρονης έρευνάς τους.

Στις Η.Π.Α οι Katz, Rice και Aspden (2001) ανέλυσαν τη σχέση ανάμεσα στη χρήση του διαδικτύου, τη συμμετοχή στην πολιτική και την κοινωνική αλληλεπίδραση στη βάση

ερευνών εθνικού επιπέδου μέσω τηλεφώνου, οι οποίες διεξήχθησαν το 1995, το 1996, το 1997 και το 2000. Τα αποτελέσματα της έρευνας δείχνουν ότι μεταξύ των χρηστών του Διαδικτύου τα επίπεδα συμμετοχής στην κοινότητα και στην πολιτική ήταν υψηλότερα ή ίσα με εκείνα των μη χρηστών. Επίσης, υπήρχε θετική σχέση ανάμεσα στη χρήση του Διαδικτύου και τη συχνότητα των τηλεφωνικών κλήσεων και υψηλότερο επίπεδο κοινωνικής αλληλεπίδρασης. Οι χρήστες του Διαδικτύου ήταν πιθανότερο να συναντιούνται με φίλους και να έχουν κοινωνική ζωή εκτός σπιτιού παρά η μη χρήστες. Τόσο για τους μακροχρόνιους όσο και για τους πρόσφατους χρήστες του Διαδικτύου η online δραστηριότητα δεν είχε μεγάλη επίπτωση στο χρόνο που περνούν με την οικογένεια και με φίλους. Το ένα δέκατο των χρηστών του Διαδικτύου είχε γνωρίσει νέους φίλους online και ήταν δραστήριοι σε online κοινότητες.

Παρόμοια ευρήματα αναφέρουν και οι Howard, Rainie και Jones (2001) στην έρευνα «*Pew Internet and American Life Project*» (2000) που διεξήχθη σε εθνικό επίπεδο. Συγκεκριμένα, τα αποτελέσματα της έρευνάς τους έδειξαν πως η χρήση της ηλεκτρονικής αλληλογραφίας ενίσχυε την κοινωνική ζωή με την οικογένεια και τους φίλους και επέκτεινε τις συνολικές κοινωνικές επαφές. Τα ευρήματα αυτά είναι μετά από έλεγχο πιθανών άλλων μεταβλητών πέρα από τη χρήση ηλεκτρονικής αλληλογραφίας. Μια άλλη έρευνα του 1999 (DiMaggio, Hargittai, Neuman, & Robinson, 2001) έδειξε ότι οι χρήστες του Διαδικτύου έχουν την τάση να συμμετάσχουν σε μεγαλύτερα κοινωνικά δίκτυα απ' ό,τι οι μη χρήστες.

Η έρευνα «*Surveying the Digital Future*» από την ερευνητική ομάδα του UCLA που διεξήχθη για 4 χρόνια σε επίπεδο εθνικού δείγματος Αμερικανών πολιτών, χρηστών και μη χρηστών του Διαδικτύου, και η οποία δημοσιεύτηκε στο Διαδίκτυο τον Οκτώβριο του 2000, βρήκε ότι τα δύο τρίτα των 2.096 συμμετεχόντων είχαν μπει στο Διαδίκτυο κάποια στιγμή

κατά το προηγούμενο έτος. Από αυτούς το 75% δήλωσε ότι η χρήση ηλεκτρονικής αλληλογραφίας, δικτυακών τόπων και δωματίων συνομιλίας είχε μετρίως θετική επίπτωση στην ικανότητά τους να κάνουν φίλους και να επικοινωνούν με τις οικογένειές τους (Cole et al., 2000).

Επιπλέον, στα πλαίσια ενός ρεύματος μελετών κατά την τελευταία μισή δεκαετία του 1990, ο Wellman και οι συνάδελφοί του έδειξαν ότι υπάρχει θετική συσχέτιση ανάμεσα στην ένταση της χρήσης του Διαδικτύου και την πυκνότητα των κοινωνικών σχέσεων. Ίσως τα σημαντικότερα ευρήματα είναι εκείνα τα οποία αναφέρει η ομάδα του Wellman στη βάση μιας έρευνας 40.000 χρηστών του Διαδικτύου στη Βόρεια Αμερική, η οποία διεξήχθη μέσω του δικτυακού τύπου του National Geographic Society, το φθινόπωρο του 1998. Βρήκαν ότι η χρήση της ηλεκτρονικής αλληλογραφίας αύξανε την κοινωνική αλληλεπίδραση πρόσωπο με πρόσωπο, δια τηλεφώνου και δια αλληλογραφίας και δεν υποκαθιστούσε άλλες μορφές κοινωνικής αλληλεπίδρασης. Η θετική επίπτωση την οποία έχει στην κοινωνικότητα η χρήση ηλεκτρονικής αλληλογραφίας ήταν σημαντικότερη για την αλληλεπίδραση με φίλους παρά με συγγενείς και σχετιζόταν ιδιαίτερα με τη διατήρηση επαφής με φίλους και συγγενείς που ζουν μακριά.

Αναπτύσσοντας αυτή την ερευνητική προοπτική οι Hampton και Wellman (2002) διεξήγαγαν το 1998-1999 μια μελέτη για το πιο προηγμένο «καλωδιωμένο» προάστιο του Καναδά. Το «Netville» είναι ένα προάστιο του Τορόντο που πουλήθηκε ως η «πρώτη αλληλεπιδραστική κοινότητα κατοικιών». Υψηλού εύρους ζώνη και σύνδεση με το Διαδίκτυο, δωρεάν για δυο χρόνια, προσφέρθηκε σε περίπου 120 ιδιοκτήτες σπιτιών (της κατώτερης μεσαίας τάξης), οι οποίοι σε αντάλλαγμα θα δέχονταν να αποτελέσουν αντικείμενο μελέτης. Τα ευρήματα της έρευνας έδειξαν πως οι κάτοικοι του «Netville», που ήταν χρήστες του Διαδικτύου, είχαν μεγαλύτερο αριθμό ισχυρών κοινωνικών δεσμών,

αδύναμων δεσμών και δεσμών γνωριμίας, εντός και εκτός του προαστίου, απ' ότι εκείνοι χωρίς σύνδεση με το Διαδίκτυο. Η χρήση του Διαδικτύου ενίσχυε την κοινωνικότητα τόσο σε σχέσεις από απόσταση όσο και στην τοπική κοινότητα. Οι άνθρωποι ήξεραν καλύτερα τα τοπικά νέα χάρη στην πρόσβαση στο σύστημα ηλεκτρονικής αλληλογραφίας της κοινότητας, το οποίο χρησίμευε ως εργαλείο επικοινωνίας μεταξύ των γειτόνων. Συνολικά, στον πειραματισμό του «Netville» υπήρχε θετικό αποτέλεσμα ανάδρασης ανάμεσα στην εντός Διαδικτύου και την εκτός Διαδικτύου κοινωνικότητα, καθώς για τους περισσότερους χρήστες η χρήση του Διαδικτύου ενίσχυε και διατηρούσε τους κοινωνικούς δεσμούς και την κοινωνική συμμετοχή.

Οι Shklovski, Kiesler και Kraut (2003) επιχείρησαν μια μετα-ανάλυση 16 ερευνών σχετικών με την επίδραση του Διαδικτύου και την κοινωνική αλληλεπίδραση, οι οποίες διεξήχθησαν από το 1995-2003. Η μετα-ανάλυσή τους έδειξε πως η χρήση του Διαδικτύου από τα άτομα δεν συσχετίζεται με την κοινωνική αλληλεπίδραση των ατόμων με τα μέλη της οικογένειά τους. Αντιθέτως, τα αποτελέσματα για την αλληλεπίδραση με φίλους είναι αντιφατικά. Μελέτες με εγκάρσιο (cross-sectional) σχεδιασμό έδειξαν πως η μεγαλύτερη χρήση του Διαδικτύου συνδέεται με λιγότερη αλληλεπίδραση με φίλους. Παρόλα αυτά, έρευνες που χρησιμοποίησαν επαναλαμβανόμενες μετρήσεις για μεγάλο χρονικό διάστημα έδειξαν πως η μεγαλύτερη χρήση του Διαδικτύου οδηγούσε σε μια ελαφριά αύξηση στην αλληλεπίδραση με φίλους.

Συνολικά το σώμα των μαρτυριών δε στηρίζει τη θέση ότι η χρήση του Διαδικτύου οδηγεί σε μικρότερη κοινωνική αλληλεπίδραση και σε μεγαλύτερη κοινωνική απομόνωση. Όμως, υπάρχουν μερικές ενδείξεις ότι υπό ορισμένες συνθήκες η χρήση του Διαδικτύου μπορεί να λειτουργεί ως υποκατάστατο άλλων κοινωνικών δραστηριοτήτων. Επίσης, οι μελέτες που

στηρίζουν διαφορετικές θέσεις έγιναν σε διαφορετικούς χρόνους, σε διαφορετικά πλαίσια και σε διαφορετικά στάδια της διάδοσης της χρήσης του Διαδικτύου.

Μια ομάδα ερευνητών και θεωρητικών υποστηρίζει πως το Διαδίκτυο οδηγεί σε περισσότερες και καλύτερες κοινωνικές σχέσεις δημιουργώντας ένα επιπλέον μέσο επικοινωνίας για τους φίλους και την οικογένεια, όπως επίσης και για τη δημιουργία νέων σχέσεων μέσω των διαδικτυακών αλληλεπιδράσεων. Σε αντίθεση, άλλοι ερευνητές και θεωρητικοί αντιμετωπίζουν τη χρήση του Διαδικτύου ως μια κοινωνικά απομονωτική δραστηριότητα, επειδή ο χρόνος που αναλώνεται στο Διαδίκτυο αντικαθιστά άλλες κοινωνικές δραστηριότητες και αλληλεπιδράσεις πρόσωπο με πρόσωπο.

5.1.1 Κοινωνικό Κεφάλαιο και Διαδίκτυο

Από την εποχή της βιομηχανικής επανάστασης και πρόσφατα την εποχή της Πληροφορίας υπήρξαν πολλοί προβληματισμοί σχετικά με την επίδρασή τους στην πτώση της κοινότητας. Οι προβληματισμοί αυτοί αφορούσαν την (α) εξασθένηση της προσωπικής κοινότητας: κοινωνική επαφή με φίλους, συναδέλφους και γείτονες (β) την πτώση της δημόσιας κοινότητας: μαζώξεις σε δημόσιους χώρους, συμμετοχή σε εθελοντικές οργανώσεις, ενδιαφέρον για την πολιτική και αφοσίωση στην κοινότητα και (γ) απομάκρυνση από την κοινότητα: θετικές στάσεις προς τη ζωή στην κοινότητα και επιθυμία συμμετοχής στην ευζωία της κοινότητας.

Τα τελευταία χρόνια ο Putnam (1996, 2000) επισήμανε μια πτώση στην Αμερικανική προσωπική και δημόσια κοινότητα. Συμφωνώντας με τον Putnam, ο Wellman, καθηγητής του πανεπιστημίου του Toronto και οι συνεργάτες του (Wellman et al., 2001), διακρίνουν

μεταξύ δυο μορφών κοινωνικού κεφαλαίου. Το δικτυακό κεφάλαιο είναι αυτό που δημιουργείται από την καλλιέργεια σχέσεων με τους γείτονες, συνεργάτες και στενούς φίλους. Αυτός ο τύπος κεφαλαίου είναι μια από τις κύριες πηγές πληροφορίας, η βάση συγκεκριμένων λειτουργιών και το αίσθημα του «ανήκω κάπου» σχετίζεται με αυτό το είδος κοινωνικού κεφαλαίου. Η βάση του συμμετοχικού κεφαλαίου είναι ο ρόλος που αυτό διαδραματίζει στους πολιτικούς σχηματισμούς, σε μη-κυβερνητικές οργανώσεις, εξασφαλίζοντας στα άτομα την ευκαιρία να επιτελέσουν κάποιο έργο εντός της κοινότητας, ή να καθορίσουν τους κοινούς στόχους και να τους διεκδικήσουν με έναν συνεπή τρόπο. Οι Wellman et al. (2001) προσέθεσαν και ένα τρίτο στοιχείο στην έννοια του κοινωνικού κεφαλαίου: η κοινοτική αφοσίωση αναπαριστά μια ισχυρή κινητήρια δύναμη, με τη βοήθεια της οποίας το κοινωνικό κεφάλαιο μπορεί πιο εύκολα να κινητοποιηθεί. Υπονοεί, επίσης, την ύπαρξη ενός αισθήματος ευθύνης και συνεισφέρει στον προσδιορισμό της ταυτότητας των ατόμων. Εάν θέσουμε σήμερα σε μερικούς εξέχοντες κοινωνιολόγους το ερώτημα «Με ποιό τρόπο επηρεάζει το Διαδίκτυο το κοινωνικό κεφάλαιο;» θα λάβουμε, κατά πάσα πιθανότητα, ποικίλες απαντήσεις, μερικές μάλιστα από αυτές δεν αποκλείεται να έρχονται σε πλήρη αντίθεση μεταξύ τους. Σε μια μελέτη τους, οι Wellman et al. (2001) εξηγούν λεπτομερώς τις αισιόδοξες απόψεις που διατυπώνουν, αναφορικά με το ρόλο του Διαδικτύου και συγκεκριμένα ότι ο Παγκόσμιος Ιστός προσφέρει νέες μορφές επαφής και επικοινωνίας, οι οποίες αναζωογονούν τις κοινότητες των ανθρώπων. Την ίδια στιγμή, εφόσον καταργούνται οι χρονικοί και οι χωρικοί περιορισμοί, οι νεοσχηματιζόμενες κοινωνικές ομάδες μπορούν να ενδυναμωθούν ακόμη περισσότερο.

Το κεντρικό σημείο των αντεπιχειρημάτων που προτάσσει το αντίπαλο στρατόπεδο, μπορεί να διατυπωθεί ως εξής: Το Διαδίκτυο οδηγεί σε μείωση του κοινωνικού κεφαλαίου, το δίκτυο αποξενώνει τους ανθρώπους και τους απομακρύνει από τη σύναψη και διατήρηση

πραγματικών, διαπροσωπικών σχέσεων. Ένα από τα πλέον σημαντικά τους επιχειρήματα αναφέρεται στα χρονικά όρια: εάν πρόκειται να προσμετρήσουμε και αυτή τη νέα δραστηριότητα, τη χρήση του Παγκόσμιου Ιστού, στην ημέρα των 24 ωρών, τότε αναγκαστικά θα πρέπει να ελαττώσουμε το χρόνο που κανονικά θα αφιερώναμε σε άλλες δραστηριότητες, όπως π.χ. στην καλλιέργεια προσωπικών σχέσεων.

Οι Wellman et al. (2001) μελέτησαν την ενσωμάτωση της χρήσης του Παγκοσμίου Ιστού στην καθημερινή ζωή των ανθρώπων και βρήκαν ότι ο Παγκόσμιος Ιστός δεν επιφέρει κάποιο άμεσο και μονόπλευρο αποτέλεσμα στο κοινωνικό κεφάλαιο. Αντίθετα, παρουσιάζεται μάλλον συμπληρωματική (η χρήση του Παγκόσμιου Ιστού) ως προς την κοινωνική αλληλεπίδραση και βοηθά στη διατήρηση ήδη υπαρχόντων κοινωνικών σχέσεων. Με βάση αυτό, μπορούμε να συμπεράνουμε ότι το Διαδίκτυο έχει την εξής επίδραση στο κοινωνικό κεφάλαιο: ο υπολογιστής και ο Παγκόσμιος Ιστός επεκτείνουν τον ήδη υπάρχοντα κύκλο κοινωνικών σχέσεων. Το email και οι ηλεκτρονικές συνομιλίες (chats) δεν μπορούν να αντικαταστήσουν τις προσωπικές σχέσεις, παρά μόνο να λειτουργήσουν συμπληρωματικά ως προς αυτές. Αναλύοντας τις απαντήσεις που συνέλεξαν κατά τη διάρκεια της έρευνας, είδαν ξεκάθαρα ότι οι δικτυακές επικοινωνίες δεν οδήγησαν σε αύξηση του αριθμού των προσωπικών συναντήσεων. Κάτι που παρουσιάζει ενδιαφέρον είναι γεγονός ότι η πλειοψηφία των Διαδικτυακών σχέσεων αναπτύχθηκε μεταξύ ατόμων που βρισκόταν σε μια απόσταση το πολύ 50 χιλιομέτρων το ένα από το άλλο. Η επικοινωνία παρουσιαζόταν πιο έντονη, στις περιπτώσεις όπου οι αποστάσεις κρατούσαν τους ανθρώπους μακριά και βαθιές, αληθινές φιλικές σχέσεις μπορούσαν να διατηρηθούν μόνο μέσω του υπολογιστή.

Λαμβάνοντας υπόψη τον τρόπο με τον οποίο αναπτύχθηκαν οι σχέσεις, οι Wellman et al. (2001) έφθασαν στο συμπέρασμα ότι το Διαδίκτυο επιφέρει ένα συμπληρωματικό

αποτέλεσμα στο κοινωνικό κεφάλαιο, με άλλα λόγια ούτε οι αντι-ουτοπιστές, οι οποίοι προτείνουν ένα σκοτεινό μέλλον μιας κοινωνίας μεμονωμένων ατόμων και αποξενωμένων χρηστών υπολογιστών, ούτε αυτοί που οραματίζονται ένα λαμπρό μέλλον για τη νέα μορφή κοινωνία, είναι εντελώς σωστοί. Πέρα από τη μελέτη των επιδράσεων επί του κοινωνικού κεφαλαίου, οι Wellman et al. (2001) αναφέρουν ότι ο Παγκόσμιος Ιστός αυξάνει σημαντικά το συμμετοχικό κεφάλαιο. Όσο περισσότερο χρόνο αφιερώνει κανείς στο Διαδίκτυο, τόσο περισσότερο εμπλέκεται και ασχολείται με πράγματα που οργανώνονται σε πραγματικό χρόνο, online, ή σε πολιτικές δραστηριότητες. Το φαινόμενο μπορεί να παρατηρηθεί μεταξύ πρώην ενεργά συμμετεχόντων στην πολιτική ζωή, όπως, επίσης, και μεταξύ των πολιτών εκείνων οι οποίοι ήταν λιγότερο ενεργοί στην πολιτική ζωή εκτός του Διαδικτύου.

Βελτίωση στο κοινωνικό κεφάλαιο με τη χρήση του Διαδικτύου αναφέρουν και τα αποτελέσματα άλλων ερευνών που πραγματοποιήθηκαν στην Ευρώπη (Pénard & Poussing, 2010).

Οι έρευνες που αναφέρονται παραπάνω αφορούν στο πρώτο στάδιο της διεξόδου του διαδικτύου και πριν την εμφάνιση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης. Οι περισσότερες πιο πρόσφατες έρευνες εστιάζονται στο ρόλο των κοινωνικών μέσων, όπως είναι το Facebook και υποστηρίζουν πως η διαδικτυακή αλληλεπίδραση βοηθάει στη διατήρηση των κοινωνικών δεσμών πέρα από τις δεσμεύσεις του χρόνου και του τόπου (Geraki, Nardotto, Reggiani & Sabatini, 2018)

5.2 Κοινωνικές επιπτώσεις και εικονικές κοινότητες

5.2.1 Εικονική κοινότητα και κοινότητα

Η κοινωνιολογική έννοια του όρου «κοινότητα» και η σχέση της με την εικονική κοινότητα έχει απασχολήσει αρκετούς ερευνητές που προσπαθούν να αναλύσουν αυτή τη νέα μορφή κοινωνικότητας. Από την εμφάνιση των εικονικών κοινοτήτων άρχισε να αναπτύσσεται μια ιδιαίτερα έντονη συζήτηση για το κατά πόσο οι εικονικές κοινότητες βελτιώνουν ή επιδεινώνουν τις μεταβολές τις οποίες έχουν υποστεί στην ύστερη νεωτερικότητα οι ανθρώπινες κοινότητες της «πραγματικής» ζωής, όσον αφορά τη μορφή και τη σημασία τους (Κούρτη, 2003 σ. 162). Οι εικονικές κοινότητες μελετώνται από τις αρχές της δεκαετίας 1990. Στην αρχή, το κεντρικό ερώτημα ήταν: (α) εάν οι εικονικές κοινότητες ήταν στην πραγματικότητα κοινότητες και (β) ποιές ήταν οι κοινωνικές επιπτώσεις της συμμετοχής στις εικονικές κοινότητες.

Ορισμένοι ερευνητές υποστηρίζουν πως οι εικονικές κοινότητες καλύπτουν την ανάγκη αντικατάστασης των αποδιοργανωμένων παραδοσιακών κοινοτήτων. Καθώς οι κοινότητες εξαφανίζονται στην «πραγματική ζωή», οι εικονικές κοινότητες μπορούν να επαναφέρουν τους ανθρώπους σε πιο ουσιαστικές μεταξύ τους κοινωνικές σχέσεις (Baym, 1995; Bruckman, 1992; Utz, 1999). Άλλοι ερευνητές υποστηρίζουν πως οι εικονικές κοινότητες οδηγούν σε απόσυρση από την «πραγματική» ζωή εντείνοντας έτσι την παρακμή της κοινωνικότητας του πραγματικού κόσμου (Fox, 1995; Kraut et al., 1998; Slouka, 1995; Turkle, 1999).

Αρκετοί συγγραφείς αντιμετώπισαν τις σχέσεις μέσω επικοινωνίας του υπολογιστή ως κατώτερες από τις σχέσεις πρόσωπο με πρόσωπο και συνεπώς τις εικονικές κοινότητες ως ψευτοκοινότητες (Beniger, 1987). Ορισμένοι υποστήριζαν πως οι εικονικές κοινότητες κατέστρεφαν τις «πραγματικές» κοινότητες καθώς υπέθεταν πως η ενασχόληση με τις εικονικές κοινότητες θα οδηγούσε σε μια απομάκρυνση από τις κοινότητες εκτός δικτύου (Fox, 1995; Kraut et al., 1998; Slouka, 1995). Η ψυχολόγος Sherry Turkle γράφει επί του θέματος *«Η νέα πρακτική να μεταφέρεσαι σε εικονικούς κόσμους, εγείρει βασικά ερωτήματα σχετικά με την κοινοτική μας ζωή και τους ίδιους μας τους εαυτούς.(..) Η τεχνολογία μας αλλάζει ως ανθρώπους, και αλλάζει επίσης τις σχέσεις μας και την αυτοεικόνα μας»* (Turkle, 1999, σ.176). Ο Preston (2001) υποστηρίζει ότι οι νέες αυτές κοινότητες, που είναι ένας είδος «μικρογραφίας δημοσίων σφαιρών», δεν μπορούν να προκαλέσουν αλλαγές στις υπάρχουσες κοινωνικές δομές. Σύμφωνα με την άποψή του, πρόκειται για μια τεχνολογική φαντασίωση, στο πλαίσιο της οποίας οι άνθρωποι ζουν σε μια «ψηφιακή ουτοπία».

Αντιθέτως, ορισμένοι εμφανίζονταν ιδιαίτερα ενθουσιασμένοι και πίστευαν πως οι εικονικές κοινότητες θα δημιουργούσαν νέες μορφές επικοινωνίας, οι οποίες θα μπορούσαν να ενώσουν ανθρώπους από διαφορετικές φυλές και τάξεις (Barlow, 1995; Rheingold, 1993). Οι έρευνες που διεξάγονταν εκείνη την περίοδο έδειχναν πως οι εικονικές κοινότητες μπορούν να αποτελέσουν πραγματικές κοινότητες, παρά ψευτοκοινότητες (π.χ., Baym, 1995; Bruckman, 1992; Utz, 1999). Παρόλο που υπήρχαν έντονες αντιδράσεις σε σχετικές αναφορές για την κοινότητα που έχει χαθεί (Bernard, 1973; Wellman, 1979; Wellman, Carrington, & Hall, 1988), πόθοι για την αναδόμηση της κοινότητας και για μεγαλύτερη αίσθηση του ανήκειν συνεχίζουν να εμφανίζονται σε επίκαιρες συζητήσεις σχετικά με την εικονική κοινότητα. Ο Rheingold (1993, σ. 62), για παράδειγμα, εικάζει ότι οι εικονικές

κοινότητες είναι τόσο δημοφιλείς γιατί αποτελούν μια «απάντηση στην πείνα για την κοινότητα, η οποία ακολούθησε την αποσύνθεση των παραδοσιακών κοινοτήτων».

Οι εννοιολογικές προσεγγίσεις της κοινότητας περιπλέκονται περισσότερο από τις τάσεις ανάμεσα στις περιγραφικές (descriptive) και κανονιστικές (prescriptive) προσεγγίσεις και σε τάσεις ανάμεσα σε «δυνατές» και «ασθενείς» προϋποθέσεις. Οι θεωρητικοί των κοινωνικών δικτύων τείνουν να προσεγγίζουν την έννοια περιγραφικά παραθέτοντας τη φύση των κοινωνικών δεσμών μέσα σε φυσικά περιβάλλοντα, όπως και σε περιβάλλοντα επικοινωνίας μέσω υπολογιστή (Hampton & Wellman, 2003; Wellman & Gulia, 1999; Wellman et al., 1988). Αλλά, όπως παρατηρεί ο Wilson (2006, σ.22) άλλοι ασχολούνται με «αυστηρά πλαίσια για το τι είναι η κοινότητα και πώς πρέπει να λειτουργεί».

Πρωταγωνιστικό ρόλο των «κανονιστικών» είναι μελετητές, οι οποίοι καλούν για μια ανανέωση της κοινότητας και για μεγαλύτερη πολιτική συμμετοχή (π.χ, Putnam, 2000; Putnam & Feldstein, 2003). Οι υπέρμαχοι των «δυνατών» προϋποθέσεων συνήθως περιορίζουν την έννοια της κοινότητας σε ομάδες ανθρώπων, οι οποίοι μοιράζονται ένα φυσικό χώρο, είναι σχετικά αυτάρκεις σε αυτό το χώρο και είναι συνδεδεμένοι με δεσμούς που περιλαμβάνουν την συγγένεια (Bell & Newby, 1974; Kinton, 1975). Με το πέρασμα του χρόνου κάποιοι θεωρητικοί απομακρύνθηκαν από την εννοιολογική προσέγγιση της κοινότητας ως μια γεωγραφική οντότητα, προσεγγίζοντας την με ψυχολογικούς όρους ή ως μια ποιότητα κοινωνικότητας (Amit, 2000). Σύμφωνα με αυτή την «ασθενή» προσέγγιση η κοινότητα αντιμετωπίζεται ως κουλτούρα, ένα σύνολο από ιδέες και διαπροσωπικά συναισθήματα παρά ως ένα φυσικός χώρος (Anderson, 1991; Bender, 1978; Calhoun, 1980). Σε αυτό το πλαίσιο οι «εικονικές κοινότητες» ορίζονται ως κοινωνικές ομάδες, οι οποίες

παρουσιάζουν τις ψυχολογικές και πολιτιστικές ποιότητες μιας δυνατής κοινότητας χωρίς φυσική εγγύτητα (Willson, 2006).

Ο Αμερικανός δημοσιογράφος και δοκιμιογράφος Rheingold θεωρείται ένας από τους ταγούς της θεματικής των εικονικών κοινοτήτων. Στο κλασικό πλέον έργο του «The Virtual Community» (1993) περιγράφει με λογοτεχνικό τρόπο την παγίωση των σχέσεων μέσα από μια ψηφιακή συνομάδωση, καθώς και τις καθημερινές πρακτικές που αναπτύσσονται μεταξύ των μελών της. Μέσα από την προσωπική του εμπειρία και εξοικείωση στις ηλεκτρονικές συζητήσεις, αφηγείται παραστατικά διάφορα ευχάριστα και δυσάρεστα γεγονότα της εικονικής του γειτονιάς, που όπως παραδέχεται και ο ίδιος, ενδυναμώνουν το κοινοτικό πλέγμα και δημιουργούν ένα κοινό αίσθημα του συνανήκειν. Ο ορισμός που δίνει ο Rheingold έχει ως εξής: *«Οι εικονικές κοινότητες αποτελούν κοινωνικές συναθροίσεις που πηγάζουν από το Internet, όταν αρκετοί άνθρωποι συνεχίζουν (...) τις δημόσιες συζητήσεις για αρκετά μεγάλο διάστημα, με επαρκές ανθρώπινο συναίσθημα, να δημιουργούν ιστούς προσωπικών σχέσεων στον κυβερνοχώρο»* (Rheingold, 1994 σ. 5). Ένας πιο συγκεκριμένος ορισμός δίνεται από τους Fernback και Thompson (1995, σ.45), οι οποίοι ορίζουν τις εικονικές κοινότητες ως *«κοινωνικές σχέσεις που διαμορφώνονται στον κυβερνοχώρο μέσω της επαναλαμβανόμενης επαφής σε ένα συγκεκριμένο όριο ή τόπο (π.χ ένα συνέδριο) οι οποίες συμβολικά οριοθετούνται από το θέμα ενδιαφέροντος»*.

Ο Bell (2001, σ. 95-97) θεωρεί πως το ζήτημα της «κοινοτικότητας» των εικονικών κοινοτήτων θα πρέπει να αναλυθεί στο πλαίσιο μιας ευρύτερης συζήτησης σχετικά με τις κοινωνικές, οικονομικές, πολιτικές και πολιτισμικές διαδικασίες αλλά και με την έννοια της «κοινοτικότητας» στην εποχή μας και ότι για να κατανοήσουμε τις εικονικές κοινότητες πρέπει να επανέλθουμε στην έννοια του *Bund* ή *communion*-όρος που προτείνεται στη δεκαετία του

1920 από τον Schmalenbach, ως ένας τρίτος όρος στη διάκριση που κάνει ο Tönnies μεταξύ των όρων Gemeinschaft (κοινότητα) και Gesellschaft (κοινωνία). Βάσει αυτών οι εικονικές κοινότητες συνιστούν εκλεκτικές ομάδες, στις οποίες αναπτύσσονται δεσμοί συναισθηματικής αλληλεγγύης και τα μέλη τους συνδέονται μέσω μιας ισχυρής αίσθησης του ανήκειν. Παράλληλα, θεωρεί ότι χρήσιμες στη συζήτηση αυτή μπορούν να αποδειχθούν έννοιες όπως η «φαντασιακή κοινότητα» του Anderson, αλλά και κάποιες συγκεκριμένες διαδικασίες οι οποίες χαρακτηρίζονται ως συμβολικές ή συμπτωματικές της ύστερης νεωτερικότητας και έχουν συμβάλει στον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβανόμαστε πλέον τις κοινότητες (τόσο τις πραγματικές όσο και τις εικονικές). Η έννοια της φαντασιακής κοινότητας (η χρήση συμβόλων από ομάδες γύρω από τα οποία αναπτύσσεται μια κοινή αίσθηση ταυτότητας) μας βοηθά να επανεκτιμήσουμε τον τρόπο με τον οποία κατανοούμε και δημιουργούμε κοινότητες. Το Διαδίκτυο είναι ένας φαντασιακός χώρος όπου μπορούμε να δημιουργήσουμε μια τέτοια κοινότητα.

Ο Jones (1997) αναφέρεται στις εικονικές κοινότητες με τον όρο «εικονικοί οικισμοί» για να αναφερθεί στον «Κυβερνοχώρο» εντός του οποίου λειτουργεί μια κοινότητα και επισημαίνει ότι οι εικονικές κοινότητες είναι κάτι περισσότερο από ένα σύνολο μηνυμάτων μέσω υπολογιστή. Κάθε κοινότητα και τα συστατικά της-πολιτισμικά τεχνουργήματα και φυσικά ίχνη-πρέπει να εξετάζονται προκειμένου να καθορίζεται κατά πόσο ένα σύνολο μηνυμάτων μέσω υπολογιστή πληροί τους όρους της κοινότητας. Οι «οικισμοί» αυτοί αποτελούν προϋπόθεση για την εμφάνιση και την ανάπτυξη μιας κοινότητας. Η ύπαρξή τους υποδεικνύει την ύπαρξη κοινότητας. Για να θεωρηθεί ότι ένας «κυβερνότοπος» και η ομάδα που τον κατοικεί αποτελούν κοινότητα πρέπει να πληρούνται τέσσερις βασικές προϋποθέσεις:

- ένας εικονικός κοινός δημόσιος χώρος, όπου πραγματοποιούνται οι πιο σημαντικές δραστηριότητες των ομάδων
- ένα σύνολο ατόμων που επικοινωνούν μεταξύ τους, ο αριθμός των οποίων μπορεί να είναι από λίγα μέχρι χιλιάδες άτομα
- ένας ελάχιστος αριθμός σταθερών μελών
- ένα ελάχιστο επίπεδο αλληλεπίδρασης

5.2.2 Ιστοσελίδες Κοινωνικής Δικτύωσης ως Εικονικές Κοινότητες

Οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης όπως το Myspace και το Facebook και το Instagram δεν αποτελούν ακριβώς κοινότητες κατά μια μοναδική έννοια, αλλά αποτελούν περισσότερο κοινωνικούς τόπους, όπου μπορούν να διαμορφωθούν πολλές διαφορετικές κοινότητες. Οι σημερινές ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν άμεσους διαδόχους της μεταφορικής έννοιας της κοινότητας όπως την είχε συλλάβει ο Rheingold και άλλοι 20 χρόνια πριν. Όπως και άλλες εφαρμογές του διαδικτύου έτσι και οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης φέρουν προσδοκίες κοινωνικότητας, ουσιαστικής διασύνδεσης με τους άλλους και υποστήριξης. Το κατά πόσο η πραγματική αλληλόδραση σε αυτούς τους τόπους αγγίζει το επίπεδο της «εικονικής κοινότητας» εξαρτάται από τις απόψεις και τον ορισμό του καθενός, αλλά δεν υπάρχει αμφιβολία ότι η έννοια της «κοινότητας» θα συνεχίσει να πλαισιώνει τη κατανόηση του Myspace και του Facebook και άλλων ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης.

Το Myspace, για παράδειγμα, έχει περιγραφεί ως «μια πλασματική εγωκεντρική κοινότητα» (boyd, 2006). Το γνωστό περιοδικό *Time* παρουσιάζει το Myspace ως μια ισχυρή τεχνολογία, η οποία επιτρέπει στα άτομα να πάρουν τον έλεγχο στην Εποχή της Πληροφορίας και

υποστηρίζει πως είναι μια «διαδικτυακή μητρόπολη», η οποία προωθεί την «κοινότητα και τη συνεργασία σε μια κλίμακα που μέχρι τώρα δεν είδαμε ποτέ» (Grossman, 2006, σ. 40). Η εσωτερική ρητορική των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης συχνά εστιάζεται στα στοιχεία της κοινότητας. Το Myspace περιγράφει τον εαυτό του ως ένα τόπο, όπου μπορείς «να βρεις παλιούς φίλους», «να κάνεις καινούργιους φίλους», ως ένα χώρο όπου μπορείς να «συνδεθείς» και με μια λέξη ως μια «κοινότητα».

Το λογότυπο του Facebook αναφέρει πως το «*Facebook σας βοηθάει να συνδεθείτε και να μοιραστείτε με τους ανθρώπους της ζωής σας*». Η έννοια της κοινότητας παραμένει σημαντική και προσδιορίζει τους μακροπρόθεσμους στόχους του Facebook. Σύμφωνα με ανακοίνωση του Facebook, στις 31 Ιανουαρίου 2018, ο ιδρυτής του ο Mark Zuckerberg στο δήλωσε: «Το 2017 ήταν μια δυνατή χρονιά για το Facebook, αλλά και μια δύσκολη χρονιά. Το 2018 εστιάζομαστε να επιβεβαιώσουμε ότι το Facebook δεν είναι μόνο για ψυχαγωγία αλλά είναι καλό για την ευζωία των ανθρώπων και της κοινωνίας. Αυτό το κάνουμε ενθαρρύνοντας συνδέσεις που έχουν νόημα ανάμεσα στα άτομα αντί για την παθητική κατανάλωση περιεχομένου. Ήδη το τελευταίο τετράμηνο κάναμε αλλαγές έτσι ώστε να φαίνονται λιγότερο τα βίντεο που κυκλοφορούν και ο χρόνος των ανθρώπων να αναλώνεται με σωστό τρόπο. Συνολικά, κάναμε αλλαγές που μειώνουν την ώρα που αναλώνεται στο Facebook σχεδόν 50 εκατομμύρια ώρες κάθε μέρα. Εστιάζοντας σε ουσιαστικές συνδέσεις, η κοινότητά μας και η εταιρεία θα είναι πιο δυνατές μακροπρόθεσμα» ([Facebook.com](https://www.facebook.com)).

Στη συνάντηση κορυφής των «Facebook Κοινοτήτων» ανακοινώθηκε το «Facebook Community Leadership Program», μια παγκόσμια πρωτοβουλία σε ανθρώπους για τη δημιουργία κοινοτήτων. Το Facebook θα δεσμεύσει δεκάδες εκατομμύρια για το πρόγραμμα που θα πηγαίνουν κατευθείαν στους ανθρώπους που δημιουργούν και προΐστανται μιας

κοινότητας. Επιπλέον, ανακοινώθηκε η εισαγωγή νέων εργαλείων για τους διαχειριστές των ομάδων για να είναι ασφαλείς οι άνθρωποι στο Facebook, όπως είναι ο εντοπισμός και τερματισμός των ψεύτικων λογαριασμών, η αφαίρεση υλικού που αφορά παρενόχληση και απάτη, βελτιωμένος τρόπος να καταγγείλει κάποιος το ακατάλληλο περιεχόμενο σε συνδυασμό με τον αυτόματο εντοπισμό (<https://communities.fb.com/>)

Οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν τεχνολογικά τις *δυνατότητες για κοινωνική χρήση* (social affordances). Ο Parks (2011, σ. 109) υποστηρίζει πως χρειάζονται πως οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για να διαμορφώσουν εικονικές κοινότητες θα πρέπει να προσφέρουν δυνατότητες, όπως (α) δυνατότητες για να γίνει κάποιος/α μέλος (β) δυνατότητες έκφρασης και (γ) δυνατότητα σύνδεσης. Συνεχίζει λέγοντας πως σε διαδικτυακά περιβάλλοντα όπως είναι οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης χρειάζεται, για να υποστηριχθεί η έννοια της κοινότητας, κοινωνική ρύθμιση, διαμοιρασμός τελετουργικού και συλλογική δράση μέσα από αλληλεπίδραση και δημιουργία σχεσιακών δεσμών ανάμεσα στα μέλη, που να προωθούν συναισθηματικούς δεσμούς, μια αίσθηση ανήκειν και μια αίσθηση ταυτοποίησης με την κοινότητα. Στην έρευνά του, το 2007, επέλεξε τυχαία 2.000 προφίλ χρηστών του MySpace για να διερευνήσει κατά πόσο οι χρήστες του χρησιμοποιούσαν τις δυνατότητες για να γίνει κάποιος μέλος, τις δυνατότητες έκφρασης και σύνδεσης. Τα αποτελέσματά του δείχνουν πως οι εικονικές κοινότητες είναι σπάνιες στο MySpace, καθώς υπήρχε χαμηλό ποσοστό ενεργών χρηστών που εκφράζονταν αρκετά και αλληλοεπιδρούσαν με τους άλλους συχνά.

Δημόσιοι διάλογοι για τον εάν οι άνθρωποι μπορούν να βρουν την κοινότητα ή εμπειρίες σχετικές με την κοινότητα στο διαδίκτυο συνεχίζουν να υπάρχουν στον ακαδημαϊκό χώρο. Κάποιοι ακαδημαϊκοί απορρίπτουν την έννοια της εικονικής κοινότητας ως ένα «μπερδεμένο

οξύμωρο» (Lockard, 1997, σ. 24), ενώ άλλοι, όπως ο Wellman και ο Rheingold αντιμετωπίζουν τις εικονικές κοινότητες στα πλαίσια των δικτύων προσωπικών σχέσεων (Rheingold, 2000; Wellman & Gulia, 1999). Ορισμένοι υποστηρίζουν πως οι εικονικές κοινότητες μπορούν να αυξήσουν την κοινότητα αυξάνοντας το «κοινωνικό κεφάλαιο» των συμμετεχόντων (Ellison et al., 2007). Για πολλούς, η μεταφορική έννοια της κοινότητας γίνεται αποδεκτή χωρίς κριτική προσέγγιση και χωρίς περαιτέρω επεξεργασία (π.χ., Chua, 2009; Fogel & Nehmad, 2008; Sohn, 2008; Blackshaw, 2010), παρόλο που είναι δύσκολο να σκεφτεί κανείς μια κοινωνική επιστημονική έννοια, η οποία να χρειάζεται περισσότερο μια προσεκτική χρήση και κριτική επεξεργασία.

Όπως, διαφαίνεται από τα πορίσματα ερευνών η βάση για τη δημιουργία των «εικονικών» διαδικτυακών κοινοτήτων, είναι η γεωγραφικά σε κοντινή απόσταση και εκτός διαδικτύου κοινότητα (Foucault et al., 2009). Παρόλο που αρκετοί υποστήριξαν πως η Επικοινωνία μέσω Υπολογιστή θα απελευθερώσει τα άτομα από τα όρια της φυσικής εγγύτητας, αυτό που διαφαίνεται είναι ότι οι κοινωνικές σχέσεις σε διαδικτυακά περιβάλλοντα εξαρτώνται από την προσωπική επαφή εκτός διαδικτύου. Ο Wilson (2006) όρισε τις εικονικές κοινότητες ως «κοινότητες χωρίς εγγύτητα», αλλά ίσως θα ήταν πιο ακριβές να δεχτούμε πως οι εικονικές κοινότητες είναι συχνά η online επέκταση των γεωγραφικά τοποθετημένων offline κοινοτήτων.

5.3 Οι κοινωνικές επιπτώσεις του Facebook και του Instagram στη φοιτητική κοινότητα

5.3.1 Οι κοινωνικές επιπτώσεις του Facebook και του Instagram στη φοιτητική κοινότητα

Με την εμφάνιση του Facebook και την αυξανόμενη συμμετοχή των φοιτητών/τητριών, αναδύθηκε νέος προβληματισμός σε σχέση με τον τρόπο που επιδρά η χρήση του στη ζωή των φοιτητών. Συγκεκριμένα, ο προβληματισμός αφορά την πιθανότητα ο νέος αυτός τρόπος διαδικτυακής αλληλεπίδρασης να αποτελεί μια δραστηριότητα, η οποία βοηθάει ή αντιθέτως αποτρέπει την προσωπική αλληλεπίδραση, όπως, επίσης, αφορά την πιθανότητα η υπερβολική ενασχόληση με το Facebook να απομακρύνει τους φοιτητές από σημαντικά στοιχεία της πανεπιστημιακής ζωής (Sidman, 2005).

Η μεγάλη χρήση του Facebook από τους φοιτητές/τριες έχει διεγείρει το ενδιαφέρον αρκετών ερευνητών/τριών για τον τρόπο χρήσης του, τις επιπτώσεις του στο κοινωνικό τους κεφάλαιο (Ellison et al., 2007), τον τρόπο που επιδρά προς την κοινωνική ενσωμάτωση των φοιτητών/τριών στην πανεπιστημιακή ζωή (Madge et al., 2009), και τη χρήση του στην παιδαγωγική πρακτική (Hewitt & Forte, 2006; Mason, 2006; Mazer et al., 2007). Όπως ισχύει γενικότερα για τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, έτσι και για το Facebook, το οποίο αποτελεί σχετικά πρόσφατη εφαρμογή, τα αποτελέσματα των ερευνών δεν είναι ακόμη τόσο σαφή, και το ερευνητικό πεδίο είναι σε εξέλιξη. Όσον αφορά το Instagram το οποίο χρησιμοποιείται ολοένα και περισσότερο από τους φοιτητές/τριες το ερευνητικό πεδίο είναι σε εμβρυακό στάδιο.

Στην Ελλάδα, παρόλη την αυξανόμενη χρήση του Facebook από τους νέους ανθρώπους, το ενδιαφέρον των ερευνητών γενικότερα, ως προς την επικοινωνία μέσω υπολογιστή και ειδικότερα, για τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης και πιο συγκεκριμένα, για το Facebook είναι περιορισμένο (Λις, 2017; Γιώτα, 2015). Η διερεύνηση του τρόπου, που οι νέοι άνθρωποι χρησιμοποιούν τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, είναι απαραίτητη, καθώς, όπως αναφέρεται στο ηλεκτρονικό περιοδικό του Μη Κερδοσκοπικού Οργανισμού EDUCAUSE Center for Analysis and Research (2006), που ασχολείται με την αποτελεσματική χρήση της τεχνολογίας στην ανώτατη εκπαίδευση των Η.Π.Α, οποιαδήποτε τεχνολογία, η οποία είναι ικανή να αιχμαλωτίζει τόσους πολλούς φοιτητές/τριες για τόσο πολύ χρόνο, όχι μόνο επιτρέπει την κατανόηση του τρόπου με τον οποίο αντιμετωπίζουν τον κόσμο οι φοιτητές/τριες, αλλά επίσης προσφέρει μια ευκαιρία στους εκπαιδευτικούς να καταλάβουν τις δυνατότητες των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης και να τις ενσωματώσουν στη διδασκαλία και τη μάθηση. Η αυξανόμενη χρήση του Facebook από τους φοιτητές/τριες, καθιστά απαραίτητη τη διερεύνηση του τρόπου που χρησιμοποιούν οι φοιτητές το Facebook για την κάλυψη αναγκών, οι οποίες έχουν σχέση με την κοινωνική και ακαδημαϊκή ζωή τους, όπως, επίσης, των αντίστοιχων επιδράσεων της χρήσης του στη ζωή των φοιτητών και του ρόλου που μπορεί να παίξει η χρήση του Facebook από τα πανεπιστημιακά τμήματα για την κοινωνική και ακαδημαϊκή ενσωμάτωση των φοιτητών/τριών.

5.3.2 Κοινωνικό Κεφάλαιο, Facebook και Instagram

Όπως αναφέρθηκε σε προηγούμενη ενότητα, το κοινωνικό κεφάλαιο μπορεί να οριστεί ως «το σύνολο των πραγματικών ή δυνητικών πόρων που συνδέονται με την κατοχή ενός

δικτύου από πολύ ή λίγο θεσμοθετημένες σχέσεις αμοιβαίας γνωριμίας και αναγνώρισης» (Bourdieu, 1985, σ. 248).

Ορισμένοι ερευνητές του κοινωνικού κεφαλαίου υποστηρίζουν πως ορισμένες μορφές κοινωνικού κεφαλαίου, όπως είναι οι δεσμοί με τους φίλους και τους γείτονες έχουν σχέση με δείκτες της ψυχολογικής ευζωίας, όπως είναι η αυτοεκτίμηση και η ικανοποίηση από τη ζωή (Bargh & McKenna, 2004; Helliwell & Putnam 2004). Ο Putnam (2000) διαχωρίζει τη δημιουργία του κοινωνικού κεφαλαίου, ως προς τη γεφύρωση (bridging) του κοινωνικού κεφαλαίου και τη σύνδεση (bonding) του κοινωνικού κεφαλαίου. Η γεφύρωση συνδέεται με τις χαλαρές σχέσεις ανάμεσα στα άτομα, οι οποίες μπορούν να προσφέρουν χρήσιμες πληροφορίες ή νέες προοπτικές, αλλά δεν προσφέρουν συναισθηματική υποστήριξη. Η σύνδεση του κοινωνικού κεφαλαίου έχει σχέση με τις στενές συναισθηματικά σχέσεις των ατόμων όπως είναι οι φίλοι και η οικογένεια. Οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης δίνουν τη δυνατότητα στους χρήστες να δημιουργήσουν και να διατηρήσουν τα διάφορα κοινωνικά τους δίκτυα, άρα να συνεισφέρουν και στο κοινωνικό κεφάλαιο των χρηστών.

Οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης (Social Network Sites-SNS) είναι διαδικτυακές πλατφόρμες επικοινωνίας που υποστηρίζουν τις κοινωνικές αλληλεπιδράσεις μεταξύ των επαφών δηλαδή των «φίλων» στον ιστότοπο (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2011). Προηγούμενες έρευνες έχουν τεκμηριώσει τη σχέση μεταξύ της χρήσης του Facebook και αυξημένων επιπέδων κοινωνικού κεφαλαίου (Burke et al., 2011; Burke, Marlow, & Lento, 2010; Ellison et al., 2007, 2011; Steinfield et al., 2008; Valenzuela et al., 2009, Raza, Qazi & Umer, 2017), μια μορφή κεφαλαίου που περιγράφει τους πόρους (resources) που υπάρχουν σε κοινωνικές σχέσεις και αλληλεπιδράσεις μέσα σε ένα δίκτυο (Lin, 2001). Το Facebook πιθανόν να είναι ιδιαίτερα κατάλληλο για να συγκεντρώσει το κοινωνικό κεφάλαιο, το οποίο

αναφέρεται στα οφέλη που συνδέονται με τους ασθενέστερους, πιο ετερογενείς κοινωνικούς δεσμούς, όπως οι νέες πληροφορίες και οι ευρύτερες κοσμοθεωρίες (Burke et al., 2011; Ellison et al., 2007, 2011), εν μέρει επειδή ο ιστότοπος επιτρέπει στους χρήστες να δημιουργούν «κοινωνικά υπερκείμενα» (supernets) εκατοντάδων κοινωνικών συνδέσεων (Donath, 2007). Από τα αποτελέσματα των ερευνών διαφαίνεται πως η χρήση του Facebook είχε μεγάλη επίδραση στην δυνατότητα των φοιτητών/τριών να διατηρήσουν και να εξελίξουν το κοινωνικό τους κεφάλαιο, πιθανόν, γιατί το Facebook επιτρέπει στους χρήστες του να διατηρήσουν έναν μεγαλύτερο αριθμό αδύναμων δεσμών (weak ties) στα κοινωνικά τους δίκτυα (Ellison et al., 2007, Gil de Zúñiga et al., 2012). Επίσης, μια έρευνα σε φοιτητές/τριες στο Πανεπιστήμιο του Texas βρήκε θετική συσχέτιση ανάμεσα στην ένταση χρήσης του Facebook και την ικανοποίηση από τη ζωή των φοιτητών/τριών, την κοινωνική εμπιστοσύνη, την πολιτική συμμετοχή (Valenzuela et al., 2008).

Σε πρόσφατες έρευνες έγινε μια προσπάθεια διαχωρισμού των δεσμών του δικτύου σε κατηγορίες και τη σχέση τους με το κοινωνικό κεφάλαιο. Προηγούμενες έρευνες είχαν εξετάσει τη σχέση μεταξύ του κοινωνικού κεφαλαίου και των διαφόρων δραστηριοτήτων του Facebook, που προέκυψε από μελέτες που μέτρησαν τις συνολικές χρήσεις του Facebook (Ellison., 2007) και επεκτάθηκαν σε πιο ιδιαίτερες λεπτομερείς μετρήσεις για τις αντιλήψεις των χρηστών σχετικά με τους «πραγματικούς φίλους» (actual friends) στον ιστότοπο (Ellison et al., 2011), και τη συμμετοχή σε επικοινωνία με τους «Φίλους» (Burke et al., 2011).

Τα αποτελέσματα της έρευνας των Ellison et al. (2011) φανερώνουν πως ο αριθμός των πραγματικών φίλων αποτελούσε προβλεπτικό παράγοντα για τη γεφύρωση του κοινωνικού κεφαλαίου ενώ ο συνολικός αριθμός των φίλων στο Facebook δεν αποτελούσε, δηλώνοντας έτσι πως κάποιες σχέσεις είναι πιο πιθανόν να παρέχουν πρόσβαση σε πηγές που συνδέονται με τη γεφύρωση του κοινωνικού κεφαλαίου.

Στην έρευνα των Burke et al. (2011) η οποία χρησιμοποίησε τόσο ερωτηματολόγια όσο και δεδομένα από το Facebook, τα αποτελέσματα έδειξαν θετική συσχέτιση ανάμεσα στην άμεση επικοινωνία (π.χ μηνύματα που λαμβάνει ο χρήστης από ένα φίλο του Facebook ως ανάρτηση στον τοίχο του, «Like» κ.τ.λ) και τη γεφύρωση του κοινωνικού κεφαλαίου, ενώ δεν βρέθηκε συσχέτιση σε δραστηριότητες όπως η παθητική ανάλωση περιεχομένου και η ενημέρωση περιεχομένου κάτι που δηλώνει τη σημασία της ενεργούς συμμετοχής στο Facebook. Μια άλλη έρευνα βρήκε πως η ένταση χρήσης του Facebook είχε θετική συσχέτιση με τη «γεφύρωση» κοινωνικού κεφαλαίου ενώ βρέθηκε μικρή συσχέτιση για το «σύνδεση» του κοινωνικού κεφαλαίου. Επιπλέον, βρέθηκε πως ορισμένες δραστηριότητες στο Facebook που είχαν σχέση με την άμεση επικοινωνία και τη δημόσια ανάρτηση έχουν οφέλη στη γεφύρωση του κοινωνικού κεφαλαίου ενώ τα αποτελέσματα για το κοινωνικό κεφάλαιο ήταν αρνητικά εξαιτίας της παθητικής χρήσης που δεν περιελάμβανε αλληλεπίδραση με τους άλλους (Antheunis, Vanden Abeele, & Kanters, 2015).

Στην έρευνα των Ellison et al., (2014), διερευνήθηκε η σχέση μεταξύ της γεφύρωσης (bringing) του κοινωνικού κεφαλαίου και της εμπλοκής των χρηστών σε μια σύνολο συγκεκριμένων επικοινωνιακών συμπεριφορών που τις ονόμασαν «Συμπεριφορές Συντήρησης Σχέσεων στο Facebook» (FRMB). Με την κλίμακα αυτή (FRMB) αξιολογείται η πρόθεση των χρηστών να ανταποκριθούν σε αιτήματα ή ανάγκες που έχουν διατυπωθεί από μέλη του δικτύου τους και να συμμετάσχουν σε δραστηριότητες συντήρησης σχέσεων, όπως π.χ ευχές «Χρόνια πολλά» «Μου αρέσει (Like)» στο Facebook. Οι συμπεριφορές για τη διατήρηση των σχέσεων αντιλαμβάνονται σαν μια μορφή «κοινωνικής περιποίησης» (social grooming) (Donath, 2007) που σηματοδοτούν προσοχή, χτίζουν την εμπιστοσύνη και δημιουργούν προσδοκίες με ανταποδοτικό ενδιαφέρον. Συγκεκριμένα, χρησιμοποίησαν

κλίμακα για τη μέτρηση του κοινωνικού κεφαλαίου που ανταποκρίνονταν σε πόρους σχετικούς με την πλήρη σύνθεση του δικτύου των φίλων του Facebook και όχι μόνο από το περιβάλλον του Πανεπιστημίου. Η κλίμακα είχε δυο διαστάσεις: η μια διάσταση που αφορούσε στο δίκτυο φίλων του Facebook και στη γεφύρωση του κοινωνικού κεφαλαίου ονομάστηκε «Γεφύρωση Κοινωνικού Κεφαλαίου ειδικά για το Facebook» (Facebook-specific bridging social capital) και η άλλη διάσταση αφορούσε στο γενικό κοινωνικό τους δίκτυο (δηλ. όλες τις συνδέσεις, συμπεριλαμβανομένων τις εντός και τις εκτός δικτύου συνδέσεις) την οποία ονόμασαν «Γενική Γεφύρωση Κοινωνικού Κεφαλαίου». Τα αποτελέσματα της έρευνάς τους δείχνουν θετική συσχέτιση ανάμεσα στη γεφύρωση του κοινωνικού κεφαλαίου με τις «Συμπεριφορές Συντήρησης Σχέσεων στο Facebook» (FRMB).

Σε έρευνα σε Πανεπιστήμιο των ΗΠΑ, (Phua, Jin, & Kim, 2017) χρησιμοποιήθηκε (α) η θεωρητική προσέγγιση των χρήσεων και ικανοποιήσεων για τη διερεύνηση των κινήτρων για τη χρήση τεσσάρων ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat), και (β) η θεωρία του κοινωνικού κεφαλαίου. Τα αποτελέσματα της έρευνας δείχνουν πως οι χρήστες του Twitter είχαν την μεγαλύτερη γεφύρωση κοινωνικού κεφαλαίου, οι χρήστες του Snapchat είχαν τη μεγαλύτερη σύνδεση κοινωνικού κεφαλαίου και κατά δεύτερο λόγο οι χρήστες του Instagram του Facebook, και του Twitter.

Οι Paige et al. (2017) διερεύνησαν κατά πόσο η ένταση της χρήσης του Instagram επιδρά στη σχέση ανάμεσα στη γνώση για θέματα υγείας στο Διαδίκτυο και στο διαδικτυακό κοινωνικό κεφάλαιο των φοιτητών, όπως και τον τρόπο χρήσης του Instagram, ως πλατφόρμα ευαισθητοποίησης για την πρόληψη χρόνιων ασθενειών. Τα αποτελέσματά τους φανερώνουν πως η γεφύρωση του διαδικτυακού κοινωνικού κεφαλαίου είχε συσχέτιση με τη μεγαλύτερη γνώση για θέματα υγείας στο Διαδίκτυο, όπως και με την ένταση χρήσης του Instagram.

5.3.3 Επιπτώσεις του Facebook και του Instagram στην ενσωμάτωση των φοιτητών/τριών στο Πανεπιστήμιο

Αναγνωρίζοντας το φαινόμενο της ολοένα και μεγαλύτερης συμμετοχής των φοιτητών/τριών στο Facebook, ορισμένα πανεπιστήμια έχουν αρχίσει να προβληματίζονται για τον τρόπο εκμετάλλευσης της συνεκτικής δύναμης του Facebook, για την ενσωμάτωση των φοιτητών/τριών στην κοινωνική και ακαδημαϊκή ζωή του Πανεπιστημίου.

Σύμφωνα με την Arnett (2000), οι φοιτητές/τριες βρίσκονται στην ηλικιακή περίοδο της «αναδυόμενης ενηλικίωσης» (emerging adulthood), η οποία αποτελεί για τους φοιτητές μια περίοδο αλλαγής, εξερεύνησης του κόσμου των ενηλίκων, της ταυτότητάς τους και οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν έναν εύκολο και προσβάσιμο τρόπο να αλληλοδράσουν με τους συνομηλίκους τους, να λάβουν ανατροφοδότηση, να ενδυναμώσουν την ανάπτυξη της ταυτότητάς τους και των στενών σχέσεών τους. Πέραν αυτού, οι φοιτητές εμπλέκονται σε μια μορφή κοινωνικής μάθησης, όπου μαθαίνουν πως να διαδρούν κοινωνικά με τους άλλους, αναπτύσσουν πολιτισμική συνείδηση και δεξιότητες κριτικής σκέψης και διαπραγματεύονται τις προκλήσεις της ατομικής και ομαδικής εργασίας (Astin, 1993). Η κοινωνική ενσωμάτωση των φοιτητών και η διαχείριση της μετάβασής τους στο Πανεπιστήμιο μπορεί να καθορίσει την μελλοντική επιτυχία τους στην ακαδημαϊκή ζωή τους, όπως δείχνουν οι μετρήσεις σε ακαδημαϊκούς δείκτες (βαθμούς) (Kuh, Cruce, Shour, Kinzie, & Gonyea, 2008; Zins, Bloodworth, Weissberg, & Walberg, 2004) και την παραμονή τους στο Πανεπιστήμιο (Astin, 1993; Kuh et al., 2008).

H boyd (2008) υποστηρίζει πως οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν μια γέφυρα που ενώνει τα κοινωνικά κενά που υπάρχουν στο σύγχρονο κόσμο. Τα κενά αυτά που

οφείλονται στην απόσταση που μπορεί να έχουν άτομα μεταξύ τους, στο χρόνο, στο οικονομικό πρόβλημα ή σε άλλα σημεία αποσύνδεσης, δεν έχει σημασία αν η κοινότητα έχει έντονη την αίσθηση της ταυτότητας και αν έχει πολιτισμικούς δεσμούς. Οι τυπικές ή οι δομημένες δραστηριότητες στις οποίες εκτίθενται οι φοιτητές με την έναρξη της φοίτησής τους στο Πανεπιστήμιο, διαμορφώνουν τη δομή της κοινωνικής υποστήριξης που τους βοηθάει να προσαρμοστούν στην ακαδημαϊκή ζωή. Οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης επιτρέπουν στους πρωτοετείς φοιτητές να αλληλοεπιδράσουν με τους συμφοιτητές τους με άτυπο τρόπο και τους οδηγούν να εξετάσουν και να κατασκευάσουν την δική τους δυναμική κοινωνική δομή.

Η κοινωνική ενσωμάτωση αποτελεί επίσης βασικό πυρήνα της πλειονότητας των ερευνών που συνδέει την επιτυχημένη μετάβαση στο Πανεπιστήμιο στο πρώτο έτος με τα κοινωνικά μέσα. Οι περισσότεροι φοιτητές εγκαταλείπουν το Πανεπιστήμιο κατά το πρώτο έτος των σπουδών τους (Rausch & Hamilton, 2006), και η ομαλή μετάβασή τους στο Πανεπιστήμιο είναι ένας σημαντικός παράγοντας για την επιτυχία τους, ως φοιτητές. Η κοινωνική ενσωμάτωση στο πανεπιστημιακό περιβάλλον εμπεριέχει διαστάσεις όπως η κοινωνική, προσωπική-συναισθηματική και ακαδημαϊκή ενσωμάτωση του φοιτητή και τα αισθήματα αφοσίωσης στο Πανεπιστήμιο (Baker & Siryk, 1989). Οι φοιτητές που δυσκολεύονται να ενσωματωθούν κοινωνικά στο Πανεπιστήμιο βιώνουν αίσθημα μοναξιάς, άγχους και κατάθλιψης (Mounts et al, 2006).

Την ίδια άποψη εκφράζει και ο Tinto, ο οποίος βασισμένος στη θεωρία της αυτοκτονίας Durkheim (1951), υποστηρίζει πως η διαρροή από το Πανεπιστήμιο είναι λιγότερο πιθανό να συμβεί, όταν ο φοιτητής/τρια είναι κοινωνικά ενσωματωμένος/η. Ο Tinto, είναι ως θεωρητικός περισσότερος γνωστός στο επιστημονικό πεδίο που σχετίζεται με την παραμονή

του φοιτητή στο πρώτο έτος σπουδών και θεωρούσε την συμμετοχή πολύ σημαντική για την παραμονή/κράτηση του φοιτητή στο Πανεπιστήμιο. (Tinto, 2005). Η κοινωνική ενσωμάτωση ορίζεται ως ο *«βαθμός στον οποίο ένας φοιτητής αισθάνεται συνδεδεμένος με το περιβάλλον του κολεγίου, τους συνομηθικούς, τη σχολή και άλλους στο κολέγιο και συμμετέχει στις δραστηριότητες του Πανεπιστημίου»* (Brooman & Darwent, 2013, σ. 2). Το μοντέλο παραμονής/κράτησης φοιτητών του Tinto (1997) έδωσε τεράστιο βάρος στην κοινωνική ενσωμάτωση και τη συμμετοχή στις δραστηριότητες του Πανεπιστημίου ως ένα από τα κλειδιά για τον περιορισμό της φοιτητικής διαρροής. Η κοινωνική ενσωμάτωση αφορά στην οικοδόμηση κοινότητας, έτσι ώστε οι μαθητές να *«μαθαίνουν ο ένας από τον άλλον, να συνεργάζονται, να αισθάνονται ασφαλείς να πειραματίζονται και να είναι προετοιμασμένοι για έναν εργασιακό χώρο που όλο και περισσότερο βασίζεται στην ομάδα»* (Cullen, Harris & Hill, 2012, σ. 65).

Οι Lampe, Ellison και Steinfield (2006) ήταν μερικοί από τους πρώτους ερευνητές που έκαναν μια σύνδεση μεταξύ της χρήσης του Facebook και της πρώτης πανεπιστημιακής εμπειρίας. Τα αποτελέσματα της έρευνάς τους έδειξαν πως οι περισσότεροι φοιτητές/τριες το χρησιμοποιούν, με σειρά προτεραιότητας, για να διατηρούν επαφές με παλιούς φίλους ή φίλους από το Λύκειο, για να δουν το προφίλ κάποιου που έχουν γνωρίσει σε κάποια κοινωνική εκδήλωση, για να πάρουν πληροφορίες για κάποιον (που μένει στην φοιτητική εστία-που ανήκει σε κάποιες από τις οργανώσεις του Πανεπιστημίου-που είναι συμφοιτητής/τρια τους), για να ενημερωθούν σχετικά με κοινωνικά γεγονότα ή για να βρουν ερωτικό σύντροφο. Οι ερευνητές κάνουν διάκριση ανάμεσα σε δυο χρήσεις του Facebook. Σε μία από αυτές τις δύο χρήσεις τα άτομα αναζητούν πληροφορίες για τις μη δικτυακές επαφές τους (social searching), ενώ στην άλλη τα άτομα φυλλομετρούν τις ιστοσελίδες για να αναπτύξουν νέες συνδέσεις με άτομα στο διαδίκτυο (social browsing). Η έρευνα διαπίστωσε

πως η βασική χρήση του Facebook αφορούσε τη λήψη πληροφοριών για άτομα που έχουν γνωρίσει εκτός δικτύου (social searching) (Lampe et al., 2006). Η έρευνα αυτή υπογράμμισε την ανάγκη για μελλοντική έρευνα σχετικά με τη χρήση του Facebook από τους φοιτητές, ειδικά την ανάγκη για διαχρονικές μελέτες που να διερευνούν την αλλαγή στη χρήση με την πάροδο του χρόνου. Επιπροσθέτως, η έρευνα από τους Lampe et al. πυροδότησε μια νέα κατεύθυνση που συνέδεσε τους φοιτητές με τη χρήση του Facebook.

Εκτός από τους κοινωνικούς λόγους, οι φοιτητές χρησιμοποιούν τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης και για ακαδημαϊκές δραστηριότητες (Lampe et al., 2011) και τις συνδέουν με θετικά αποτελέσματα, όπως είναι η δυνατότητα να επικοινωνούν με τους συμφοιτητές τους για θέματα σχετικά με τα μαθήματα (Dahlstrom et al., 2011). Για παράδειγμα, μια εθνική έρευνα από το Μη Κερδοσκοπικό Οργανισμό EDUCAUSE Center for Analysis and Research (ECAR), περισσότεροι από τους μισούς φοιτητές των Η.Π.Α ανέφεραν πως επικοινωνήσαν μέσω των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης με συμφοιτητές τους για θέματα σχετικά με τη σχολή τους (Salaway et al., 2008).

Οι Madge et al., (2009) διερεύνησαν τη χρήση του Facebook για τη βελτίωση των εκπαιδευτικών εμπειριών (τόσο κοινωνικών όσο και ακαδημαϊκών) των φοιτητών του πρώτου έτους και τα αποτελέσματά τους δείχνουν, πως οι φοιτητές που είχαν λογαριασμό στο Facebook πριν αρχίσουν τη φοίτησή τους στο Πανεπιστήμιο, το χρησιμοποιούσαν για να μείνουν σε επαφή με φίλους τους από το Λυκειακά τους χρόνια και για να γνωρίσουν συμφοιτητές τους. Περισσότεροι από τους μισούς φοιτητές έγιναν Facebook φίλοι με τους μελλοντικούς συμφοιτητές τους μέσω του Facebook.

Οι Stephenson-Abetz και Holman (2012) διερεύνησαν τις εμπειρίες μετάβασης των πρωτοετών και δευτεροετών φοιτητών και τις εμπειρίες τους από τις παλιές και νέες συνδέσεις τους. Διαπίστωσαν ότι το Facebook παρείχε ένα σύνδεσμο στις παλιές συνδέσεις, βοήθησε στη διατήρηση της μνήμης της προ-πανεπιστημιακής ζωής των φοιτητών και τους βοήθησε να νιώθουν λιγότερο απομονωμένοι και να τους λείπει λιγότερο το σπίτι τους. Επιπλέον, το Facebook παρείχε ένα χώρο στους φοιτητές να ανακαλύψουν τον εαυτό τους αν το επιθυμούσαν. Οι φοιτητές δήλωσαν πως αγαπούσαν την ευκολία στη χρήση του Facebook για να επικοινωνούν και να κάνουν φίλιες στο πανεπιστήμιο. Το Facebook επέτρεψε στους φοιτητές συνδεθούν με τους ανθρώπους στο Πανεπιστήμιο, πριν ξεκινήσουν το πρώτο έτος, να αποκτήσουν μια αίσθηση ζωής στο πανεπιστήμιο, να συνομιλήσουν με τους συμμαθητές τους σχετικά με τις ακαδημαϊκές απαιτήσεις και να μείνουν σε επαφή με φίλους και μέλη της οικογένειας, συχνά σε καθημερινή βάση. Τα περισσότερα Πανεπιστημιακά Τμήματα έχουν δημιουργήσει τις σελίδες τους στο Facebook.

Η χρήση του Facebook για συνεργατικούς σκοπούς με συμφοιτητές μπορεί να υποστηρίξει τους φοιτητές στην προσαρμογή τους στο Πανεπιστήμιο, καθώς αυτές οι δραστηριότητες προσφέρουν την ευκαιρία στους φοιτητές να εμπλακούν σε εστιασμένες, παρατεταμένες αλληλεπιδράσεις με τους άλλους φοιτητές, που πιθανόν τους βοηθούν στην ανταλλαγή κοινωνικής υποστήριξης και στην δημιουργία φιλιών. Σε μια έρευνα σε πρωτοετείς φοιτητές οι Madge et al., (2009) βρήκαν πως ένα μικρό ποσοστό φοιτητών χρησιμοποιούσαν το Facebook άτυπους εκπαιδευτικούς σκοπούς, όπως είναι η συζήτηση για εργασίες και η οργάνωση ομαδικών εργασιών. Επίσης, τα ίδια αποτελέσματα έδειξε και η έρευνα των Lampe et al., (2011) οι οποίοι διερεύνησαν τους παράγοντες πρόβλεψης της χρήσης του Facebook για συνεργατικές δραστηριότητες, όπως είναι η οργάνωση μιας ομάδας μελέτης ή η αναζήτηση βοήθειας για τα μαθήματα. Καθώς αυτές οι δραστηριότητες απαιτούν συχνά

παρατεταμένη διάδραση είναι πιθανόν να υποστηρίζουν τους φοιτητές με άμεσο τρόπο-όταν οι φοιτητές συμπλέκονται σε δραστηριότητες σχετικές με μια πιο δυνατή ακαδημαϊκή επίδοση- αλλά και με έμμεσο τρόπο, καθώς παρέχουν τη βάση για περισσότερες κοινωνικές διαδράσεις και τη διαμόρφωση ουσιαστικών υποστηρικτικών σχέσεων.

Στην Ελλάδα η χρήση του Facebook στην εκπαίδευση αποτέλεσε αντικείμενο μελέτης των Σωτηριάδου, & Παπαδάκη (2014). Η έρευνα πραγματοποιήθηκε με 39 άτομα με τη χρήση ερωτηματολογίων και αφορούσε την εκπαίδευση ενηλίκων για τη διδασκαλία μαθηματικού λογισμικού. Μετά από τη συμμετοχή τους για ένα μήνα σε κλειστή ομάδα στο Facebook για το σκοπό αυτό, βρέθηκε ότι τα άτομα αυτά επωφελήθηκαν από τη συμμετοχή τους στην κοινότητα, αφού το συγκεκριμένο πλαίσιο το οποίο ενίσχυσε την αλληλεπίδραση, κριτική σκέψη και επιχειρηματολογία τους.

Τα αποτελέσματα ερευνών των Cain και Policastri (2011) και των Kalpidou, Costin και Morris (2011) υποστηρίζουν πως η διάδραση φοιτητή με φοιτητή και η επικοινωνία και η συμμετοχή τους σε μια κοινότητα στο Facebook μπορεί να ενδυναμώσει την αυτοπεποίθησή τους και την κοινωνική συμμετοχή τους στη μάθηση μέσω του διαμοιρασμού των ιδεών τους και την αναζήτηση βοήθειας από τους συμφοιτητές και φίλους τους. Η πραγματική αξία του Facebook είναι ψυχοκοινωνικής φύσης. Διαμορφώνοντας τους υποστηρικτικούς συνδέσμους με τους συμφοιτητές τους και συμμετέχοντας σε έναν επικοινωνιακό διάλογο, οι φοιτητές γίνονται πιο θετικοί για το μαθησιακό πεδίο και βιώνουν την αίσθηση της κοινότητας. Η μάθηση τότε, αποτελεί ένα συνδεδεμένο, κοινωνικό και διαδικτυακό φαινόμενο. Ορισμένοι φοιτητές στο πρώτο έτος φοίτησής τους στο Πανεπιστήμιο έχουν να αντιμετωπίσουν ένα νέο περιβάλλον μετεγκατάστασης, να δημιουργήσουν νέες φιλικές σχέσεις και να φοιτήσουν σε νέο ακαδημαϊκό πεδίο, γεγονός που πολλές φορές έχει αρνητικό αντίκτυπο στην παραμονή

τους στο Πανεπιστήμιο (Yorke & Longden, 2008). Τα αποτελέσματα της έρευνας του Wilcox και των συνεργατών του (2005) υποστηρίζουν πως πρέπει να δοθεί έμφαση τόσο στην προσαρμογή των φοιτητών στον κοινωνικό κόσμο του Πανεπιστημίου όσο και στον ακαδημαϊκό.

Η κοινωνική προσαρμογή των φοιτητών παίζει σημαντικό ρόλο στην παραμονή τους στο Πανεπιστήμιο. Το Facebook, που χρησιμοποιείται πολύ από το φοιτητικό πληθυσμό έχει τη δυνατότητα να υποστηρίζει τη μετάβασή τους στο Πανεπιστήμιο, καθώς επιτρέπει τη σύνδεση και την αλληλεπίδραση με τους συμφοιτητές τους. Η έρευνα των Cray et al., (2014) διερεύνησε το ρόλο του Facebook στην κοινωνική προσαρμογή των φοιτητών κατά το πρώτο έτος των σπουδών τους. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν θετική συσχέτιση ανάμεσα στον αριθμό των φίλων που έχουν στο Facebook και την εμπλοκή τους σε συνεργατικές συμπεριφορές με τους συμφοιτητές τους μέσα στο Facebook, όπως και μια θετική συσχέτιση ανάμεσα στην κοινωνική ενσωμάτωση και την παραμονή των φοιτητών στο Πανεπιστήμιο.

Το Πανεπιστήμιο του Leicester διεξήγαγε έρευνα σε πρωτοετείς φοιτητές/τριες για τη (α) διερεύνηση της βοήθειας που προσφέρει το Facebook για την κοινωνική ενσωμάτωση των φοιτητών/τριών στην ζωή του Πανεπιστημίου και (β) για το ρόλο που μπορούν να παίξουν οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, όταν χρησιμοποιούνται από τις συμβουλευτικές/στήριξης υπηρεσίες του Πανεπιστημίου και τα ακαδημαϊκά τμήματα με σκοπό την αύξηση της κοινωνικής και ακαδημαϊκής ενσωμάτωσης των φοιτητών/τριών στη ζωή του Πανεπιστημίου. Τα αποτελέσματα της έρευνας δείχνουν πως το Facebook αποτελεί σημαντικό εργαλείο για την προσαρμογή των φοιτητών/τριών και αποτελεί μέρος της «κοινωνικής κόλλας» (social glue) κατά την προσαρμογή τους, καθώς διατηρεί την ομάδα των φοιτητών ως μια κοινότητα και βοηθάει στην επικοινωνία ανάμεσα στην ομάδα (ιδιαίτερα για κοινωνικά γεγονότα).

Όσον αφορά την ακαδημαϊκή χρήση του, οι φοιτητές/τριες που συμμετείχαν στην έρευνα δήλωσαν πως χρησιμοποιούν το Facebook με άτυπο τρόπο, για την επικοινωνία με συμφοιτητές/τριες

για θέματα σχετικά με μαθήματα και αρκετοί φοιτητές/τριες συμφώνησαν για την χρήση του από τα ακαδημαϊκά τμήματα για θέματα διοίκησης του Πανεπιστημίου, για θέματα στήριξης/συμβουλευτικής των φοιτητών/τριών (Madge et al., 2009).

Τα αποτελέσματα μιας έρευνας που διεξήχθη στο Πανεπιστήμιο του Coalsville στην Αγγλία για τη διερεύνηση του τρόπου που το χρησιμοποιούν οι φοιτητές/τριες στην ακαδημαϊκή τους ζωή, δείχνουν πως η εκπαιδευτική χρήση του Facebook είχε σχέση, με την κριτική της μαθησιακής εμπειρίας, την ανταλλαγή πληροφοριών σχετικών με τη διδασκαλία και τις εξετάσεις, και την παροχή ηθικής υποστήριξης ανάμεσα στους φοιτητές/τριες την περίοδο των εξετάσεων (Selwyn, 2007). Οι Gray et al., (2013) διερεύνησαν το ρόλο που είχε το Facebook στην κοινωνική προσαρμογή των μαθητών κατά το πρώτο έτος φοίτησής τους. Τα αποτελέσματα της έρευνάς τους έδειξαν ότι οι σπουδαστές που είχαν μεγάλο αριθμό φίλων στο Facebook και που συμμετείχαν σε συζητήσεις σχετικά με το πανεπιστήμιο στο Facebook είχαν περισσότερες πιθανότητες να προσαρμοστούν με επιτυχία στο πανεπιστήμιο και να συνεχίσουν τη μελέτη τους.

Ολοένα και περισσότεροι καθηγητές/τριες χρησιμοποιούν το Facebook, ως βοηθητικό εργαλείο για τη διαπραγμάτευση των σχέσεων «δασκάλου-μαθητή». Ο Hewitt και Forte (2006) διερεύνησαν τη χρήση του Facebook από τους καθηγητές και την επίδραση που είχε στις σχέσεις των καθηγητών με τους φοιτητές τους. Τα αποτελέσματα της έρευνάς τους φανερώνουν πως οι περισσότεροι φοιτητές ένιωθαν άνετα σε σχέση με την παρουσία των καθηγητών στην εφαρμογή του Facebook, αλλά αυτό δεν επηρέαζε καθόλου την αξιολόγηση

τους για τον συγκεκριμένο καθηγητή. Με την ίδια λογική, αρκετοί ερευνητές υποστηρίζουν πως η χρήση του Facebook ως βοηθητικό εργαλείο έχει τη δυνατότητα να εμπλέξει τους φοιτητές με τους καθηγητές σε συζητήσεις έξω από την τάξη και να αυξήσει τα κίνητρα για μάθηση, τη συνεργατική μάθηση και την ανατροφοδότηση (Albayrak & Yildirim, 2015; Miron & Ravid, 2015; Öztürk, 2015).

Οι διοικήσεις ορισμένων Πανεπιστημίων προβληματίζονται για την υιοθέτηση του Facebook, ως παιδαγωγικό εργαλείο. Αρκετοί υποστηρίζουν πως το Facebook διαθέτει όλες τις επιθυμητές ιδιότητες μιας αποτελεσματικής εκπαιδευτικής τεχνολογίας, καθώς προσφέρει τη δυνατότητα ανατροφοδότησης από τους συνομηλίκους και είναι κατάλληλο διαμορφωμένο για να λειτουργεί στο κοινωνικό πλαίσιο του Πανεπιστημίου (Mason, 2006). Συγκεκριμένα, οι διαλογικές και συλλογικές ιδιότητες του Facebook, αντανακλούν τα καλά μοντέλα μάθησης, καθώς διαθέτει συνεργατικές ιδιότητες και ενθαρρύνει τον ενεργό συμμετοχικό ρόλο των χρηστών (Maloney, 2007; Akbari, Pilot, & Simons, 2015; Wang & Vasquez, 2014). Σε σύγκριση με παραδοσιακά τεχνολογικά μέσα μάθησης (LMS), το Facebook δείχνει να παρέχει την ευκαιρία για διαχείριση των ζητημάτων που έχουν σχέση με τη συμμετοχή των φοιτητών (Albayrak & Yildirim, 2015) και να περιορίζει εμπόδια, όπως είναι η έλλειψη εξοικείωσης με το Blackboard και Moodle (LMS) (Harmon, Alpert, & Histen, 2014).

Λαμβάνοντας υπόψη, την επανεξέταση της διάκρισης των αναγκών σε κοινωνικές και λειτουργικές/επιτελεστικές ανάγκες, καθώς η επικοινωνία μέσω υπολογιστή χρησιμοποιείται ολοένα και περισσότερο σε εκπαιδευτικά και εργασιακά περιβάλλοντα (Flanagin & Merzger, 2001), στην έρευνα που διεξήχθη στο Πανεπιστήμιο Αιγαίου, έγινε μια καινοτόμα προσπάθεια διαχωρισμού των αναγκών σε κοινωνικές (social), οι οποίες έχουν σχέση με την κοινωνική ζωή των φοιτητών/τριών και εργαλειακές/επιτελεστικές (instrumental), οι οποίες

έχουν σχέση με την ακαδημαϊκή ζωή τους αντίστοιχα. Η έρευνα εστιάστηκε στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, γενικά και όχι ειδικά, στην περίπτωση του Facebook. Επίσης, ένας από τους επιμέρους στόχους της έρευνας ήταν η διερεύνηση της σχέσης του αισθήματος της μοναξιάς με τη συχνότητα χρήσης των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης. Από τα αποτελέσματα προέκυψε πως δεν υπάρχει συσχέτιση της έντασης του αισθήματος της μοναξιάς με την συχνότητα χρήσης των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης (Βροχαρίδου, 2009).

Τα αποτελέσματα μιας έρευνας που διεξήχθη στο Πανεπιστήμιο Πειραιά το 2010 (Vrocharidou et al., 2010) για τη διερεύνηση των αντιλήψεων των φοιτητών σχετικά με τη χρησιμότητα του Facebook για ακαδημαϊκούς λόγους, και τη συσχέτιση των αντιλήψεων αυτών με την αίσθηση της κοινότητας που βιώνουν για το Πανεπιστημιακό τους Τμήμα έδειξαν ότι οι φοιτητές θεωρούσαν πιο χρήσιμο το Facebook (α) για την επικοινωνία με τους συμμαθητές τους για θέματα που αφορούσαν τα μαθήματά τους (β) την προετοιμασία ομαδικών εργασιών, (γ) την ανταλλαγή πληροφοριών σε θέματα σχετικά με τα μαθήματά τους, για διάφορα γεγονότα, νέα του Πανεπιστημίου και για γεγονότα που αφορούν το ενδιαφέρον τους σχετικά με τις σπουδές τους. Επιπλέον, τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι φοιτητές θεωρούσαν το Facebook λιγότερο χρήσιμο, παρόλα αυτά αρκετά χρήσιμο, για την επικοινωνία με τους καθηγητές, για την επικοινωνία με ομάδες στις οποίες συμμετέχουν και καθόλου σημαντικό για την επικοινωνία με το προσωπικό του πανεπιστημίου.

Μια ανασκόπηση 147 ερευνών που δημοσιεύτηκαν από το 2012-2015 με θέμα την ακαδημαϊκή χρησιμότητα του Facebook, υποστηρίζει πως το Facebook αποτελεί ένα άτυπο, δυναμικό, κοινωνικό και ευέλικτο περιβάλλον, όπου μαθησιακές εμπειρίες, περισσότερο ή λιγότερο δομημένες, μπορούν να συντελεστούν. Στην ανασκόπηση έγινε κατηγοριοποίηση

των ακαδημαϊκών χρήσεων του Facebook σε τυπικά και άτυπα μαθησιακά περιβάλλοντα (Manca & Ranieri, 2016). Στην ανασκόπηση αναφέρονται έρευνες που επισημαίνουν τη χρήση του Facebook, ως εκπαιδευτικό εργαλείο που υποστηρίζει την ανατροφοδότηση από συμφοιτητές/τριες, την επικοινωνία, τη συζήτηση και μάθηση και τη διευκόλυνση της συνεργασίας, όπως και τη δόμηση της γνώσης διαμέσου της κοινωνικής διάδρασης (Acar, 2013; Alias, Siraj, Daud, & Hussin, 2013; Chen, 2015; Gregory, Gregory, & Eddy, 2014; Güler, 2015; Hou, Wang, Lin, & Chang, 2015; McCarthy, 2015b; Öztürk, 2015; Puhl, Tsovaltzi, & Weinberger, 2015).

5.3.4 Αρνητικές επιπτώσεις της χρήσης του Facebook και του Instagram

Οι αρνητικές επιπτώσεις της χρήσης του Facebook έχουν απασχολήσει και συνεχίζουν να απασχολούν αρκετούς ερευνητές. Ορισμένοι ερευνητές επισημαίνουν πως η χρήση του Facebook μπορεί να αυξήσει τα επίπεδα μοναξιάς των χρηστών του. Το αρνητικό ψυχολογικό μειονέκτημα της μοναξιάς που προκύπτει από τη χρήση του Facebook συνδέεται με τη δημιουργία ψευδών κοινοτήτων και επιφανειακών σχέσεων (Marche, 2012). Η μοναξιά αναφέρεται από την Turkle (2011) ως αποτέλεσμα μιας αναζήτησης για «αυθεντική» σύνδεση. Συγκεκριμένα δηλώνει: *«Όταν η ζωή στο διαδίκτυο γίνεται το παιχνίδι σας, υπάρχουν και νέες επιπλοκές. Εάν είστε μόνος μπορείτε να βρίσκεστε σε συνεχή σύνδεση. Αλλά αυτό μπορεί να σας αφήσει πιο απομονωμένους, χωρίς πραγματικούς ανθρώπους γύρω σας»*. (σ. 206). Η μοναξιά δεν είναι μόνο συνέπεια των ανούσιων συνδέσεων, αλλά είναι και το αποτέλεσμα της υπερσυνδεσιμότητας. *«Με το να είναι πάντα συνδεδεμένοι, οι άνθρωποι δεν λαμβάνουν πλέον τα ψυχολογικά οφέλη της μοναξιάς, το είδος της μοναξιάς που αναζωογονεί και αποκαθιστά»* (Turkle, 2011, σ. 20).

Η υπερσύνδεση συνδέεται με δύο άλλα συχνά αναφερόμενα ψυχολογικά μειονεκτήματα της χρήσης του Facebook: το *άγχος* και τον *εθισμό*. Η Turkle (1995, 2011) το συνδέει με το *άγχος* αποσύνδεσης, καθώς παρόλο που οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να βοηθήσουν τα άτομα να αισθάνονται συνδεδεμένα, όταν αποσυνδέονται αισθάνονται ανήσυχα.

Τέλος, η *δυστυχία* είναι μια άλλη ψυχολογική συνέπεια της χρήσης του Facebook, σύμφωνα με τους Philips και Moberly (2013). Η δυστυχία προκύπτει όταν τα άτομα συγκρίνονται με άλλα άτομα σχετικά με τις ενημερώσεις στο Facebook (status updates) και αυτό τους δημιουργεί συναισθήματα ζήλειας για τις ζωές των άλλων ατόμων. Άλλες αρνητικές επιπτώσεις της χρήσης του Facebook ότι είναι *πίεση*, *εξάντληση*, *η ανάλωση χρόνου* και *η εκμετάλλευση*. Οι Boon και Sinclair (2009) δηλώνουν ότι υπάρχει μια πίεση για χρήση του Facebook από τους συνομηλίκους και τους ακαδημαϊκούς. Αυτό πολλές φορές κάνει τα άτομα να αισθάνονται εξάντληση και πως αναλώνουν το χρόνο τους (Turkle, 2011).

Οι Boon και Sinclair (2009) δηλώνουν ότι «το Facebook φαίνεται να μας ενθαρρύνει να δημιουργήσουμε ουσιαστικά *ψευδείς κοινότητες* επιφανειακών σχέσεων και ότι *αυτό δεν σημαίνει ότι το μέσο δεν χρησιμοποιείται ποτέ για τη διατήρηση ισχυρών κοινοτήτων σημαντικών σχέσεων, αλλά μάλλον ότι αυτές φαίνονται να ανήκουν στη μειονότητα*» (σελ. 104). Η Turkle (1995) θεωρεί ότι όταν οι άνθρωποι περιοριστούν στην πληροφορία μόνο, ο άνθρωπος χάνεται. Ως εκ τούτου, αν οι σχέσεις με τους άλλους αναπτύσσονται μέσω πληροφοριών, οι σχέσεις αυτές είναι κάπως επιφανειακές.

Όπως δείχνουν τα αποτελέσματα αρκετών ερευνών, οι *αδύναμοι δεσμοί* προωθούνται από το Facebook (Van Dijck, 2013), το οποίο περιλαμβάνει τις λίστες με τους περισσότερους φίλους

των χρηστών του. Οι Ellison et al., (2007) και οι Grimes και Fields (2012) υποστηρίζουν ότι οι αδύναμοι δεσμοί βοηθούν στην ενίσχυση της δημοτικότητας και κατά συνέπεια του κοινωνικού κεφαλαίου. Δεν αποσκοπούν όμως στην οικοδόμηση ισχυρών δεσμών ή σχέσεων. Οι Philips και Moberly (2013) αναφέρουν ρητά ότι: Το Facebook ως κοινωνικό μέσο καλλιεργεί επίσης σχέσεις σκληρής αισιοδοξίας, επειδή η ίδια η συνδεσιμότητα που προσελκύει τους ανθρώπους σε επαφή μεταξύ τους ματαιώνει τη συνδεσιμότητα που αναζητούν οι χρήστες όταν δημιουργούν σελίδες, δημοσιεύουν ενημερώσεις, φορτώνουν εικόνες, ετικέτα μεταξύ τους και να προσκαλούν ο ένας τον άλλον σε παιχνίδια. Η ικανότητα του Facebook να αποξενώνει τους χρήστες της και η σκληρότητα της αισιοδοξίας της είναι εμφανής όταν οι χρήστες του Facebook κάνουν φίλους άτομα που συναντήθηκαν μόνο μέσω του Facebook και στη συνέχεια να χρησιμοποιούν το Facebook ως πλατφόρμα για την εύρεση και τη διατήρηση αυτών των φίλων.

Όσον αφορά την ακαδημαϊκή ζωή των φοιτητών, ορισμένοι ερευνητές διατηρούν τις επιφυλάξεις τους για το Facebook και το θεωρούν πως διασπά τους φοιτητές από τα μαθήματα (Buffardi & Campbell, 2008) τους επιφορτίζει με άγχος μαζί με *αισθήματα ανασφάλειας και ανεπάρκειας* (Donnelly, 2012) μπορεί να προκαλέσει εθισμό (Andreassen et al., 2012). Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας του Junco (2011) η χρήση του Facebook από τους φοιτητές μπορεί να συνδέεται αρνητικά με την συμπλοκή του φοιτητή στην Πανεπιστημιακή ζωή. Ο χρόνος που αναλώνεται στο Facebook από τους φοιτητές βρέθηκε να έχει θετική συσχέτιση με το χρόνο που αναλώνεται σε δραστηριότητες σχετικές με τα μαθήματα αλλά βρέθηκε αρνητική συσχέτιση με την συμπλοκή του φοιτητή (Junco, 2011). Μια έρευνα από τους Junco και Cotten (2012) τον επόμενο χρόνο, έδειξε πως οι φοιτητές που χρησιμοποιούσαν το Facebook και άλλες τεχνολογίες επικοινωνίας των ώρα

της ασχολίας τους με ακαδημαϊκές εργασίες είχαν χειρότερη επίδοση από τους φοιτητές που δεν έκανα χρήση αυτών των τεχνολογιών.

Η Βασιλική Εταιρεία Δημόσιας Υγείας (Royal Society for Public Health) και το φιλανθρωπικό κίνημα Young Health Movement πραγματοποίησαν έρευνα για τους πρώτους μήνες του 2017 περίπου σε 1.500 νέους (ηλικίας 14-24 ετών) στη Βρετανία για τις επιπτώσεις από τη χρήση των κοινωνικών μέσων. Ζητήθηκε από τους νέους να βαθμολογήσουν τον τρόπο με τον οποίο κάθε ιστότοπος κοινωνικών μέσων επηρέασε έναν κατάλογο 14 θεμάτων υγείας και ευεξίας, όπως το άγχος, την κατάθλιψη, τη μοναξιά, τον ύπνο, τον εκφοβισμό και το «φόβο απουσίας από γεγονότα, δράσεις, πληροφορίες» (Fear of Missing Out-FoMo). Με βάση τις αξιολογήσεις των νέων, το Instagram αναφέρθηκε ως ο ιστότοπος με το πιο αρνητικό αποτέλεσμα. Η πλατφόρμα φόρτωσης φωτογραφιών διαπιστώθηκε ότι βλάπτει τις αντιλήψεις της εικόνας του σώματος, αυξάνει το «FoMo» και έχει επιζήμια επίδραση στον ύπνο. Παρόλα αυτά αξιολογήθηκε θετικά από τους νέους σε ζητήματα που αφορούν την αυτο-έκφραση και τη οικοδόμηση της κοινότητας. Το Snapchat ήταν η δεύτερη λιγότερο θετική πλατφόρμα στην αξιολόγηση και ιδιαίτερα για το «FoMo» και αξιολογήθηκε θετικά όσον αφορά την αυτο-έκφραση. Το Facebook ήταν στη μέση σύμφωνα με την αξιολόγηση όσον αφορά στη βλαβερή επίδραση στον ύπνο και στην παρουσία εκφοβισμού. Η πλατφόρμα, η οποία είναι το πιο δημοφιλές δίκτυο κοινωνικών μέσων στον κόσμο, κατατάσσεται θετικά για συναισθηματική υποστήριξη και οικοδόμηση κοινότητας.

Το Twitter αξιολογήθηκε ως η δεύτερη καλύτερη πλατφόρμα, αλλά επίσης με κάποια αρνητικά αποτελέσματα στην επίδραση στον ύπνο και στον εκφοβισμό. Το YouTube ήταν η μόνη πλατφόρμα που φάνηκε να έχει θετικές συνέπειες στην ψυχική υγεία. Οι ερευνητές

πρότειναν μια σειρά μέτρων προκειμένου να μειωθούν οι αρνητικές επιπτώσεις στην ψυχική υγεία των νέων. Μια πρόταση ήταν μια προειδοποίηση pop-up, η οποία θα έλεγε στους χρήστες εάν χρησιμοποιούν έναν ιστότοπο πάρα πολύ. Άλλες προτάσεις τους αφορούσαν στην επισήμανση από τα κοινωνικά μέσα όταν οι φωτογραφίες των ανθρώπων έχουν υποστεί ψηφιακή επεξεργασία, όπως, επίσης, και την ενσωμάτωση μαθημάτων ασφαλούς χρήσης των μέσων μαζικής ενημέρωσης στην εκπαίδευση (Blair, 2017).

5.3.5 Τα Πανεπιστήμια ως Κοινότητες Μάθησης

Οι κοινότητες αποτελούν κοινωνικά φαινόμενα, με κεντρικά χαρακτηριστικά που ενώνουν τα άτομα και τις οργανώσεις. Τυπικά, χαρακτηρίζονται ως βασισμένες σε μια τοποθεσία (location-based) ή σε ένα κοινό ενδιαφέρον (interest-based). Το Πανεπιστήμιο μπορεί να θεωρηθεί ένας συνδυασμός από κοινότητες βασισμένες στην συγκεκριμένη τοποθεσία και στο κοινό ενδιαφέρον. Επιπλέον, αποτελεί ιδιαίτερα σημαντικό θεσμό στην κοινωνία και είναι οργανωμένο σύμφωνα με δύο σκοπούς: (1) την ανακάλυψη της γνώσης μέσω της φροντίδας του ατομικού ταλέντου, και (2) τη μεταβίβαση της γνώσης μέσω της διδασκαλίας. (Fisher et al., 2002). Όπως όλοι οι κοινωνικοί θεσμοί έτσι και το πανεπιστήμιο ακολουθούν μια σχέση συμβίωσης με την κοινωνία, της οποίας αποτελούν μέρος της, προσαρμόζονται στο κοινωνικό περιβάλλον και βοηθούν στην εξέλιξή του. Το Πανεπιστήμιο, επίσης, διαθέτει τα χαρακτηριστικά μιας *κοινότητας πρακτικής*, καθώς φοιτούν σε αυτό άτομα με κοινά ενδιαφέροντα, αξίες και/ή στόχους, τα οποία μαθαίνουν μαζί και ο ένας από το άλλο.

Ο Wenger (1998) εισήγαγε τον όρο κοινότητες πρακτικής αναφερόμενος σε ομάδες ατόμων που μοιράζονται ένα κοινό πρόβλημα, ενδιαφέρον ή ενασχόληση και αλληλοεπιδρούν με τρόπο τέτοιο, ώστε ενισχύσουν γνώσεις, δεξιότητες, συναισθήματα και συμπεριφορές που θα

τους επιτρέψουν να έχουν καλύτερα αποτελέσματα. Η μάθηση δεν μπορεί να διαχωριστεί από την κοινωνιολογική πρακτική της κοινότητας, και κατά συνέπεια η δέσμευση σε μια τέτοια κοινή πρακτική συμπεριλαμβάνει και τη μάθηση (Lea & Blake, 2002). Το εσωτερικό μιας κοινότητας πρακτικής επιτρέπει και προάγει την αλληλεπίδραση, διαπραγμάτευση, δημιουργία γνώσης και εμπειρίας διαμέσου της συμμετοχής (Lave & Wenger, 1991). Μια κοινότητα πρακτικής ενεργεί ως δυναμική πηγή πληροφοριών για τα μέλη της (Wenger, 1998) και διαμορφώνει έναν ιδιαίτερο τρόπο επικοινωνίας και έκφρασης (Yates & Orlikowski, 1992). Μια κοινότητα πρακτικής δεν περιλαμβάνει μόνο την τεχνική γνώση ή δεξιότητες που σχετίζονται με την πραγματοποίηση ενός έργου/στόχου, αλλά και ένα πλήθος σχέσεων που αναπτύσσονται με το χρόνο (Lave & Wenger, 1991). Τα μέλη εμπλέκονται σε κοινές δραστηριότητες και συζητήσεις, υποστηρίζει το ένα το άλλο, ανταλλάσσουν πληροφορίες και οικοδομούν σχέσεις που επιτρέπουν σε αυτά να μαθαίνουν μαζί (Wenger, 1998). Η οργάνωση γύρω από συγκεκριμένη θεματική περιοχή και η πρακτική εξάσκηση δίνει στα μέλη την αίσθηση κοινής δράσης και κοινής ταυτότητας.

Για να χαρακτηριστεί μια κοινότητα, «κοινότητα πρακτικής», σύμφωνα με τους Wenger, McDermott & Snyder (2002), είναι αναγκαίο να υπάρξει μια ομάδα ατόμων, η οποία είναι ανεπίσημη και τα μέλη της οποίας θα δείξουν ενδιαφέρον για επικοινωνία και συνεργασία μεταξύ, τους πάνω σε κάποιον τομέα. Κάποια από τα άτομα αυτά που είναι πιο ενεργά, ενισχύουν τη δημιουργία της κοινότητας. Σταδιακά η ομάδα αυτή αναπτύσσει κοινά ενδιαφέροντα και μοιράζεται κάποιον τομέα γνώσεων. Βασική προϋπόθεση δημιουργίας μιας κοινότητας πρακτικής, αποτελεί το ενδιαφέρον που δείχνουν τα μέλη της. Είναι πολύ σημαντικό να συνειδητοποιήσουν την αξία του να μοιράζεσαι τις απόψεις σου με τα υπόλοιπα μέλη, καθώς και ενδιαφέροντα, διάφορες προσωπικές ιστορίες και τεχνικές. Ωστόσο, το κοινό ενδιαφέρον που έχουν τα μέλη μιας κοινότητας πρακτικής πάνω σε έναν

τομέα, δεν τα καθιστά αυτομάτως μέλη κοινότητας πρακτικής. Για να χαρακτηριστούν έτσι, συνεπάγεται ότι το ενδιαφέρον που επιδεικνύουν αναφέρεται σε μια κοινή πρακτική, που έχει επιρροή σε όλα τα μέλη της, τόσο όσον αφορά τη συμπεριφορά τους, όσο και τις ικανότητές τους.

Μια κοινότητα πρακτικής είναι ένας πολύ συγκεκριμένος τύπος κοινωνικής δομής, που έχει συγκεκριμένο σκοπό. Σκοπός της είναι να διαχειριστεί τη γνώση που κατέχουν τα μέλη της και να ενισχύσει τη μάθηση. Διαφέρει σε σημαντικό βαθμό από ένα θεσμό/οργανισμό, κύριος σκοπός των οποίων είναι να υπηρετήσουν πιο λειτουργικούς σκοπούς, όπως είναι η παραγωγικότητα ή τα αποτελέσματα μιας ενέργειας. Αντίθετα, μια κοινότητα πρακτικής έχει πιο ανεπίσημο χαρακτήρα και είναι πιο «χαλαρή» και αυτόνομη από ότι ένας θεσμός/οργανισμός, ακόμα και στην περίπτωση που είναι θεσμοθετημένη. Για να χαρακτηριστεί μια κοινότητα από «ζωτικότητα» (aliveness), θα πρέπει να ενισχύει τον ανοιχτό διάλογο, να επικεντρώνεται στην εξέλιξη και τις αξίες του θεσμού/οργανισμού που είναι ενταγμένη, να ενισχύει διάφορα επίπεδα συμμετοχής, να αναπτύσσει τόσο το δημόσιο όσο και τον ιδιωτικό τομέα της κοινότητας και να συνδυάζει τον ενθουσιασμό για το καινούριο με την οικειότητα ενός γνωστού αντικειμένου. Η ζωτικότητα αυτή σχετίζεται με την αλληλεπίδραση μεταξύ των μελών της κοινότητας και αποτελεί σημαντικό στοιχείο των κοινοτήτων. Επιπλέον, μέσω του διαλόγου στο πλαίσιο της κοινότητας, επιτυγχάνεται ο κριτικός στοχασμός και η αναθεώρηση των απόψεων των μελών της. (Wenger, McDermott & Snyder, 2002).

Ο Siemens (2005) προτείνει τη θεωρία του «κονεκτιβισμού» (connectivism) ως ανταπόκριση στα ταχέως μεταβαλλόμενα όρια μάθησης, καθώς απαιτούνται διαφορετικές δεξιότητες για την πλοήγηση στα «Νεφελώδη περιβάλλοντα» που καταλαμβάνουν οι μαθητές (σ. 4). Ο

κονεκτιβισμός περιλαμβάνει την ανάγκη για τους εκπαιδευόμενους να αποκαλύψουν τις συνδέσεις μεταξύ ιδεών, εννοιών και πεδίων και έχουν τις πιο ακριβείς και ενημερωμένες γνώσεις στα μαθήματά τους (Siemens, 2005, 2009). Με τον κονεκτιβισμό, οι μαθητές συνδέονται συνεχώς με εικονικές πηγές, γνώση και αξιοποίηση αυτών των πηγών για έργα και δραστηριότητες στην τάξη και διευκολύνει τη μάθηση δίνοντας στους μαθητές πρόσβαση στις απεριόριστες γνώσεις που υπάρχουν στα εικονικά δίκτυα έξω από την τάξη (Siemens, 2009). Αυτή η προσέγγιση προκαλεί τους παραδοσιακούς περιορισμούς που υπάρχουν όταν η διαδικασία της γνώσης λαμβάνει χώρα μέσα στην τάξη, καθώς η μάθηση με σύμφωνα με τον κονεκτιβισμό συμβαίνει σε διαδικτυακά τεχνολογικά περιβάλλοντα ή κοινωνικά δίκτυα με τα οποία είναι συνδεδεμένοι οι μαθητές κατά τη διάρκεια της πρακτικής της τάξης (Siemens, 2009). Η άτυπη μάθηση γίνεται σημαντικό μέρος της μαθησιακής εμπειρίας και οι μαθητές συνεχώς συνδέονται με τις έννοιες και τους ανθρώπους, η εκπαίδευση δεν περιορίζεται καθόλου στα τέσσερα τείχη της τάξης.

Το Facebook διαθέτει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που το καθιστούν κατάλληλο για την εκπαίδευση και για τη δημιουργία μιας κοινότητας πρακτικής online, καθώς δίνει τη δυνατότητα για άμεση επικοινωνία, φιλοξενία υπερσυνδέσμων, και βίντεο και φωτογραφιών και εγγράφων. Το δυνατό του σημείο είναι η δυνατότητα που προσφέρει για συνεργατική μάθηση. Αρκετοί ερευνητές ασχολήθηκαν με το ρόλο του Facebook στη μάθηση, σε κοινότητες πρακτικής στο Πανεπιστήμιο. Τα αποτελέσματα της έρευνας του Buzzeto-More (2012) που δημιούργησε μια ομάδα στο Facebook για να επεκτείνει τη διδασκαλία του πέρα από την παραδοσιακή τάξη στους φοιτητές, ενώ χρησιμοποίησε το σύστημα Blackboard για τη διαχείριση των ασκήσεων προς τους φοιτητές, έδειξαν πως οι φοιτητές προτιμούσαν το Blackboard για ανακοινώσεις σχετικές με μαθήματα και για να δουν τους υπερσυνδέσμους που αφορούσαν πηγές για τα μαθήματα, ενώ θεωρούσαν το Facebook πολύ ανώτερο για τη

δημιουργία κοινότητας και τη διευκόλυνση των συζητήσεων που αφορούσαν την τάξη. Οι Cain και Policastri (2011) χρησιμοποίησαν το Facebook για προαιρετικές δραστηριότητες σε ένα πανεπιστημιακό μάθημα για να μεταφέρουν στους μαθητές τις προσεγγίσεις διαφόρων ειδικών σχετικά με το μάθημα και ζητημάτων που δεν καλύφθηκαν την ώρα του μαθήματος. Τα αποτελέσματά της έρευνας έδειξαν πως οι φοιτητές εκτίμησαν την άτυπη μαθησιακή στρατηγική με τη χρήση του Facebook και την εκούσια συμμετοχή τους σε αυτό χωρίς την επιβολή διάδρασης με τους διδάσκοντες.

Ακολουθώντας τις αρχές του κονεκτιβισμού αρκετοί εκπαιδευτικοί έχουν αρχίσει να χρησιμοποιούν τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης στις αίθουσες διδασκαλίας τους για να αποκομίσουν τα εκπαιδευτικά οφέλη που προσφέρουν οι εν λόγω ιστοχώροι στους συνδεδεμένους μαθητές τους. Για παράδειγμα, ο Phillips (2013) χρησιμοποιεί τη θεωρία πολλαπλής νοημοσύνης του Howard Gardner για να υπογραμμίσει την εκπαιδευτική αξία που μπορεί να έχει το Instagram για τους μαθητές όταν χρησιμοποιείται στην τάξη. Επισημαίνει, πως η χρήση του Instagram μπορεί να βοηθήσει στην ανάπτυξη της χωρικής νοημοσύνης, της γλωσσικής νοημοσύνης, της λογικής, της μαθηματικής, της διαπροσωπικής και ενδοπροσωπικής νοημοσύνης μεταξύ των χρηστών της (Phillips, 2013). Δεδομένου ότι το Instagram είναι ένας ιστότοπος διαμοιρασμού φωτογραφιών, η λήψη και επεξεργασία φωτογραφιών, καθώς και οι λεζάντες και οι επιλογές ανατροφοδότησης, ενθαρρύνουν τους μαθητές να χρησιμοποιούν τις γλωσσικές και χωρικές δεξιότητές τους (Phillips, 2013). Όταν οι μαθητές βγάζουν φωτογραφίες ή κάνουν προσεγμένες μετρήσεις για να επεξεργαστούν τις φωτογραφίες τους στο Photoshop πριν από την αποστολή, χρησιμοποιούν τη μαθηματική τους ευφυΐα (Phillips, 2013). Ο Spencer (2012) περιγράφει επίσης τις διάφορες δραστηριότητες που μπορούν να χρησιμοποιήσουν οι εκπαιδευτικοί για την αξιοποίηση του Instagram στις τάξεις τους, με τη χρήση της ψηφιακής αφήγησης, την πρακτική σε ασκήσεις

γραμματικής στις λεζάντες φωτογραφιών, το φωτορεπορτάζ, τη δημιουργία φωτορεπορτάζ για την αυτοπαρουσίασή τους, τη δημιουργία blog φωτογραφιών, την εύρεση και παρουσίαση του περιεχομένου μέσα στις φωτογραφίες, τη διεξαγωγή εθνογραφικής μελέτης, την ανταλλαγή τέχνης και την άσκηση δημιουργικής και καλλιτεχνικής έκφρασης μέσω της λήψης των δικών τους φωτογραφιών. Η Bell (2013) προτείνει τη χρήση του Instagram σε ταξίδια στην ύπαιθρο, με τους μαθητές να δημιουργούν ιστορίες φωτογραφιών και δοκίμια με βάση το πρόγραμμα σπουδών. Προτείνει, δε, τη συμμετοχή όλης της τάξης ή του σχολείου στο Instagram με ένα κοινό "hashtag" για να μοιραστούν τη δουλειά τους με άλλους.

5.3.6 Η Χρήση του Facebook και του Instagram και η Αίσθηση της Κοινότητας με το Πανεπιστήμιο

Οι άνθρωποι είναι ένα κοινωνικό είδος, με πολλά πλεονεκτήματα επιβίωσης που προέρχονται από τις συνδέσεις μας με άλλους. Επειδή οι άνθρωποι έχουν μια θεμελιώδη ανάγκη να αισθάνονται ότι ανήκουν σε μια ομάδα, η κοινωνική αλληλεπίδραση πρέπει να βελτιώσει την ευημερία με την εκπλήρωση αυτών των αναγκών. Η ικανοποίηση θα είναι μεγαλύτερη εάν επικοινωνία γίνεται με τους ισχυρούς δεσμούς Αυτό συμβαίνει επειδή η ανάγκη να ανήκουν δεν ικανοποιείται από την κοινωνική αλληλεπίδραση, αλλά απαιτεί επίσης σταθερές διαπροσωπικές σχέσεις που χαρακτηρίζονται από θετικό ενδιαφέρον και φροντίδα (Baumeister & Leary, 1995, σ. 500).

Όσον αφορά το φοιτητικό πληθυσμό, οι Hausmann et al. (2007) περιέγραψαν την αίσθηση του «ανήκειν» σαν το σημαντικότερο παράγοντα για την παραμονή των φοιτητών στο Πανεπιστήμιο και καθόρισαν την αίσθηση αυτή πρωταρχικά ως κοινωνική και πιο σημαντική

από άλλους δημογραφικούς και ακαδημαϊκούς παράγοντες. Ένα καλό εκπαιδευτικό περιβάλλον απαιτεί, ανάμεσα σε άλλα πράγματα, μια υγιή και ενεργό κοινότητα, στην οποία τα μέλη της θα έχουν την αίσθηση του «ανήκειν», θα εκπληρώνονται οι κοινωνικές, πνευματικές και εκπαιδευτικές τους ανάγκες και θα αισθάνονται περηφάνια για την κοινότητά τους. Ένα τέτοιο περιβάλλον έχει τη δυνατότητα να δημιουργήσει συνεκτικότητα, συνεργασία, εμπιστοσύνη και να υποστηρίξει την ανάπτυξη και την ικανότητα επίλυσης προβλημάτων. Αυτή η αίσθηση της κοινότητας έχει περιγραφεί ως *«η αίσθηση συμμετοχής σε άμεσα διαθέσιμο, αμοιβαία υποστηρικτικό δίκτυο σχέσεων, όπου μπορεί κάποιος να στηριχτεί και σαν αποτέλεσμα της συμμετοχής του δε θα βιώνει πια αισθήματα μοναξιάς»* (Sarason, 1974). Η αίσθηση της κοινότητας σε ένα εκπαιδευτικό περιβάλλον έχει δύο διαστάσεις, *την κοινωνική κοινότητα και την κοινότητα μάθησης*. Η κοινωνική κοινότητα αντιπροσωπεύει τα αισθήματα της φοιτητικής κοινότητας σχετικά με το πνεύμα, συνοχή, εμπιστοσύνη, ασφάλεια, διάδραση, αλληλεξάρτηση και αίσθηση του ανήκειν. Η κοινότητα μάθησης αντιπροσωπεύει τα αισθήματα των μελών της κοινότητας ως προς το βαθμό που μοιράζονται κανόνες και αξίες της ομάδας και ως προς το βαθμό που οι εκπαιδευτικές τους προσδοκίες και στόχοι ικανοποιούνται με τη συμμετοχή τους σε αυτή την κοινότητα. (Rovai, Wighting, & Lucking, 2004).

Το Facebook μπορεί να βοηθήσει στην δημιουργία μικρών κοινοτήτων μέσα σε μεγάλα Πανεπιστημιακά ιδρύματα και να βοηθήσει τους φοιτητές/τριες να αισθάνονται περισσότερο συνδεδεμένοι και άνετοι (Read, 2004). Όπως δείχνουν τα αποτελέσματα ερευνών οι φοιτητές/τριες χρησιμοποιούν τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για να επικοινωνήσουν με συμφοιτητές/τριές τους και μερικές φορές με το ακαδημαϊκό προσωπικό. Τα ευρήματα μιας έρευνας στο Πανεπιστήμιο του Leicester δείχνουν πως το Facebook αποτελεί μια «κοινωνική κόλλα» και βοηθάει τους φοιτητές/τριες στην προσαρμογή τους στο

πανεπιστήμιο. Το ίδιο υποστηρίζει και άλλη έρευνα η οποία διερεύνησε τη χρήση του Facebook στο πανεπιστήμιο. Συγκεκριμένα, τα ευρήματα της έρευνας δείχνουν πως η χρήση του Facebook είχε θετική συσχέτιση με αισθήματα σύνδεσης με το πανεπιστήμιο (Boogart, 2006). Παρόλα αυτά υπάρχει αρκετό κενό στο ερευνητικό πεδίο σχετικά για τη διερεύνηση της σχέσης του αισθήματος της κοινότητας που βιώνουν οι φοιτητές/τριες με το Πανεπιστημιακό Τμήμα στο οποίο φοιτούν και τη χρήση του Facebook και ακόμη μεγαλύτερο ερευνητικό κενό όσον αφορά τη χρήση του Instagram.

Η μάθηση έχει σημαντικές κοινωνικές και γνωστικές διαστάσεις και λαμβάνει χώρα πιο αποτελεσματικά όταν το Πανεπιστήμιο προσφέρει ένα θετικό κοινωνικό περιβάλλον με έντονη την αίσθηση της κοινότητας. Οι McMillan and Chavis (1986) ορίζουν την αίσθηση της κοινότητας (Sense of Community) ως «ένα αίσθημα του ανήκειν που έχουν τα μέλη, το αίσθημα ότι τα μέλη νοιάζονται το ένα για το άλλο και για την ομάδα, και μια κοινή αντίληψη ότι οι ανάγκες του θα ικανοποιηθούν διαμέσου της δέσμευσης τους να είναι μαζί». Το μοντέλο που παρουσίασαν περιγράφει τέσσερις διαστάσεις της αίσθησης της κοινότητας: 1) Την ιδιότητα ως μέλη της κοινότητας, η οποία αντιπροσωπεύει αισθήματα του «ανήκειν» όπως και αισθήματα ταύτισης με την ομάδα 2) Την επιρροή, η οποία αντιπροσωπεύει μια αίσθηση αμοιβαίας επιρροής ανάμεσα στο άτομο και τα άλλα μέλη της ομάδας 3) Την ικανοποίηση των αναγκών, η οποία δείχνει την ικανότητα της ομάδας να διευκολύνει την ικανοποίηση αναγκών με συλλογική δράση και 4) Την συναισθηματική σύνδεση, η οποία περιλαμβάνει την συναισθηματική υποστήριξη από τη συμμετοχή στην ομάδα.

Τα αποτελέσματα μιας έρευνας που διεξήχθη στο Πανεπιστήμιο Πειραιά το 2010 (Vrocharidou et al., 2010) για τη διερεύνηση των αντιλήψεων των φοιτητών σχετικά με τη χρησιμότητα του Facebook για ακαδημαϊκούς λόγους, και τη συσχέτιση των αντιλήψεων

αυτών με την αίσθηση της κοινότητας (SoC) που βιώνουν για το Πανεπιστημιακό τους έδειξαν πως: (α) οι φοιτητές με μεγάλο βαθμό διαφωνίας σχετικά με τη συμμετοχή τους στις αποφάσεις του Πανεπιστημίου, εμφάνισαν την ίδια τάση σχετικά με τη χρησιμότητα του Facebook για την επικοινωνία με το προσωπικό του Πανεπιστημίου, και αντιθέτως (β) οι φοιτητές με μεγάλο βαθμό συμφωνίας για το εάν έχουν καλούς δεσμούς με τους άλλους στο πανεπιστήμιο, εμφάνισαν την ίδια τάση συμφωνίας με τη χρησιμότητα του Facebook για την ανταλλαγή πληροφοριών για θέματα σχετικά με τις σπουδές τους, και για ανταλλαγή πληροφοριών για γεγονότα και νέα του Πανεπιστημίου.

Όσον αφορά το Instagram μια έρευνα που διεξήχθη στην Ινδονησία για τη διερεύνηση της συσχέτισης ανάμεσα στην ανάγκη του «ανήκειν» και την αυτοπαρουσίαση σε νέους από 10-22 χρονών και τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν σημαντική θετική συσχέτιση ανάμεσα στις δύο μεταβλητές (Sarita & Suleman, 2017).

5.3.7 Η Αίσθηση της Κοινότητας και το Κοινωνικό Κεφάλαιο

Το κοινωνικό κεφάλαιο ως όρος χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά το 1916 από την Hanifan η οποία το χαρακτήρισε ως τα άυλα στοιχεία που έχουν αξία στην καθημερινή ζωή των ανθρώπων, όπως είναι η καλή θέληση, συντροφιά, συμπάθεια και κοινωνική επαφή μεταξύ των ατόμων και των οικογενειών που αποτελούν μια κοινωνική μονάδα (Winter, 2000). Ο όρος έχει χρησιμοποιηθεί από τους ερευνητές κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1960, της δεκαετίας του 1970 και της δεκαετίας του 1980 σε έρευνες που διεξήχθησαν σε διάφορα περιβάλλοντα και συστήματα, όπως στην εκπαίδευση, σε επιχειρήσεις, σε εθελοντικές οργανώσεις.

Όπως αναφέρθηκε σε προηγούμενη ενότητα, οι σύγχρονοι θεωρητικοί έχουν υιοθετήσει διαφορετικές προσεγγίσεις για τον όρο κοινωνικό κεφάλαιο. Για παράδειγμα, ο Bourdieu (1986) αναφέρθηκε στην ικανότητα του κοινωνικού κεφαλαίου να παράγει οικονομικούς πόρους, ενώ ο Coleman (1988) εστιάστηκε στη δομή των κοινωνικών σχέσεων και στο πώς σχετίζονται με το ανθρώπινο κεφάλαιο. Αντίθετα, ο Putnam (1993) προσέγγισε το κοινωνικό κεφάλαιο από την πλευρά των συνεργατικών σχέσεων που οδηγούσαν στη δημοκρατία και την ένταξη στις ομάδες πολιτών.

Η «αίσθηση της κοινότητας» μαζί με το «κοινωνικό κεφάλαιο» μπορούν να διευρύνουν την κατανόησή μας για την κοινότητα και πως η κοινοτική ψυχολογία μπορεί να προσφέρει στη διαδικασία κατανόησης του κοινωνικού κεφαλαίου στις κοινότητες. Όταν μιλάμε για το κοινωνικό κεφάλαιο αναφερόμαστε στην «κόλλα» που διατηρεί τα άτομα σε ομάδες στις κοινότητες. Η «κόλλα» αυτή αναφέρεται στις συνδέσεις ανάμεσα στα άτομα και τις ομάδες, οι οποίες είναι οι σχέσεις, τα δίκτυα και οι δεξιότητες των ατόμων να συσχετίζονται. Για την ανάπτυξη του κοινωνικού κεφαλαίου είναι απαραίτητη η βελτίωση της ισχύος των συνδέσεων ανάμεσα στα άτομα. Η κοινοτική ψυχολογία προσεγγίζει την αλληλεπίδραση και την σχέση των ατόμων στις κοινότητες μέσω της «αίσθησης της κοινότητας» η οποία μπορεί να μετρηθεί με την αντίστοιχη διαμορφωμένη κλίμακα της «αίσθησης της κοινότητας» (SoC) και να προσφέρει στην ενημέρωση σχετικά με «κοινωνικό κεφάλαιο» στις κοινότητες. (Pooley et al., 2005; Tennent et al., 2005).

Οι σημερινές ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν άμεσους διαδόχους της μεταφορικής έννοιας της κοινότητας όπως την είχε συλλάβει ο Rheingold και άλλοι 20 χρόνια πριν. Όπως και άλλες εφαρμογές του διαδικτύου έτσι και οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης φέρουν προσδοκίες κοινωνικότητας, ουσιαστικής διασύνδεσης με τους άλλους

και υποστήριξης. Το κατά πόσο η πραγματική αλληλόδραση σε αυτούς τους τόπους αγγίζει το επίπεδο της «εικονικής κοινότητας» εξαρτάται από τις απόψεις και τον ορισμό του καθενός, αλλά δεν υπάρχει αμφιβολία ότι η έννοια της «κοινότητας» θα συνεχίσει να πλαισιώνει τη κατανόηση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης.

Όπως, διαφαίνεται από τα πορίσματα ερευνών η βάση για τη δημιουργία των «εικονικών» διαδικτυακών κοινοτήτων, είναι η γεωγραφικά σε κοντινή απόσταση και εκτός διαδικτύου κοινότητα (Foucault et al., 2009). Παρόλο που αρκετοί υποστήριζαν πως η Επικοινωνία μέσω Υπολογιστή θα απελευθερώσει τα άτομα από τα όρια της φυσικής εγγύτητας, αυτό που διαφαίνεται είναι ότι οι κοινωνικές σχέσεις σε διαδικτυακά περιβάλλοντα εξαρτώνται από την προσωπική επαφή εκτός διαδικτύου. Ο Wilson (2006) όρισε τις εικονικές κοινότητες ως «κοινότητες χωρίς εγγύτητα», αλλά ίσως θα ήταν πιο ακριβές να δεχτούμε πως οι εικονικές κοινότητες είναι συχνά η online επέκταση των γεωγραφικά τοποθετημένων offline κοινοτήτων.

Λαμβάνοντας υπόψη τα ανωτέρω, για τη διερεύνηση των κοινωνικών επιπτώσεων της χρήσης του Facebook και του Instagram σε φοιτητές μιας *κοινότητας πρακτικής*, όπως αποτελεί το Πανεπιστημιακό τους Τμήμα, θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ο «νομαδικός» τρόπος ζωής τους σε περιβάλλοντα εντός και εκτός διαδικτύου και να γίνει μια *συνθετική προσέγγιση* της εντός και εκτός δικτύου κοινωνικής δραστηριότητας τους. Επίσης, θα πρέπει να διερευνηθούν τα *κίνητρα* για τη χρήση του Facebook και του Instagram, όπως και η σχέση των κινήτρων με το *κοινωνικό τους κεφάλαιο* και την *αίσθηση της κοινότητας* που έχουν με το Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτούν.

6. Μεθοδολογία της έρευνας

6.1 Ερευνητικός Σχεδιασμός

Για την διερεύνηση των ερευνητικών στόχων θα χρησιμοποιηθούν άμεσες μέθοδοι (self-report) καταγραφής απόψεων και αντιλήψεων με χρήση ερωτηματολογίου και πιο συγκεκριμένα, ποσοτική μέθοδος έρευνας επικεντρωμένη στη μέτρηση θεωρητικών εννοιών μέσω ενός τυποποιημένου ερωτηματολόγιο (Κυριαζή, 1998).

Η έρευνα διεξήχθη στη Σχολή Επιστημών της Διοίκησης και της Πολυτεχνικής Σχολής του Πανεπιστημίου Αιγαίου, που εδρεύει στη Χίο. Το Πανεπιστήμιο Αιγαίου κατατάσσεται ανάμεσα στα μεγαλύτερα Πανεπιστήμια της χώρας και συγκροτεί ένα Πανεπιστήμιο - Δίκτυο που καλύπτει όλους τους Νομούς του Αιγαίου. Καθώς η Σχολή Επιστημών της Διοίκησης και η Πολυτεχνική Σχολή εδρεύουν στη Χίο και βρίσκονται σε μακρινή απόσταση από την ηπειρωτική Ελλάδα, αναμένεται ο συγκεκριμένος φοιτητικός πληθυσμός να χρησιμοποιεί αρκετά την επικοινωνία μέσω υπολογιστή για την κάλυψη των επικοινωνιακών αναγκών του. Επιπλέον, αποτελείται από μικρές πανεπιστημιακές κοινότητες, γεωγραφικά καθορισμένες με έδρα τη Χίο σε τέσσερα πανεπιστημιακά τμήματα.

Στην παρούσα μελέτη θα γίνει έλεγχος ενός θεωρητικού μοντέλου που υποστηρίζει πως υπάρχουν σχέσεις αλληλεπίδρασης ανάμεσα στην χρήση του Facebook και του Instagram με το κοινωνικό κεφάλαιο και την αίσθηση της κοινότητας που νιώθουν οι φοιτητές/τριες με το Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτούν. Τα αποτελέσματα της έρευνας θα βοηθήσουν στην κατανόηση του τρόπου που οι φυσικές «οργανικές» κοινότητες που βρίσκονται σε ορισμένη

γεωγραφική περιοχή, όπως η φοιτητική κοινότητα της Σχολής Επιστημών της Διοίκησης και της Πολυτεχνικής Σχολής του Πανεπιστημίου Αιγαίου, αλληλεπιδρούν με κοινωνικές πρακτικές στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, όπως είναι το Facebook και το Instagram και πώς διαμορφώνονται και αλληλοεπηρεάζονται οι επικοινωνιακές πρακτικές τους, με τις κοινωνικές τους σχέσεις, που διατηρούν τόσο στο διαδικτυακό όσο και μη διαδικτυακό χώρο.

Σε μια καθοριζόμενη τοπικά κοινότητα που επιπλέον αποτελεί δυνητικά μια κοινότητα πρακτικής, όπως είναι η Σχολή Διοίκησης του Πανεπιστημίου Αιγαίου, με έδρα τη Χίο, τα συμπεράσματα της έρευνας θα βοηθήσουν στην κατανόηση του τρόπου που οι φοιτητές/τριες χρησιμοποιούν το Facebook και το Instagram, τη σχέση που υπάρχει ανάμεσα στη χρήση του Facebook και του Instagram, με την κοινωνικότητά τους, με το κοινωνικό τους κεφάλαιο, όπως και με την αίσθηση της κοινότητας με το Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτούν.

Η Σχολή Επιστημών της Διοίκησης του Πανεπιστημίου Αιγαίου αποτελείται από τα παρακάτω Τμήματα:

- Διοίκησης Επιχειρήσεων
- Ναυτιλίας και Επιχειρηματικών Υπηρεσιών
- Οικονομικής και Διοίκησης Τουρισμού

Η Πολυτεχνική Σχολή του Πανεπιστημίου Αιγαίου αποτελείται από το Τμήμα:

- Μηχανικών Οικονομίας και Διοίκησης.

Για τον έλεγχο της αξιοπιστίας και της εγκυρότητας του μοντέλου, χρησιμοποιείται η Εξερευνητική (Exploratory Factor Analysis) και Επιβεβαιωτική (Confirmatory Factor Analysis) Παραγοντική Ανάλυση και οι σχέσεις μεταξύ των εργαλείων του μοντέλου μελετούνται με τη χρήση του Μοντέλου Δομικών Εξισώσεων (Structural Equation Modeling).

Τα Μοντέλα Δομικών Εξισώσεων χρησιμοποιούνται ευρέως στις κοινωνικές επιστήμες, καθώς επιτρέπουν σε έναν ερευνητή να εκτιμήσει ταυτόχρονα πολλές εξισώσεις με αμοιβαίες επιδράσεις και να ελέγξει πολύπλοκες αιτιοκρατικές θεωρίες με πολλαπλές οδούς, ενσωματώνοντας μεταβλητές με πολλαπλούς δείκτες (Shumacker & Lomax, 2010). Η ανάλυση διαδρομών (*path analysis*) αποτελεί μια υποκατηγορία των Μοντέλων Δομικών Εξισώσεων και πρόκειται για μια επιβεβαιωτική μεθοδολογική προσέγγιση η οποία επιτρέπει στη χρήση συσχετιστικών δεδομένων για τη διερεύνηση μιας σειράς προβλεπτικών σχέσεων. Το μοντέλο δομικών εξισώσεων (*structural equation model*) παρουσιάζει τη θεωρία με ένα σύνολο εξισώσεων, οι οποίες παριστάνονται με ένα διάγραμμα σχέσεων. Εκφράζει δηλαδή τη θεωρία προσδιορίζοντας ποιοι παράγοντες σχετίζονται μεταξύ τους καθώς και τη φύση αυτής της συσχέτισης.

Συγκεκριμένα, εκτιμά το μέγεθος και την ισχύ των επιδράσεων ενός συνόλου μη πειραματικών μετρήσιμων μεταβλητών μέσα σε ένα υποθετικό σύστημα/ μοντέλο προβλεπτικών σχέσεων, εκφράζοντας τις συγκρίσεις ως σχέσεις παλινδρόμησης, χωρίς όμως να δίνει πληροφορίες για την κατεύθυνση των σχέσεων αυτών. Επιπλέον, επιτρέπει στον έλεγχο της προσαρμογής μεταξύ δύο ή περισσότερων μοντέλων στα εμπειρικά δεδομένα. Αν και είναι ένα μοντέλο που προκύπτει μέσα από συσχετιστικά δεδομένα, αποτελεί αντανάκλαση θεωριών αιτιότητας και παρέχει την πληροφορία για το ποιο υποθετικό μοντέλο αιτιωδών σχέσεων προσαρμόζεται ικανοποιητικά στο πρότυπο των σχέσεων γραμμικής παλινδρόμησης (Lleras, 2005).

6.2 Δειγματοληψία

Η τεχνική δειγματοληψίας που εφαρμόστηκε είναι η δειγματοληψία κατά στρώματα. Η δειγματοληψία κατά στρώματα σχεδιάστηκε για να εξασφαλίσει την αντιπροσώπευση κάθε τμήματος του πληθυσμού, τη μείωση του σφάλματος εκτίμησης και την ύπαρξη ικανού αριθμού υποκειμένων που προέρχονται από υπο-πληθυσμούς. Μας επιτρέπει να έχουμε αποτελέσματα με την ακρίβεια που επιθυμούμε για συγκεκριμένους υπο-πληθυσμούς που μας ενδιαφέρουν, δεδομένου ότι κάθε στρώμα μπορούμε να το μελετήσουμε σαν έναν επιμέρους πληθυσμό (Κυριαζή, 1998).

Ο πληθυσμός χωρίστηκε σε στρώματα ανάλογα με το Τμήμα παρακολούθησης και το φύλο, ενώ στη συνέχεια επιλέχθηκαν επιμέρους δείγματα με απλή τυχαία δειγματοληψία σε κάθε στρώμα. Επιλέχθηκε η μη αναλογική στρωματοποιημένη δειγματοληψία, ώστε να εξασφαλιστεί επαρκής συμμετοχή στο δείγμα και για τις υπο-ομάδες που αποτελούσαν μικρό ποσοστό του υπό διερεύνηση πληθυσμού.

Στον Πίνακα 1 παρουσιάζονται τα δημογραφικά στοιχεία του δείγματος των 202 φοιτητών που συμμετείχαν στην έρευνα. Η πλειονότητα του δείγματος ήταν γυναίκες ($n=121$, 59.9%) ενώ το 40.1% ($n=81$) ήταν άντρες.

Πίνακας 1. Δημογραφικά στοιχεία δείγματος

		<i>n</i>	%
Φύλο	Άντρας	81	40.1%
	Γυναίκα	121	59.9%

Πανεπιστημιακό Τμήμα Φοίτησης	Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων	85	42.1%
	Τμήμα Ναυτιλίας & Επιχειρηματικών Υπηρεσιών	61	30.2%
	Τμήμα Μηχανικών Οικονομίας και Διοίκησης	44	21.8%
	Τμήμα Οικονομικής και Διοίκησης Τουρισμού	12	5.9%
Έτος Φοίτησης	1	45	22.4%
	2	44	21.9%
	3	49	24.4%
	4	34	16.9%
	5	22	10.9%
	6	3	1.5%
	7	2	1.0%
	8	1	0.5%

Σύμφωνα με στοιχεία από τις Γραμματείες των Πανεπιστημιακών Τμημάτων, όπου διεξήχθη η έρευνα, ο αριθμός των ενεργών φοιτητών/τριών είναι 1899.

Συγκεκριμένα φοιτούν στο:

α) Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων: 900

β) Τμήμα Ναυτιλίας και Επιχειρηματικών Υπηρεσιών: 667

γ) Τμήμα Μηχανικών Οικονομίας και Διοίκησης: 289

δ) Τμήμα Οικονομικής και Διοίκησης Τουρισμού: 43

6.3 Ερευνητικά εργαλεία

Η δυνατότητα συλλογής στοιχείων από μεγάλο αριθμό ατόμων για τα ίδια θέματα και, συνεπώς, η συγκρισιμότητα, η δυνατότητα ποσοτικοποίησης και στατιστικής ανάλυσης των στοιχείων που συλλέγονται καθιστούν το τυποποιημένο ερωτηματολόγιο το κύριο εργαλείο της ποσοτικής έρευνας στις κοινωνικές επιστήμες (Κυριαζή, 1998).

Το ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει *οκτώ ενότητες*.

Η πρώτη ενότητα εμπεριέχει ερωτήματα σχετικά με τη συχνότητα χρήσης του Facebook και του Instagram, όπως και ερωτήματα σχετικά με τον αριθμό των «φίλων» στο Facebook και των «followers» και «following» στο Instagram.

Η δεύτερη και τρίτη ενότητα εμπεριέχει την κλίμακα μέτρησης των χρήσεων και ικανοποιήσεων του Facebook και του Instagram. Για τη μέτρηση της χρησιμότητας του Facebook και του Instagram για την ικανοποίηση αναγκών που έχουν σχέση με την κοινωνική ζωή, διαμορφώθηκε και χρησιμοποιήθηκε η υποκλίμακα (subscale) της κοινωνικής χρησιμότητας (social utility) των Dimmick et al., (2007). Οι Dimmick, Ramirez, Wang και Lin (2007) για την διερεύνηση της ικανοποίησης των αναγκών σε τρία μέσα επικοινωνίας (τηλέφωνο, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, και άμεση ανταλλαγή μηνυμάτων) στον φοιτητικό πληθυσμό χρησιμοποίησαν μια κλίμακα με δύο σκέλη προτάσεων. Το πρώτο σκέλος προτάσεων (υποκλίμακα) αναφέρεται στην κοινωνική χρησιμότητα (social utility) των τριών μέσων επικοινωνίας για την ικανοποίηση των κοινωνικών αναγκών και το δεύτερο σκέλος προτάσεων (υποκλίμακα) αναφέρεται στις ευκαιρίες ικανοποίησης (gratifications opportunities) που προσφέρει το μέσο.

Η συγκεκριμένη κλίμακα χρησιμοποιήθηκε για τη μέτρηση της χρησιμότητας των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στην κοινωνική ζωή των φοιτητών/τριών, σε έρευνα που διεξήχθη στο Πανεπιστήμιο Αιγαίου (Βροχαρίδου, 2009) και παρουσίασε υψηλό δείκτη αξιοπιστίας (Cronbach's coefficient alpha) $\alpha=0.90$.

Για την προσαρμογή της κλίμακας σε πανεπιστημιακό περιβάλλον προστέθηκαν αρκετές προτάσεις με εστίαση στην κάλυψη αναγκών που έχουν σχέση με την κοινωνική χρήση και τη φοιτητική ζωή (π.χ εκτός από την πρόταση «για να ανταλλάσσω πληροφορίες με τους γνωστούς μου» προστέθηκε και η πρόταση «για να ανταλλάσσω πληροφορίες με τους συμφοιτητές μου»). Οι ανάγκες που ικανοποιούνται με τη χρήση των δύο εφαρμογών και αφορούν στην κοινωνική χρησιμότητα του Facebook και του Instagram, όπως ορίστηκαν από τους αρχικούς δημιουργούς της κλίμακας, έχουν σχέση με την διαπροσωπική επαφή, την διατήρηση σχέσεων που βρίσκονται σε απόσταση, την ανταλλαγή πληροφοριών, την ανάλωση χρόνου, το συντονισμό εκδηλώσεων κ.ά. Επίσης, σε ορισμένες προτάσεις προστέθηκαν σε παρένθεση επιπλέον στοιχεία σχετικά με τις δυνατότητες που παράσχουν οι εφαρμογές για την έκφραση συναισθημάτων μέσω των «likes» «emojicons» «comments» όπως και για την έκφραση δημιουργίας μέσω των «αναρτήσεων», «φωτογραφιών» και «βίντεο».

Το ερωτηματολόγιο εμπεριέχει δεκαέξι προτάσεις που αφορούν στην κοινωνική χρησιμότητα του Facebook και δεκαέξι προτάσεις που αφορούν στην κοινωνική χρησιμότητα του Instagram.

Αντίστοιχα, χρησιμοποιήθηκε υποκλίμακα, για τη μέτρηση της χρησιμότητας των εφαρμογών του Facebook και του Instagram για την ικανοποίηση αναγκών, οι οποίες έχουν σχέση με την ακαδημαϊκή ζωή. Οι σχετικές έξι προτάσεις που αφορούν στην υποκλίμακα της ακαδημαϊκής ζωής βασίστηκαν σε προηγούμενες έρευνες (Flanagin & Merzger, 2001; Ellison et al., 2008; Arend, 2005; Jones & Madden, 2002) που αναφέρονται στη χρήση της επικοινωνίας μέσω υπολογιστή για την επίτευξη στόχων που έχουν σχέση με την ακαδημαϊκή ζωή. Επιπροσθέτως, η συγκεκριμένη κλίμακα χρησιμοποιήθηκε για τη μέτρηση της χρησιμότητας των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στην ακαδημαϊκή ζωή των φοιτητών/τριών σε έρευνα που διεξήχθη στο Πανεπιστήμιο Αιγαίου (Βροχαρίδου, 2009) και παρουσίασε υψηλό δείκτη αξιοπιστίας (Cronbach's coefficient alpha) $\alpha=0.85$, όπως και σε έρευνα που διεξήχθη στο Πανεπιστήμιο Πειραιώς για την ακαδημαϊκή χρησιμότητα του Facebook (Vrocharidou, Asderaki & Korres, 2011).

Για κάθε μια από τις δύο εφαρμογές (Facebook και Instagram) οι ερωτώμενοι/ες κλήθηκαν να δηλώσουν το βαθμό βοήθειας που τους προσφέρουν οι δύο εφαρμογές προκειμένου για να ικανοποιήσουν ανάγκες που έχουν σχέση με την κοινωνική και ακαδημαϊκή ζωή τους σε μια 5-βαθμια κλίμακα (1=καθόλου βοηθητική έως 5=εξαιρετικά βοηθητική).

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα, η κλίμακα της κοινωνικής και ακαδημαϊκής χρησιμότητας του Facebook παρουσίασε υψηλό δείκτη αξιοπιστίας (Cronbach's coefficient alpha) $\alpha=0.85$, όπως, επίσης, και η κλίμακα της κοινωνικής και ακαδημαϊκής χρησιμότητας του Instagram (Cronbach's coefficient alpha) $\alpha=0.94$.

Η τέταρτη και πέμπτη ενότητα εμπεριέχει την κλίμακα του Κοινωνικού Κεφαλαίου (Σύνδεση Κοινωνικού Κεφαλαίου και Γεφύρωση Κοινωνικού Κεφαλαίου), η οποία δημιουργήθηκε από τους Ellison, Steinfield και Lampe (2007).

Στην αρχή της τέταρτης ενότητας, διευκρινίζεται, πως ο όρος Πανεπιστημιακό Τμήμα αφορά σε όλα τα άτομα που συμμετάσχουν στη λειτουργία του, όπως φοιτητές, διοικητικό προσωπικό και εκπαιδευτικό προσωπικό.

Η κλίμακα της Γεφύρωσης του Κοινωνικού Κεφαλαίου αφορά στη διερεύνηση των αντιλήψεων των συμμετεχόντων στην έρευνα σχετικά με τη γεφύρωση του κοινωνικού κεφαλαίου, η οποία συνδέεται περισσότερο με τη διάχυση της πληροφορίας και τη σύνδεση με εξωτερικές πηγές (Putnam, 2000). Σύμφωνα με τον Williams (2006) «μέλη από δίκτυα αδύναμων δεσμών είναι πιθανόν να συμπεριλάβουν άτομα από ένα ευρύ περιβάλλον». Οι Ellison, Steinfield και Lampe (2007) για τη δημιουργία της κλίμακας διαμόρφωσαν πέντε προτάσεις από την υποκλίμακα της Γεφύρωσης του Κοινωνικού Κεφαλαίου του Williams (2006) και δημιούργησαν τρεις επιπλέον προτάσεις στο ερωτηματολόγιο και τις προσάρμοσαν για το πανεπιστημιακό περιβάλλον που πραγματοποιήθηκε η έρευνα. Η υπόψη κλίμακα στην έρευνα των Ellison et al., (2007) παρουσίασε υψηλό δείκτη αξιοπιστίας (Cronbach's coefficient alpha) $\alpha=0.87$. Στην παρούσα έρευνα χρησιμοποιήθηκαν έξι προτάσεις της κλίμακας των Ellison et al., (2007) που ανταποκρίνονται στο ελληνικό πανεπιστημιακό περιβάλλον της παρούσας έρευνας και αφαιρέθηκε η πρόταση «επιθυμώ να συνεισφέρω οικονομικά στο Πανεπιστήμιο μετά την αποφοίτησή μου» που είναι σχετική με το αμερικανικό πανεπιστημιακό περιβάλλον. Άλλες δύο προτάσεις δεν συμπεριλήφθηκαν, καθώς επαναλαμβάνονται στην κλίμακα για την αίσθηση της κοινότητας. Στην παρούσα έρευνα, το όνομα του Αμερικανικού Πανεπιστημίου αντικαταστάθηκε με τον όρο «Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτώ».

Η κλίμακα Σύνδεσης του Κοινωνικού Κεφαλαίου βασίστηκε σε πέντε προτάσεις από την υποκλίμακα Κοινωνικού Κεφαλαίου στο Διαδίκτυο, που δημιουργήθηκε από τον Williams (2006) και προσαρμόστηκε στο πανεπιστημιακό περιβάλλον που πραγματοποιήθηκε η

έρευνα των Ellison et al., (2007). Στην παρούσα έρευνα, το όνομα του Αμερικανικού Πανεπιστημίου αντικαταστάθηκε με τον όρο «Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτώ». Η υπόψη κλίμακα στην έρευνα των Ellison et al., (2007) παρουσίασε υψηλό δείκτη αξιοπιστίας (Cronbach's coefficient alpha) $\alpha=0.75$.

Στην παρούσα έρευνα ο δείκτης αξιοπιστίας των δύο παραγόντων που προέκυψαν από την παραγοντική ανάλυση είναι $\alpha>0.70$ και ο δείκτης αξιοπιστίας της κλίμακας του Κοινωνικού Κεφαλαίου είναι ικανοποιητικά υψηλός (Cronbach's coefficient alpha) $\alpha=0.87$.

Η έκτη ενότητα εμπεριέχει την κλίμακα της Αίσθησης της Κοινότητας με το Πανεπιστημιακό Τμήμα Φοίτησης. Η κλίμακα εμπεριέχει επτά προτάσεις για την αίσθηση της «κοινωνικής κοινότητας» με το Πανεπιστημιακό Τμήμα και γι' αυτό το λόγο ονομάζεται σύντομη κλίμακα της αίσθησης της κοινότητας και είναι κατασκευασμένη για να μετρά διαστάσεις όπως α) την ιδιότητα του μέλους (Membership), β) την επιρροή (Influence) γ) την ενσωμάτωση και εκπλήρωση των αναγκών (Integration and fulfillment of needs) δ) την κοινή συναισθηματική σύνδεση (Shared emotional connection) σύμφωνα με τη θεωρία των McMillan και Chavis (1986) που είναι και οι κατασκευαστές της κλίμακας. Η κλίμακα έχει χρησιμοποιηθεί και σε έρευνα που διεξήχθη στο Πανεπιστήμιο Πειραιώς για την ακαδημαϊκή χρησιμότητα του Facebook (Vrocharidou et al., 2011) και σύμφωνα με τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας ο δείκτης αξιοπιστίας της κλίμακας της Αίσθησης της Κοινότητας είναι ικανοποιητικά υψηλός (Cronbach's coefficient alpha) $\alpha=0.87$

Η έβδομη ενότητα εμπεριέχει την κλίμακα μέτρησης της Κοινωνικότητας (Zarkin, 1983), η οποία έχει χρησιμοποιηθεί από τους Zywicki και Danowski (2008) για τη μέτρηση της κοινωνικότητας των φοιτητών/τριών, σε έρευνα που αφορούσε τη σχέση της χρήσης του Facebook με τη δημοτικότητα των φοιτητών/τριών. Η υπόψη κλίμακα στην έρευνα των

Zywika και Danowski (2008) παρουσίασε υψηλό δείκτη αξιοπιστίας (Cronbach's coefficient alpha) $\alpha=0.82$ και στην παρούσα έρευνα αρκετά υψηλό (Cronbach's coefficient alpha) $\alpha=0.75$.

Για κάθε μια από τις προτάσεις που περιλαμβάνονται στις κλίμακες του Κοινωνικού Κεφαλαίου, της Αίσθησης της Κοινότητας και της Κοινωνικότητας, οι ερωτώμενοι/ες κλήθηκαν να δηλώσουν το βαθμό κατά τον οποίο οι προτάσεις ανταποκρίνονται στη δική τους περίπτωση με βάση τη διαβάθμιση μιας 5-βάθμιας κλίμακας τύπου Likert (1=διαφωνώ απόλυτα έως 5=συμφωνώ απόλυτα).

Η όγδοη ενότητα εμπεριέχει προτάσεις σχετικές με το φύλο, το Πανεπιστημιακό Τμήμα φοίτησης και το έτος φοίτησης.

Όλες οι κλίμακες προσαρμόστηκαν στην ελληνική γλώσσα με τη μέθοδο της ευθείας και αντίστροφης μετάφρασης με την βοήθεια τεσσάρων ατόμων, τα οποία είχαν άριστη γνώση της αγγλικής γλώσσας. Επιπροσθέτως, έγινε έλεγχος διαφόρων τύπων εγκυρότητας με συνεντεύξεις από άτομα που ανήκουν στον πληθυσμό της έρευνας και ακολούθησε πιλοτικό στάδιο ελέγχου της εγκυρότητας του ερωτηματολογίου σε δείγμα από δέκα άτομα. (Βλέπε στο σχετικό παράρτημα για την τελική μορφή του εργαλείου της έρευνας).

6.4 Διεξαγωγή της έρευνας

Η παρούσα μελέτη χρησιμοποίησε διαδικτυακό (online) τρόπο συλλογής των ερωτηματολογίων, καθώς τα αποτελέσματα πρόσφατων ερευνών δείχνουν πως, τόσο οι νέοι

σε ηλικία, όσο και οι μεγαλύτεροι, απαντούν πιο εύκολα στα ερωτηματολόγια που αναρτώνται σε περιβάλλοντα επικοινωνίας μέσω υπολογιστή και τα οποία χρησιμοποιούνται για τη διερεύνηση ευαίσθητης συμπεριφοράς (Beebe, Harrison, McRae, Anderson, & Fulkerson, 1998).

Η έρευνα πεδίου πραγματοποιήθηκε με την αποστολή ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου στους φοιτητές/τριες των τεσσάρων πανεπιστημιακών τμημάτων της Σχολής Επιστημών της Διοίκησης του Πανεπιστημίου Αιγαίου και της Πολυτεχνικής Σχολής, που έχει έδρα τη Χίο, το χρονικό διάστημα από 10 Μαΐου έως 30 Ιουνίου του 2018. Η αποστολή του ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου πραγματοποιήθηκε μέσω των Γραμματειών των τεσσάρων Πανεπιστημιακών Τμημάτων. Κατά την έναρξη της εξεταστικής περιόδου, κατόπιν συνεννόησης με τους διδάσκοντες στα τέσσερα πανεπιστημιακά τμήματα, έγινε δια ζώσης ενημέρωση των φοιτητών/τριών σχετικά με την έρευνα, την αποστολή και συμπλήρωση του ερωτηματολογίου, από την υποψήφια διδάκτορα και τους διδάσκοντες. Σε δεκαπέντε μέρες, επαναλήφθηκε μια δεύτερη αποστολή στις διευθύνσεις ηλεκτρονικού ταχυδρομείου των φοιτητών/τριών για να αυξηθεί η ανταπόκριση (response rate) στη διαδικασία. Επιπροσθέτως, το ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο αναρτήθηκε στις κλειστές ομάδες που διαχειρίζονται τα τέσσερα Πανεπιστημιακά Τμήματα στο Facebook

Στο προοίμιο του ερωτηματολογίου υπήρχε αναφορά στο σκοπό της έρευνας, όπως επίσης και διαβεβαίωση για την αξιοποίηση των στοιχείων μόνο για τους στόχους της συγκεκριμένης έρευνας, για την εμπιστευτικότητα των στοιχείων και την ανώνυμη συμμετοχή, σύμφωνα με τους κανόνες δεοντολογίας.

7. Αποτελέσματα της έρευνας

7.1 Δημογραφικά στοιχεία δείγματος

Στον Πίνακα 1 παρουσιάζονται τα δημογραφικά στοιχεία του δείγματος των 202 φοιτητών που συμμετείχαν στην έρευνα. Η πλειοψηφία του δείγματος ήταν γυναίκες (n=121, 59.9%) ενώ το 40.1% (n=81) ήταν άντρες.

Πίνακας 1. Δημογραφικά στοιχεία δείγματος

		n	%
Φύλο	Άντρας	81	40.1%
	Γυναίκα	121	59.9%
Πανεπιστημιακό Τμήμα Φοίτησης	Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων	85	42.1%
	Τμήμα Ναυτιλίας & Επιχειρηματικών Υπηρεσιών	61	30.2%
	Τμήμα Μηχανικών Οικονομίας και Διοίκησης	44	21.8%
	Τμήμα Οικονομικής και Διοίκησης Τουρισμού	12	5.9%
Έτος Φοίτησης	1	45	22.4%
	2	44	21.9%
	3	49	24.4%
	4	34	16.9%

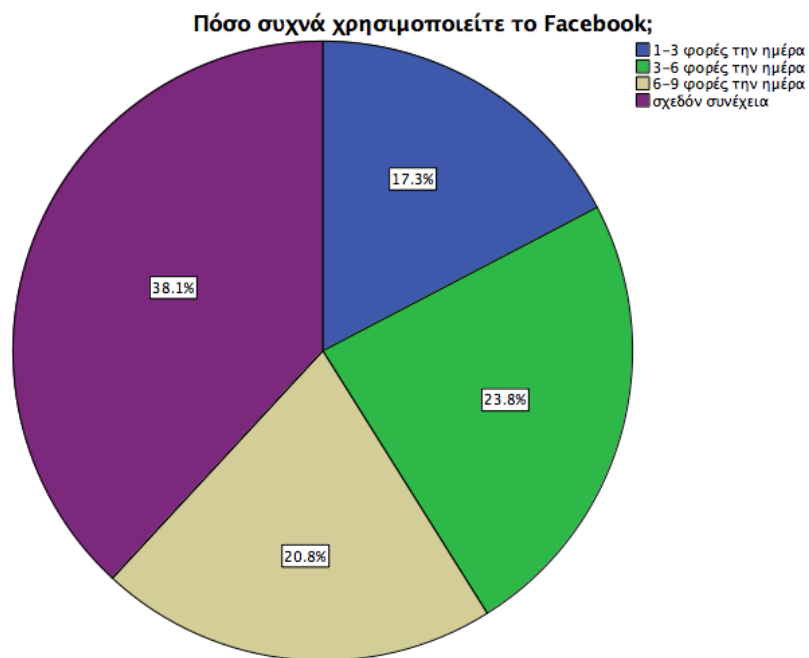
5	22	10.9%
6	3	1.5%
7	2	1.0%
8	1	0.5%

Αναφορικά με το τμήμα σπουδών παρατηρήθηκε ότι το 42.1% (v=85) των φοιτητών φοιτούσαν στο Τμήμα Διοίκησης και Επιχειρήσεων, το 30.2% (v=61) των φοιτητών φοιτούσαν στο Τμήμα Ναυτιλίας & Επιχειρηματικών Υπηρεσιών, το 21.8% (v=44) των φοιτητών φοιτούσαν στο Τμήμα Μηχανικών Οικονομίας και Διοίκησης και το 5.9% (v=12) των φοιτητών φοιτούσαν στο Τμήμα Οικονομικής και Διοίκησης Τουρισμού. Τέλος, από τους 201 φοιτητές το 24.4% (v=49) ήταν το 3^ο έτος φοίτησης, το 21.9% (v=44) ήταν το 2^ο έτος φοίτησης, το 22.4% (v=45) ήταν το 1^ο έτος φοίτησης, το 16.9% (v=34) ήταν το 4^ο έτος φοίτησης και το 13.9% (v=28) ήταν σε έτος φοίτησης μεγαλύτερο από το 4^ο.

7.2 Χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης

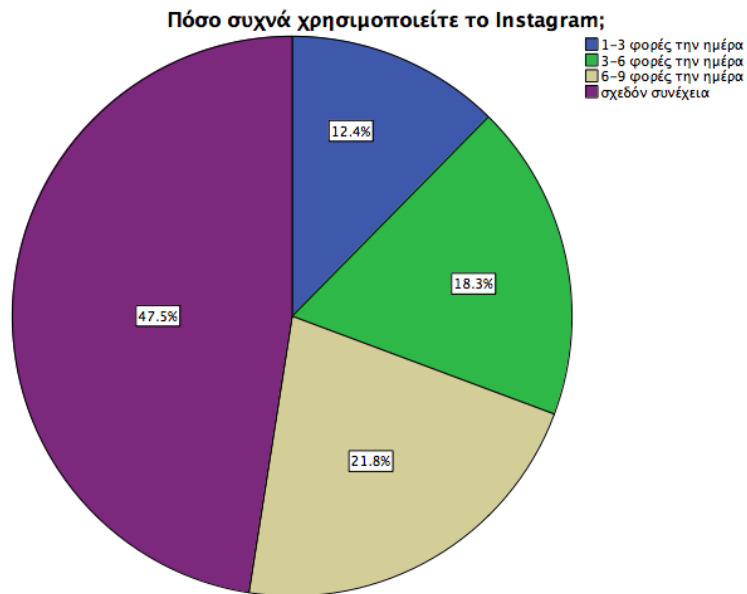
Στην συνέχεια παρουσιάζονται τα αποτελέσματα αναφορικά με τις απαντήσεις των φοιτητών για την συχνότητα χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, Facebook και Instagram, και των αριθμό φίλων/followers-following που οι φοιτητές έχουν στους αντίστοιχους λογαριασμούς τους. Από το Γράφημα 2 προκύπτει ότι το 38.1% (v=77) των φοιτητών χρησιμοποιούν το Facebook σχεδόν συνέχεια. Επιπρόσθετα, το 17.3% (v=35) των φοιτητών απάντησαν ότι κάνουν χρήση του Facebook 1 με 3 φορές ημερησίως, το 23.8% (v=48) των

φοιτητών απάντησαν ότι κάνουν χρήση του Facebook 3 με 6 φορές ημερησίως και το 20.8% (n=42) των φοιτητών απάντησαν ότι κάνουν χρήση του Facebook 6 με 9 φορές ημερησίως.



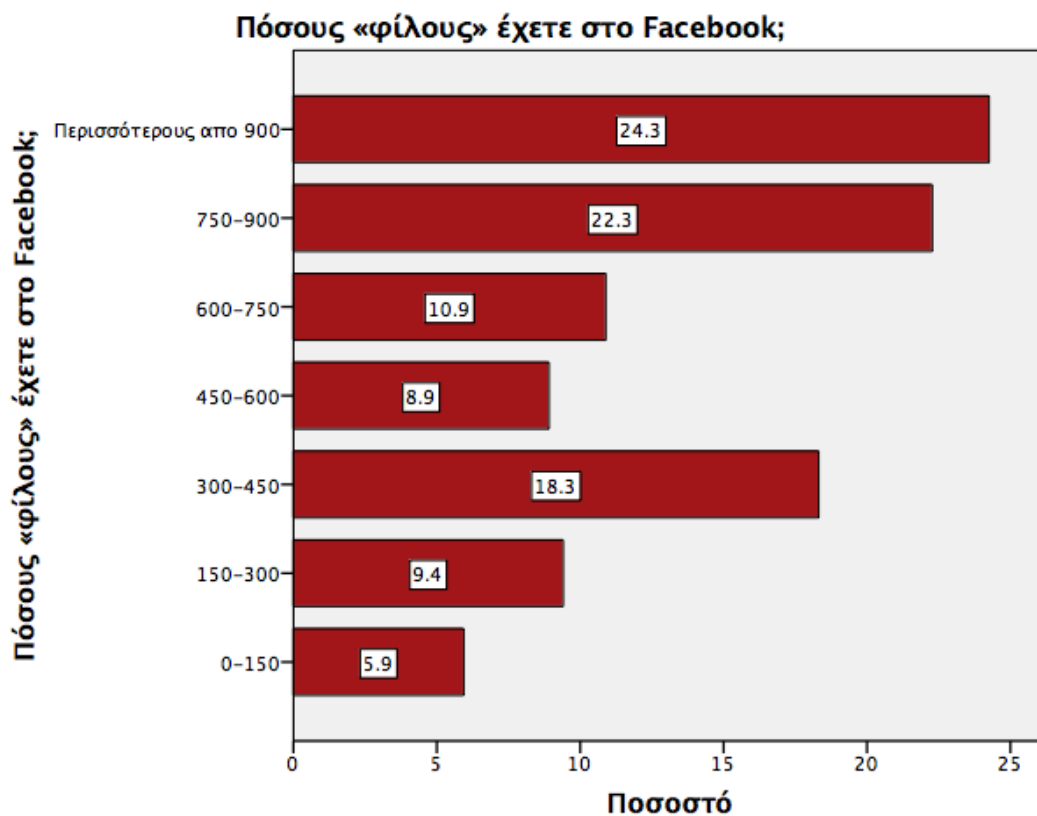
Γράφημα 2. Συχνότητα χρήσης Facebook

Από το Γράφημα 3 προκύπτει ότι το 47.5% (n=96) των φοιτητών χρησιμοποιούν το Instagram σχεδόν συνέχεια. Επιπρόσθετα, το 12.4% (n=25) των φοιτητών απάντησαν ότι κάνουν χρήση του Instagram 1 με 3 φορές ημερησίως, το 18.3% (n=37) των φοιτητών απάντησαν ότι κάνουν χρήση του Instagram 3 με 6 φορές ημερησίως και το 21.8% (n=44) των φοιτητών απάντησαν ότι κάνουν χρήση του Instagram 6 με 9 φορές ημερησίως.



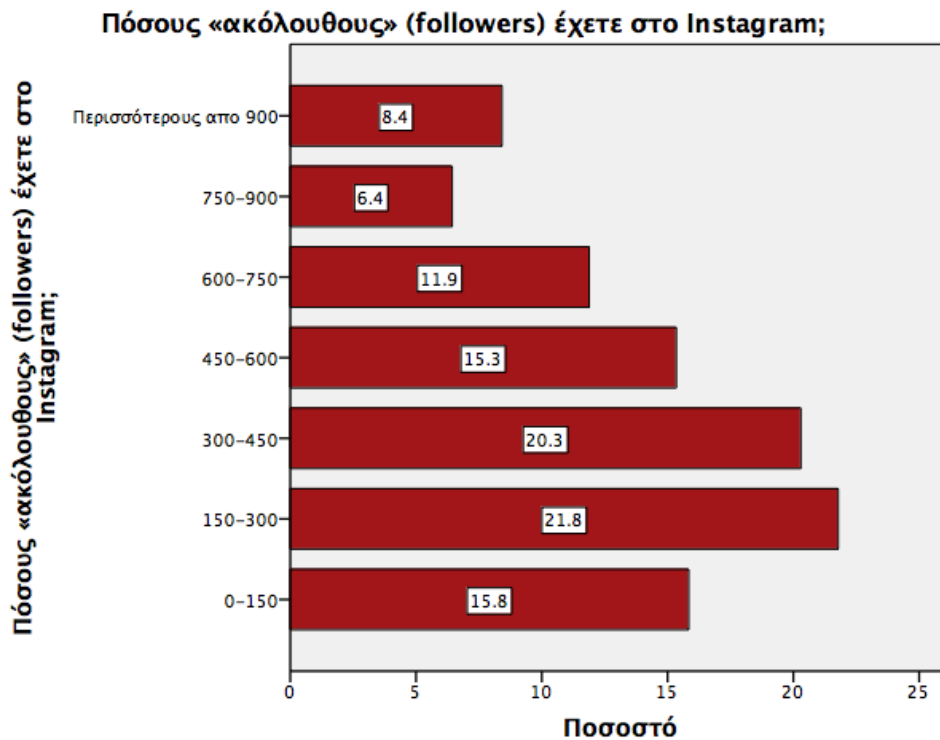
Γράφημα 3. Συχνότητα χρήσης Instagram

Η επόμενη ερώτηση αφορούσε το πόσους φίλους είχαν οι φοιτητές στο Facebook. Οι αναλυτικές απαντήσεις δίνονται στο Γράφημα 4. Από την ανάλυση προέκυψε ότι το 24.3% ($n=49$) έχει περισσότερους από 900 φίλους και το 22.3% ($n=45$) δήλωσε ότι έχει 750 με 900 φίλους. Επιπλέον, το 5.9% ($n=12$) δήλωσε ότι έχει έως 150 φίλους στο Facebook, το 9.4% ($n=19$) δήλωσε ότι έχει 150 με 300 φίλους στο Facebook και το 18.3% ($n=37$) δήλωσε ότι έχει 300 με 450 φίλους στο Facebook.



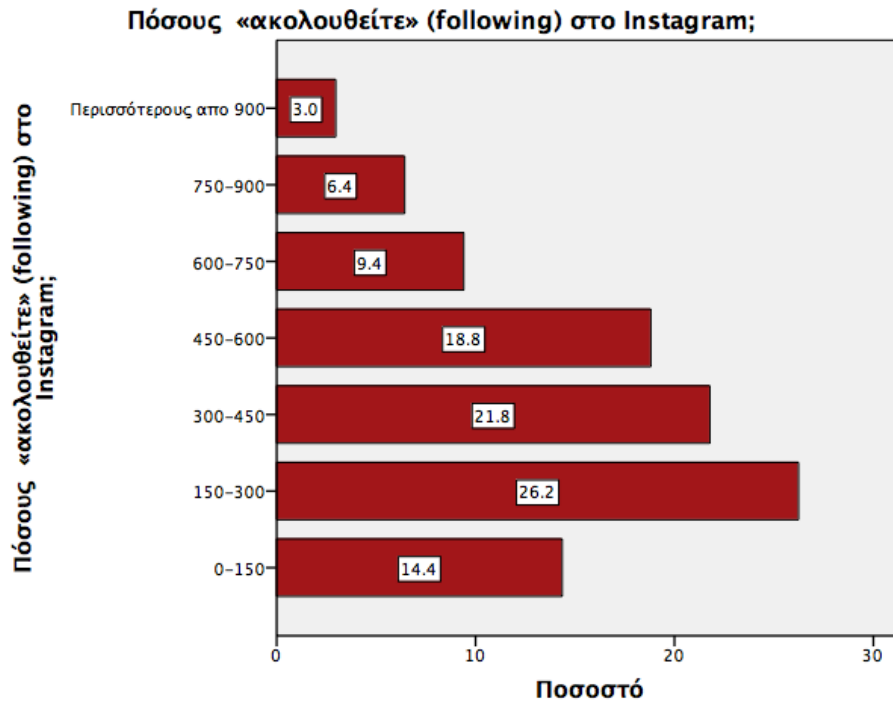
Γράφημα 4. Αριθμός φίλων στο Facebook

Παρόμοια τα αποτελέσματα στην ερώτηση που αφορούσε το πόσους «ακόλουθους» είχαν οι φοιτητές στο Instagram δίνονται στο Γράφημα 5. Από την ανάλυση προέκυψε ότι το 8.4% ($n=17$) έχει περισσότερους από 900 ακόλουθους και το 6.4% ($n=13$) δήλωσε ότι έχει 750 με 900 ακόλουθους. Επιπλέον, το 15.8% ($n=32$) δήλωσε ότι έχει έως 150 ακόλουθους στο Instagram, το 21.8% ($n=44$) δήλωσε ότι έχει 150 με 300 ακόλουθους στο Instagram και το 20.3% ($n=41$) δήλωσε ότι έχει 300 με 450 ακόλουθους στο Instagram.



Γράφημα 5. Αριθμός followers στο Instagram

Τέλος, τα αποτελέσματα στην ερώτηση που αφορούσε το πόσα άτομα ακολουθούν οι φοιτητές στο Instagram δίνονται στο Γράφημα 6. Από την ανάλυση προέκυψε ότι το 3% ($n=6$) ακολουθούν περισσότερους από 900 άτομα και το 6.4% ($n=13$) δήλωσε ότι ακολουθούν 750 με 900 άτομα. Επιπλέον, το 14.4% ($n=29$) δήλωσε ότι ακολουθούν έως 150 άτομα στο Instagram, το 26.2% ($n=53$) δήλωσε ότι ακολουθούν 150 με 300 άτομα στο Instagram και το 21.8% ($n=44$) δήλωσε ότι ακολουθούν 300 με 450 άτομα στο Instagram.



Γράφημα 6. Αριθμός following στο Instagram

7.3 Αποτελέσματα διερευνητικής ανάλυσης παραγόντων

Στην επόμενη ενότητα παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της διερευνητικής ανάλυσης παραγόντων και της αξιοπιστίας των κλιμάκων του ερωτηματολογίου. Προκειμένου να διεξαχθεί η δομή και η διάσταση των στοιχείων κάθε ερευνητικού παράγοντα, εφαρμόστηκε Διερευνητική Ανάλυση Παραγόντων (Factor Analysis) χρησιμοποιώντας τη μέθοδο των Κυρίων Συνιστωσών (Principal Component Analysis). Στη συνέχεια, αξιολογήθηκε η αξιοπιστία κάθε παράγοντα χρησιμοποιώντας το μέτρο «Cronbach's Alpha». Εφόσον το εργαλείο κοινωνικής και ακαδημαϊκής χρησιμότητας διανεμήθηκε δύο φορές, μια για το Facebook και μια για το Instagram, η διερευνητική και επιβεβαιωτική ανάλυση διενεργήθηκε δύο φορές με σκοπό να διερευνηθεί η δομή του εργαλείου για κάθε ένα από τα δύο μέσα

κοινωνικής δικτύωσης. Πραγματοποιήθηκαν ειδικές στατιστικές αναλύσεις με το πακέτο στατιστικής IBM SPSS 24.0.

Για να ολοκληρωθούν τα παραπάνω, ακολουθήθηκε μια συγκεκριμένη διαδικασία και εξετάστηκαν οι κατάλληλοι δείκτες (Fabrigar & Wegener 2011, Thompson 2004, Dimitriadis, 2010). Αναλυτικότερα:

- Για την εξαγωγή των παραγόντων, η μέθοδος ανάλυσης κυρίων συνιστωσών εφαρμόστηκε με ορθογώνια περιστροφή μέγιστης διακύμανσης (Varimax), η οποία σύμφωνα με τους Sharma (1996) και Hair et al. (1995) είναι μία από τις πιο αξιόπιστες και δημοφιλείς μεθόδους.
- Για να ελεγχθεί η καταλληλότητα της παραγοντικής ανάλυσης, εξετάστηκαν ικανοποιητικοί συσχετισμοί στον πίνακα δεδομένων. Επιπλέον, εξετάστηκε: (α) η σφαιρικότητα των δεδομένων με την στατιστική δοκιμασία Bartlett's Sphericity - Έλεγχος Σφαιρικότητας του Bartlett, (πρέπει να είναι σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 0,01 ή 0,05) και (β) ο στατιστικός έλεγχος Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) (οι τιμές άνω του 0,7 θεωρούνται ικανοποιητικές, πάνω από 0,5 ανεκτές).
- Για τον προσδιορισμό του αριθμού των παραγόμενων παραγόντων, ελέγχθηκε η ιδιοτιμή κάθε παράγοντα. Σύμφωνα με αυτό το κριτήριο, επιλέγονται εκείνοι οι παράγοντες που έχουν μια ιδιοτιμή μεγαλύτερη από ένα.
- Για να ελεγχθεί η σημασία των καθοριστικών μεταβλητών, ελέγχθηκαν οι επιβαρύνσεις (factor loadings) τους στους εξαγόμενους παράγοντας. Τα φορτία παράγοντα άνω του 0,5 θεωρούνται σημαντικά (Hair et al., 1995) σε επίπεδο σημαντικότητας 0,05.
- Ο συντελεστής Cronbach χρησιμοποιήθηκε για την αξιολόγηση της αξιοπιστίας των παραγόντων / κλιμάκων. Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία (Nunnally, 1978), ένας δείκτης άνω του 0,6 είναι μια αποδεκτή τιμή.

Τα αποτελέσματα της διερευνητικής ανάλυσης παραγόντων με τη μέθοδο Κυρίων Συνιστωσών σχετικά με το εργαλείο μέτρησης της κοινωνικής και ακαδημαϊκής χρησιμότητας για το Facebook παρουσιάζονται στον Πίνακα 2. Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι:

- (1) Η διερευνητική ανάλυση παραγόντων είναι κατάλληλη στο σύνολο των δεδομένων καθώς το κριτήριο του Bartlett's είναι στατιστικά σημαντικό ($\chi^2(231) = 2993.5$, $p < 0,05$). Ο δείκτης KMO είναι, επίσης, σημαντικός ($KMO = 0.847 > 0.5$).
- (2) Οι 22 μεταβλητές δημιουργούν συνολικά 5 παράγοντες. Ο πρώτος παράγοντας αποτελείται από 6 μεταβλητές και ερμηνεύει το 38.7% της ολικής μεταβλητότητας των δεδομένων με ιδιοτιμή 8.51, ο δεύτερος παράγοντας αποτελείται από 6 μεταβλητές και ερμηνεύει το 11.3% της ολικής μεταβλητότητας των δεδομένων με ιδιοτιμή 2.48, ο τρίτος παράγοντας αποτελείται από 4 μεταβλητές και ερμηνεύει το 6.54% της ολικής μεταβλητότητας των δεδομένων με ιδιοτιμή 1.44, ο τέταρτος παράγοντας αποτελείται από 3 μεταβλητές και ερμηνεύει το 6.34% της ολικής μεταβλητότητας των δεδομένων με ιδιοτιμή 1.39 και ο πέμπτος παράγοντας αποτελείται από 2 μεταβλητές και ερμηνεύει το 5.28% της ολικής μεταβλητότητας των δεδομένων με ιδιοτιμή 1.16.
- (3) Οι επιβαρύνσεις των μεταβλητών των 21 από τις 22 προτάσεων ήταν μεγαλύτερες από το 0,5 σε κάθε έναν από τους πέντε παράγοντες. Η πρόταση που αφορούσε «Για να παραμένω σε επαφή με φίλους/οικογένεια που ζουν μακριά» εξαιρέθηκε καθώς είχε πολύ χαμηλή επιβάρυνση στον 1^ο παράγοντα.
- (4) Οι 5 παράγοντες ερμηνεύουν συνολικά το 68.1% της μεταβλητότητας των δεδομένων
- (5) Όλοι οι παράγοντες είχαν συντελεστή αξιοπιστίας άνω του 0.8.

Από τα παραπάνω αποτελέσματα καταλήγουμε στο ότι ο πρώτος παράγοντας αφορά στο βαθμό βοήθειας που προσφέρει το Facebook όταν σκοπός της χρήσης του είναι η ικανοποίηση αναγκών που αφορούν την κοινωνική ζωή τους σχετικά με ανταλλαγή πληροφοριών, απόψεων και μηνυμάτων. Ο παράγοντας αυτός ονομάστηκε «*Ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων*». Ο δεύτερος παράγοντάς αφορά στο βαθμό βοήθειας που προσφέρει το Facebook όταν σκοπός της χρήσης του είναι η ικανοποίηση αναγκών που αφορούν στην ακαδημαϊκή τους ζωή τους και ο παράγοντας αυτός ονομάστηκε «*Ακαδημαϊκή ζωή*». Ο τρίτος παράγοντας αφορά στο βαθμό βοήθειας που προσφέρει το Facebook όταν σκοπός της χρήσης τους είναι η ικανοποίηση αναγκών που αφορούν στην κοινωνική ζωή τους σχετικά με την έκφραση των συναισθημάτων τους και την προβολή του εαυτού τους. Ο παράγοντας αυτός ονομάστηκε «*Έκφραση συναισθημάτων και προβολή εαυτού*». Ο τέταρτος παράγοντας αφορά στο βαθμό βοήθειας που προσφέρει το Facebook όταν σκοπός της χρήσης τους είναι η ικανοποίηση αναγκών που αφορούν την κοινωνική ζωή τους σχετικά με τη λήψη πληροφοριών και το να περάσουν την ώρα τους. Ο παράγοντας αυτός ονομάστηκε «*Λήψη πληροφοριών*». Τέλος, ο πέμπτος παράγοντας αφορά στο βαθμό βοήθειας που προσφέρει το Facebook όταν σκοπός της χρήσης του είναι η ικανοποίηση αναγκών που αφορούν στην κοινωνική ζωή τους σχετικά με τον συντονισμό κοινωνικών εκδηλώσεων. Ο παράγοντας αυτός ονομάστηκε «*Συντονισμός κοινωνικών εκδηλώσεων*».

Πίνακας 2. Αποτελέσματα διερευνητικής ανάλυσης παραγόντων του εργαλείου μέτρησης της κοινωνικής και ακαδημαϊκής χρησιμότητας για το Facebook.

	Παράγοντας				
	1	2	3	4	5
<u>Για να παραμείνω σε επαφή με φίλους/οικογένεια που ζουν μακριά</u>	<u>.493</u>	.285	.178	-.081	.109

Για να ανταλλάσσω πληροφορίες με τους γνωστούς μου	.635	.205	.306	.154	.037
Για να ανταλλάσσω πληροφορίες με τους συμφοιτητές μου	.637	.450	.053	.250	-.004
Για να ανταλλάσσω προσωπικά μηνύματα με πολύ κοντινούς μου ανθρώπους	.612	.144	.023	.209	.054
Για να ανταλλάσσω προσωπικά μηνύματα με τους συμφοιτητές μου	.783	.298	.019	.135	.089
Για να μοιράζομαι ιδέες, απόψεις και περιεχόμενο	.697	.020	.365	-.105	.213
Για να μοιράζομαι ιδέες, απόψεις και περιεχόμενο με τους συμφοιτητές μου	.767	.132	.232	.016	.168
<hr/>					
Για να αισθανθώ ότι νοιάζονται για εμένα ή για να εκφράσω ότι νοιάζομαι για αυτούς (μέσω των comments, likes, emoticons)	.269	-.041	.783	.300	.089
Για να αισθανθώ ότι οι συμφοιτητές μου νοιάζονται για εμένα ή για να εκφράσω ότι νοιάζομαι για αυτούς (μέσω των comments, likes, emoticons)	.297	.100	.763	.271	.042
Για να παρουσιάσω τον εαυτό μου στους άλλους	.155	.094	.750	.280	.183

Για να εκφράσω τη δημιουργικότητά μου με αναρτήσεις, φωτογραφίες και βίντεο	.021	.231	.720	.036	.279
Για το συντονισμό κοινωνικών εκδηλώσεων με γνωστούς μου ανθρώπους	.180	.173	.314	.073	.843
Για το συντονισμό κοινωνικών εκδηλώσεων με τους συμφοιτητές μου	.229	.327	.208	.156	.813
Για να περάσω την ώρα μου	-.043	.096	.185	.704	-.122
Για να λάβω πληροφορίες για άλλους ανθρώπους	.170	.035	.318	.796	.276
Για να λάβω πληροφορίες για συμφοιτητές μου	.312	.158	.222	.755	.228
Για να ανταλλάσσω προσωπικά μηνύματα με τους συμφοιτητές μου για θέματα σχετικά με τα μαθήματα	.541	.622	.005	.318	.120
Για να ανταλλάσσω πληροφορίες με τους συμφοιτητές μου για θέματα σχετικά με τα μαθήματα σε ομάδες/σελίδες του Τμήματος μου	.323	.679	-.080	.162	.228
Για να επικοινωνώ με διδάσκοντες για θέματα σχετικά με τα μαθήματά μου	.043	.663	.345	-.104	-.260

Για να επικοινωνώ με πανεπιστημιακές οργανώσεις/ομάδες/συνδέσμους, στα οποία συμμετέχω	.125	.712	.174	.012	.258
Για συντονισμό, κατά την εκτέλεση ομαδικών εργασιών με συμφοιτητές μου	.440	.614	.013	.099	.146
Για να ανταλλάσσω πληροφορίες σχετικά με εκδηλώσεις ή νέα του Πανεπιστημιακού Τμήματος μου	.297	.708	.090	.160	.221
Ποσοστό μεταβλητότητας	38.7%	11.3%	6.54%	6.34%	5.28%
Ιδιοτιμή	8.51	2.48	1.44	1.39	1.16
Cronbach's α	0.858	0.854	0.870	0.801	0.924

Τα αποτελέσματα της διερευνητικής ανάλυσης παραγόντων με τη μέθοδο Κυρίων Συνιστωσών σχετικά με το εργαλείο μέτρησης της κοινωνικής και ακαδημαϊκής χρησιμότητας για το Instagram παρουσιάζονται στον Πίνακα 3. Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι:

- (1) Η διερευνητική ανάλυση παραγόντων είναι κατάλληλη στο σύνολο των δεδομένων καθώς το κριτήριο του Bartlett's είναι στατιστικά σημαντικό ($\chi^2(231) = 3461,3, p < 0,05$). Ο δείκτης KMO, είναι επίσης, σημαντικός ($KMO = 0.861 > 0.5$).
- (2) Οι 22 μεταβλητές δημιουργούν συνολικά 5 παράγοντες. Ο πρώτος παράγοντας αποτελείται από 6 μεταβλητές και ερμηνεύει το 42.1% της ολικής μεταβλητότητας των δεδομένων με ιδιοτιμή 9.25, ο δεύτερος παράγοντας αποτελείται από 5

μεταβλητές και ερμηνεύει το 15.6% της ολικής μεταβλητότητας των δεδομένων με ιδιοτιμή 3.42, ο τρίτος παράγοντας αποτελείται από 5 μεταβλητές και ερμηνεύει το 9.4% της ολικής μεταβλητότητας των δεδομένων με ιδιοτιμή 2.07, ο τέταρτος παράγοντας αποτελείται από 4 μεταβλητές και ερμηνεύει το 5.02% της ολικής μεταβλητότητας των δεδομένων με ιδιοτιμή 1.10 και ο πέμπτος παράγοντας αποτελείται από 2 μεταβλητές και ερμηνεύει το 4.67% της ολικής μεταβλητότητας των δεδομένων με ιδιοτιμή 1.02.

- (3) Οι φορτώσεις των ερωτήσεων ήταν μεγαλύτερες από το 0,5 σε κάθε έναν από τους πέντε παράγοντες
- (4) Οι 5 παράγοντες ερμηνεύουν συνολικά το 76.7% της μεταβλητότητας των δεδομένων
- (5) Όλοι οι παράγοντες είχαν συντελεστή αξιοπιστίας άνω του 0.8.

Από τα παραπάνω αποτελέσματα καταλήγουμε στο ότι ο πρώτος παράγοντας αφορά στο βαθμό βοήθειας που προσφέρει το Instagram όταν σκοπός της είναι η ικανοποίηση αναγκών που αφορούν στην ακαδημαϊκή τους ζωή τους και ο παράγοντας αυτός ονομάστηκε **«Ακαδημαϊκή ζωή»**. Ο δεύτερος παράγοντας αφορά στο βαθμό βοήθειας που προσφέρει το Instagram όταν σκοπός της χρήσης του είναι η ικανοποίηση αναγκών που αφορούν στην κοινωνική ζωή τους σχετικά με ανταλλαγή πληροφοριών, απόψεων και μηνυμάτων. Ο παράγοντας αυτός ονομάστηκε **«Ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων»**. Ο τρίτος παράγοντας αφορά στο βαθμό βοήθειας που προσφέρει το Instagram όταν σκοπός της χρήσης τους είναι η ικανοποίηση αναγκών που αφορούν στην κοινωνική ζωή τους σχετικά με τον διαμοιρασμό ιδεών και απόψεων και την προβολή του εαυτού τους. Ο παράγοντας αυτός ονομάστηκε **«Διαμοιρασμός ιδεών, απόψεων και προβολή εαυτού»**. Ο τέταρτος παράγοντας αφορά στο βαθμό βοήθειας που προσφέρει το Instagram όταν σκοπός της χρήσης τους είναι η ικανοποίηση αναγκών που αφορούν στην κοινωνική ζωή τους σχετικά

με την έκφραση των συναισθημάτων τους και τον συντονισμό κοινωνικών εκδηλώσεων. Ο παράγοντας αυτός ονομάστηκε «*Έκφραση συναισθημάτων και συντονισμός κοινωνικών εκδηλώσεων*». Τέλος, ο πέμπτος παράγοντας αφορά στο βαθμό βοήθειας που προσφέρει το Instagram όταν σκοπός της χρήσης τους είναι η ικανοποίηση αναγκών που αφορούν τη λήψη πληροφοριών. Ο παράγοντας αυτός ονομάστηκε «*Λήψη πληροφοριών*».

Συγκεντρωτικά, η διάσταση που αφορά την κοινωνική ζωή αποτελείται από 4 υποκλίμακες ενώ για την διάσταση που αφορά την ακαδημαϊκή ζωή επιβεβαιώθηκε η μονοδιάστατη δομή της.

Πίνακας 3. Αποτελέσματα διερευνητικής ανάλυσης παραγόντων του εργαλείου μέτρησης της κοινωνικής και ακαδημαϊκής χρησιμότητας για το Instagram.

	Παράγοντας				
	1	2	3	4	5
➤ Για να παραμένω σε επαφή με φίλους/οικογένεια που ζουν μακριά	.127	.788	.144	.177	-.068
➤ Για να ανταλλάσσω πληροφορίες με τους γνωστούς μου	.176	.790	.186	.083	.170
➤ Για να ανταλλάσσω πληροφορίες με τους συμφοιτητές μου	.283	.773	.068	.110	.314
➤ Για να ανταλλάσσω προσωπικά μηνύματα με πολύ κοντινούς μου ανθρώπους	.153	.792	.171	.091	.015
➤ Για να ανταλλάσσω προσωπικά μηνύματα με τους συμφοιτητές μου	.301	.789	.077	.106	.177

➤ Για να μοιράζομαι ιδέες, απόψεις και περιεχόμενο	.134	.387	.804	.045	.062
➤ Για να μοιράζομαι ιδέες, απόψεις και περιεχόμενο με τους συμφοιτητές μου	.307	.431	.504	.026	.306
➤ Για να παρουσιάσω τον εαυτό μου στους άλλους	.017	-.056	.695	.469	.231
➤ Για να εκφράσω τη δημιουργικότητά μου με αναρτήσεις, φωτογραφίες και βίντεο	.034	.082	.779	.323	-.005
➤ Για να περάσω την ώρα μου	-.019	.175	.641	-.037	.343
➤ Για να αισθανθώ ότι νοιάζονται για εμένα ή για να εκφράσω ότι νοιάζομαι για αυτούς (μέσω των comments, likes, emoticons)	.049	.129	.500	.685	.221
➤ Για να αισθανθώ ότι οι συμφοιτητές μου νοιάζονται για εμένα ή για να εκφράσω ότι νοιάζομαι για αυτούς (μέσω των comments, likes, emoticons)	.136	.136	.419	.676	.297
➤ Για το συντονισμό κοινωνικών εκδηλώσεων με γνωστούς μου ανθρώπους	.475	.259	.048	.696	.079
➤ Για το συντονισμό κοινωνικών εκδηλώσεων με τους συμφοιτητές μου	.523	.315	.036	.649	.135
➤ Για να λάβω πληροφορίες για άλλους ανθρώπους	.089	.173	.331	.293	.779

➤ Για να λάβω πληροφορίες για συμφοιτητές μου	.182	.187	.199	.195	.878
<hr/>					
➤ Για να ανταλλάσσω προσωπικά μηνύματα με τους συμφοιτητές μου για θέματα σχετικά με τα μαθήματα	.745	.331	.043	.068	.210
➤ Για να ανταλλάσσω πληροφορίες με τους συμφοιτητές μου για θέματα σχετικά με τα μαθήματα σε ομάδες/σελίδες του Τμήματος μου	.859	.163	.075	.101	.113
➤ Για να επικοινωνώ με διδάσκοντες για θέματα σχετικά με τα μαθήματά μου	.875	.155	.042	.126	-.005
➤ Για να επικοινωνώ με πανεπιστημιακές οργανώσεις/ομάδες/συνδέσμους, στα οποία συμμετέχω	.913	.130	.084	.121	-.042
➤ Για συντονισμό, κατά την εκτέλεση ομαδικών εργασιών με συμφοιτητές μου	.864	.277	-.007	.071	.029
➤ Για να ανταλλάσσω πληροφορίες σχετικά με εκδηλώσεις ή νέα του Πανεπιστημιακού Τμήματος μου	.854	.075	.094	.164	.167
Ποσοστό μεταβλητότητας	42.1%	15.6%	9.4%	5.02%	4.67%
Ιδιοτιμή	9.25	3.42	2.07	1.10	1.02
Cronbach's α	0.944	0.900	0.830	0.859	0.912

Συγκεντρωτικά, η διάσταση που αφορά την κοινωνική ζωή αποτελείται από 4 υποκλίμακες ενώ για την διάσταση που αφορά την ακαδημαϊκή ζωή επιβεβαιώθηκε η μονοδιάστατη δομή της. Συγκριτικά με τα αποτελέσματα της ανάλυσης στο ερωτηματολόγιο που αφορούσε το Instagram παρατηρούμε ότι στο ερωτηματολόγιο που αφορούσε το Facebook παρότι προκύπτει ο ίδιος αριθμός παραγόντων (συνολικά 5) αυτοί αποτελούνται από διαφορετικές προτάσεις. Η μόνη κοινή διάσταση μεταξύ των δύο κοινωνικών μέσων είναι η χρήση για ακαδημαϊκούς λόγους.

Τα αποτελέσματα της διερευνητικής ανάλυσης παραγόντων με τη μέθοδο Κυρίων Συνιστωσών σχετικά με το εργαλείο μέτρησης του κοινωνικού κεφαλαίου παρουσιάζονται στον Πίνακα 4. Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι:

- (1) Η διερευνητική ανάλυση παραγόντων είναι κατάλληλη στο σύνολο των δεδομένων καθώς το κριτήριο του Bartlett's είναι στατιστικά σημαντικό ($\chi^2(45) = 875.2$, $p < 0,05$). Ο δείκτης KMO είναι, επίσης, σημαντικός ($KMO = 0.851 > 0.5$).
- (2) Οι 10 μεταβλητές δημιουργούν συνολικά 2 παράγοντες. Ο πρώτος παράγοντας αποτελείται από τις μεταβλητές 1 έως 6 και ερμηνεύει το 43.8% της ολικής μεταβλητότητας των δεδομένων με ιδιοτιμή 4.38 και ο δεύτερος παράγοντας αποτελείται από τις μεταβλητές 7 έως 10 και ερμηνεύει το 16.2% της ολικής μεταβλητότητας των δεδομένων με ιδιοτιμή 1.62
- (3) Οι επιβαρύνσεις των μεταβλητών ήταν μεγαλύτερες από το 0,6 σε κάθε έναν από τους δύο παράγοντες.
- (4) Οι 2 παράγοντες ερμηνεύουν συνολικά το 61% της μεταβλητότητας των δεδομένων
- (5) Και οι δύο παράγοντες είχαν συντελεστή αξιοπιστίας άνω του 0.7.

Από τα παραπάνω αποτελέσματα καταλήγουμε στο ότι ο πρώτος παράγοντας αφορά στην γεφύρωση του κοινωνικού κεφαλαίου και ο δεύτερος παράγοντας αφορά στη σύνδεση του κοινωνικού κεφαλαίου.

Πίνακας 2. Αποτελέσματα διερευνητικής ανάλυσης παραγόντων του εργαλείου μέτρησης του κοινωνικού κεφαλαίου

	Παράγοντας	
	1	2
1. Ενδιαφέρομαι για το τι συμβαίνει στο Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτώ	.709	.018
2. Η διάδραση με τους ανθρώπους στο Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτώ, με κάνει να θέλω να δοκιμάσω νέα πράγματα	.831	.152
3. Η διάδραση με τους ανθρώπους στο Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτώ, με κάνει να αισθάνομαι μέρος μιας μεγαλύτερης κοινότητας	.868	.196
4. Έχω τη διάθεση να αφιερώσω χρόνο για να υποστηρίξω γενικές δράσεις του Πανεπιστημιακού Τμήματος, όπου φοιτώ	.790	.111
5. Στο Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτώ, έρχομαι σε επαφή με νέα άτομα συνέχεια	.640	.188

6. Η διάδραση με τους ανθρώπους στο Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτώ, μου θυμίζει πως όλοι στον κόσμο είναι συνδεδεμένοι	.802	.146
7. Υπάρχουν αρκετοί άνθρωποι στο Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτώ, που μπορώ να εμπιστευτώ για να λύσω τα προβλήματά μου	.359	.657
8. Αν χρειαζόμουν ένα επείγον δάνειο των 100 ευρώ, γνωρίζω κάποιον από το Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτώ, που θα μπορούσα να απευθυνθώ	.002	.828
9. Υπάρχει κάποιος στο Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτώ, που θα μπορούσα να ζητήσω τη συμβουλή του για σημαντικές μου αποφάσεις	.281	.775
10. Δε γνωρίζω τους ανθρώπους στο Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτώ, τόσο καλά, ώστε να κάνουν κάτι σημαντικό για μένα	-.017	-.565
Ποσοστό μεταβλητότητας	43.8%	16.2%
Ιδιοτιμή	4.38	1.62
Cronbach's α	0.878	0.704

Τα αποτελέσματα της διερευνητικής ανάλυσης παραγόντων με τη μέθοδο Κυρίων Συνιστωσών σχετικά με το εργαλείο μέτρησης της αίσθησης της κοινότητας παρουσιάζονται στον Πίνακα 5. Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι:

- (1) Η διερευνητική ανάλυση παραγόντων είναι κατάλληλη στο σύνολο των δεδομένων καθώς το κριτήριο του Bartlett's ήταν στατιστικά σημαντικό ($\chi^2(21) 668.1, p < 0,05$). Ο δείκτης ΚΜΟ είναι, επίσης, σημαντικός ($KMO = 0.857 > 0.5$).
- (2) Οι 7 μεταβλητές δημιουργούν 1 παράγοντα. Ο παράγοντας αποτελείται από τις μεταβλητές 1 έως 7 και ερμηνεύει το 56.1% της ολικής μεταβλητότητας των δεδομένων με ιδιοτιμή 3.93.
- (3) Οι επιβαρύνσεις των μεταβλητών ήταν μεγαλύτερες από το 0,6.
- (4) Ο παράγοντας ερμηνεύει συνολικά το 56.1% της μεταβλητότητας των δεδομένων.
- (5) Ο συντελεστής αξιοπιστίας του παράγοντα είναι 0.866

Από τα παραπάνω αποτελέσματα καταλήγουμε στο ότι η κλίμακα που αφορά την αίσθηση τη κοινότητας είναι μονοδιάστατη.

Πίνακας 3. Αποτελέσματα διερευνητικής ανάλυσης παραγόντων του εργαλείου μέτρησης της αίσθησης της κοινότητας

	Παράγοντας
	1
1. Λαμβάνω ό,τι χρειάζομαι στο Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτώ	.675
2. Το Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτώ, με βοηθάει να καλύψω τις ανάγκες μου	.767

3. Αισθάνομαι ως μέλος αυτού του Πανεπιστημιακού Τμήματος, όπου φοιτώ	.857
4. Συμμετέχω στις αποφάσεις του Πανεπιστημιακού Τμήματος, όπου φοιτώ	.659
5. Οι άνθρωποι στο Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτώ, μπορούν να επηρεάσουν ο ένας τον άλλον	.622
6. Αισθάνομαι να έχω σύνδεση με το Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτώ	.843
7. Έχω καλούς δεσμούς με τους άλλους στο Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτώ	.788
Ποσοστό μεταβλητότητας	56.1%
Ιδιοτιμή	3.93
Cronbach's α	0.866

Τα αποτελέσματα της διερευνητικής ανάλυσης παραγόντων με τη μέθοδο Κυρίων Συνιστωσών σχετικά με το εργαλείο μέτρησης της κοινωνικότητας παρουσιάζονται στον Πίνακα 6. Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι:

- (1) Η διερευνητική ανάλυση παραγόντων είναι κατάλληλη στο σύνολο των δεδομένων καθώς το κριτήριο του Bartlett's ήταν στατιστικά ($\chi^2(36) = 434.5,9$ $p < 0,05$). Ο δείκτης KMO είναι, επίσης, σημαντικός ($KMO = 0.718 > 0.5$).
- (2) Οι 9 μεταβλητές δημιουργούν 1 παράγοντα. Ο παράγοντας αποτελείται από τις μεταβλητές 1 έως 9 και ερμηνεύει το 32.6% της ολικής μεταβλητότητας των δεδομένων με ιδιοτιμή 2.93.

(3) Από την ανάλυση προέκυψε σημαντικό πρόβλημα με τις επιβαρύνσεις των μεταβλητών καθώς 3 από τις 9 μεταβλητές είχαν επιβάρυνση μικρότερη από 0.5.

Λόγω της πολύ μικρής επιβάρυνσης των μεταβλητών 1, 2 και 5 οι μεταβλητές αυτές εξαιρέθηκαν από την συνέχεια της ανάλυσης.

Πίνακας 4. Αποτελέσματα διερευνητικής ανάλυσης παραγόντων του εργαλείου μέτρησης της κοινωνικότητας

	Παράγοντας
	1
1. <u>Μου αρέσει να κάνω πράγματα μόνος μου</u>	-.259
2. <u>Σχεδόν πάντα προτιμώ να διαβάζω με άλλους παρά μόνος μου</u>	.429
3. Έχω πιο πολλούς φίλους από τους περισσότερους ανθρώπους	.704
4. Είμαι πολύ κοινωνικός	.765
5. <u>Μου αρέσει να αισθάνομαι ανεξάρτητος από τους άλλους ανθρώπους</u>	.002
6. Τείνω να είμαι μοναχικός	-.607
7. Προτιμώ τα πάρτι με πολύ κόσμο	.550
8. Κάνω φίλους πολύ εύκολα και γρήγορα	.792
9. Τείνω να είμαι ντροπαλός	-.549
Ποσοστό μεταβλητότητας	32.8%
Ιδιοτιμή	2.950

Τα αποτελέσματα της διερευνητικής ανάλυσης παραγόντων με τη μέθοδο Κυρίων Συνιστωσών σχετικά με το εργαλείο μέτρησης της κοινωνικότητας μετά την αφαίρεση των στοιχείων 1,2 και 5 παρουσιάζονται στον Πίνακα 7. Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι:

- (1) Η διερευνητική ανάλυση παραγόντων είναι κατάλληλη στο σύνολο των δεδομένων καθώς το κριτήριο του Bartlett's ήταν στατιστικά σημαντικό ($\chi^2(15) = 297.1$, $p < 0,05$). Ο δείκτης KMO είναι, επίσης, σημαντικός ($KMO = 0.766 > 0.5$).
- (2) Οι 7 μεταβλητές δημιουργούν 1 παράγοντα. Ο παράγοντας ερμηνεύει το 46.1% της ολικής μεταβλητότητας των δεδομένων με ιδιοτιμή 2.76.
- (6) Ο συντελεστής αξιοπιστίας του παράγοντα είναι 0.755.

Πίνακας 5. Αποτελέσματα διερευνητικής ανάλυσης παραγόντων του εργαλείου μέτρησης της κοινωνικότητας μετά την αφαίρεση των «προβληματικών» στοιχείων (items) με τις χαμηλές επιβαρύνσεις.

	Παράγοντας
	1
1. Έχω πιο πολλούς φίλους από τους περισσότερους ανθρώπους	.714
2. Είμαι πολύ κοινωνικός	.790
3. Τείνω να είμαι μοναχικός	-.557
4. Προτιμώ τα πάρτι με πολύ κόσμο	.562
5. Κάνω φίλους πολύ εύκολα και γρήγορα	.814
6. Τείνω να είμαι ντροπαλός	-.567
Ποσοστό μεταβλητότητας	46.1%

7.4 Αποτελέσματα επιβεβαιωτικής ανάλυσης παραγόντων

Για την εκτίμηση της ποιοτικής προσαρμογής των μεταβλητών (στοιχείων) στα προτεινόμενα παραγοντικά μοντέλα εφαρμόστηκε μια επιβεβαιωτική ανάλυση παραγόντων (Schumacker & Lomax, 2010; Dimitriadis, 2010). Για να ολοκληρωθούν οι παραπάνω έλεγχοι, ακολουθήθηκε μια συγκεκριμένη διαδικασία και εξετάστηκαν οι κατάλληλοι δείκτες (Hoyle, 2011; Schumacker & Lomax, 2010; Dimitriadis, 2010):

- (1) Στατιστική χ^2 (Statistic χ^2) και επίπεδο σημαντικότητας (p): Καθώς το προτεινόμενο μοντέλο παραγόντων είναι καλά προσαρμοσμένο στα εμπειρικά δεδομένα, το στατιστικό χ^2 πρέπει να είναι στατιστικά ασήμαντο ($p > 0.05$). Καθώς, όμως το στατιστικό χ^2 ως στατιστικό τεστ προσαρμογής, επηρεάζεται πολύ από το μέγεθος του δείγματος, εξετάζονται οι ακόλουθοι δείκτες:
- (2) Διορθωμένο χ^2 (Normed χ^2 ή χ^2/df): Ο δείκτης χ^2 διορθώνεται κατά τους βαθμούς ελευθερίας. Χρησιμοποιείται για την κάλυψη της υψηλής ευαισθησίας του στατιστικού χ^2 σε μεγάλο μέγεθος δείγματος. Οι τιμές κάτω από 1 υποδεικνύουν ότι το μοντέλο είναι υπερβολικά προσαρμόσιμο στα δεδομένα, ενώ οι τιμές μεγαλύτερες από 3 ή 4 δείχνουν ότι το μοντέλο δεν αντιπροσωπεύει τα δεδομένα και χρειάζεται βελτίωση. Επομένως, τιμές μεταξύ 1 και 3 (ή σε 4 ή ακόμη και σε 5) είναι επιθυμητές.
- (3) RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation-Μέσο τετραγωνικό σφάλμα της προσέγγισης): Ο δείκτης RMSEA εκτιμά την έλλειψη προσαρμογής ενός μοντέλου

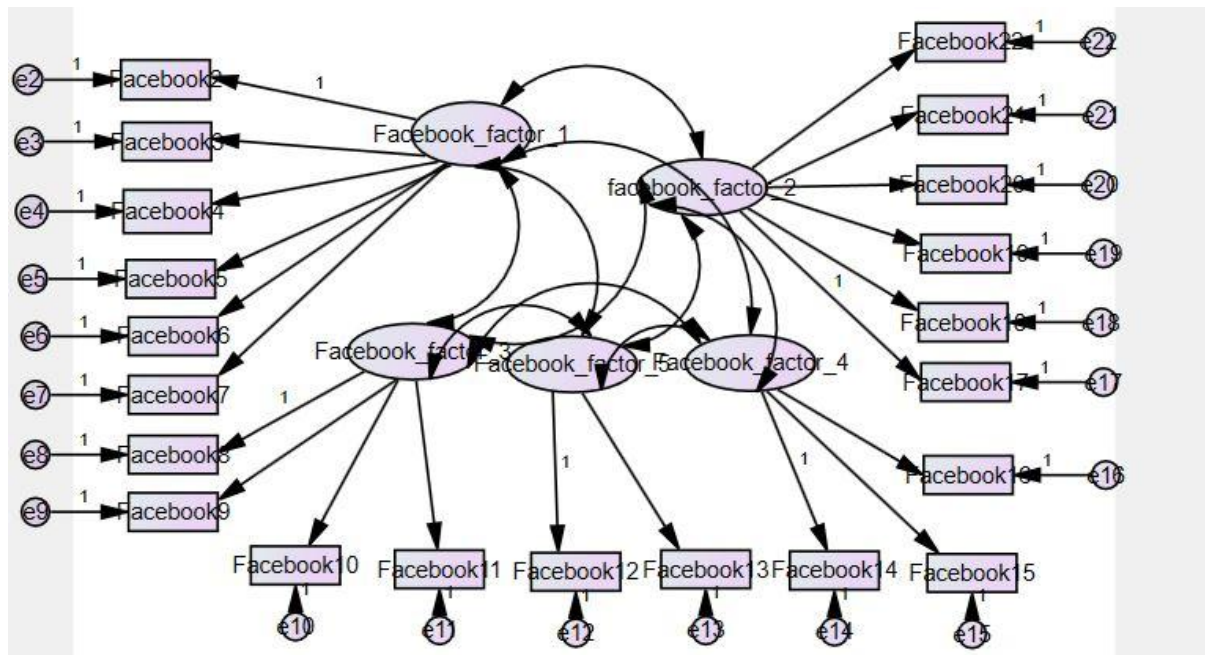
το οποίο συγκρίνεται με το κορεσμένο μοντέλο. Οι επιθυμητές τιμές είναι αυτές που είναι μικρότερες από 0,1-0,2 (Browne & Cudeck, 1993).

(4) CFI (Comparative Fit Index-Συγκριτικός δείκτης προσαρμογής): Ο εν λόγω δείκτης δείχνει το συνολικό βαθμό προσαρμογής του μοντέλου στα δεδομένα. Οι επιθυμητές τιμές είναι αυτές που είναι μεγαλύτερες από 0,8 (Bentler, 1990)

(5) Η σημασία της επιβάρυνσης κάθε στοιχείου. Οι επιβαρύνσεις πρέπει να είναι στατιστικά σημαντικές σε επίπεδο σημασίας 0,05.

Η επιβεβαιωτική παραγοντικής ανάλυση διεξήχθη στο στατιστικό πακέτο IBM AMOS 20.0 Statistical Package.

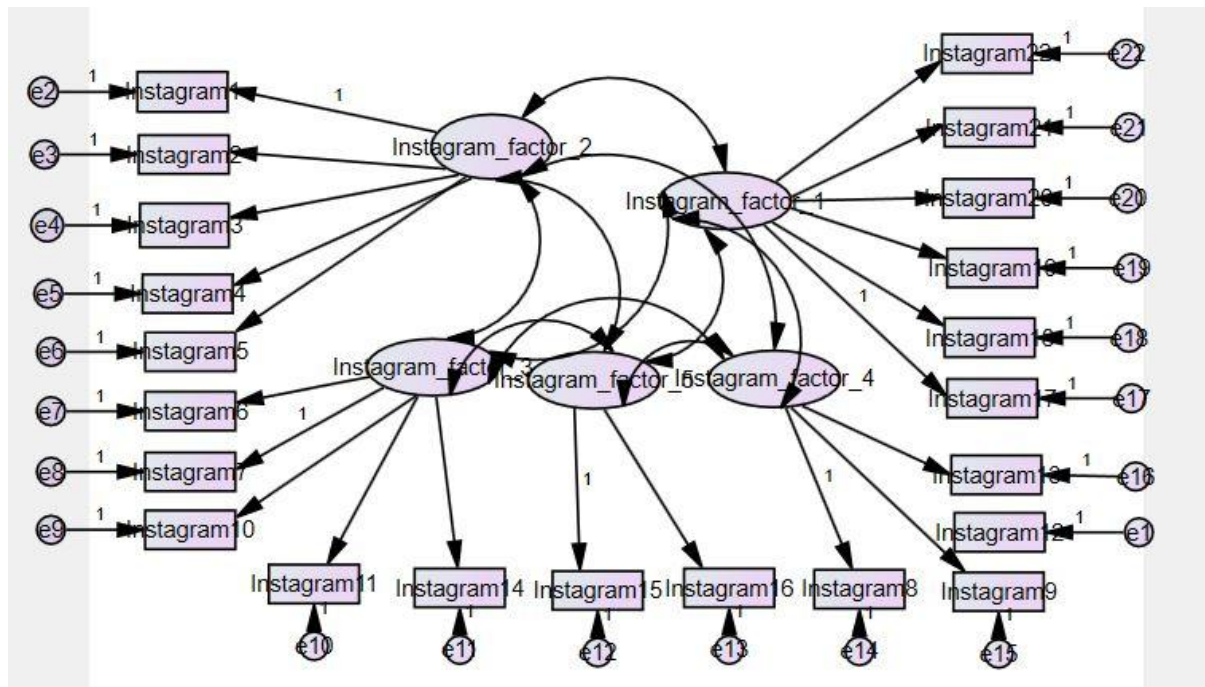
Το μοντέλο για την δομή του εργαλείου για το βαθμό βοήθειας που προσφέρει το Facebook, όταν σκοπός της χρήσης τους είναι η ικανοποίηση αναγκών που αφορούν στην κοινωνική ζωή τους και ακαδημαϊκή τους ζωή αποτελείται από 5 παράγοντες και η διαγραμματική αναπαράσταση στο AMOS δίνεται στο Γράφημα 7.



Γράφημα 7. Επιβεβαιωτική ανάλυση παραγόντων για την ικανοποίηση αναγκών κοινωνικής και ακαδημαϊκής ζωής στο Facebook⁵

Το μοντέλο για την δομή του εργαλείου για το βαθμό βοήθειας που προσφέρει το Instagram, όταν σκοπός της χρήσης τους είναι η ικανοποίηση αναγκών που αφορούν την κοινωνική ζωή τους και ακαδημαϊκή τους ζωή αποτελείται από 5 παράγοντες και η διαγραμματική αναπαράσταση στο AMOS δίνεται στο Γράφημα 8.

⁵ Facebook Factor 1= «Ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων».
 Facebook Factor 2= «Ακαδημαϊκή ζωή»
 Facebook Factor 3= «Εκφραση συναισθημάτων και προβολή εαυτού».
 Facebook Factor 4=«Λήψη πληροφοριών».
 Facebook Factor 5=«Συντονισμός κοινωνικών εκδηλώσεων».



Γράφημα 8. Επιβεβαιωτική ανάλυση παραγόντων για την ικανοποίηση αναγκών κοινωνικής και ακαδημαϊκής ζωής στο Instagram⁶

Το μοντέλο για την δομή του εργαλείου για την αίσθηση της κοινότητας αποτελείται από 1 παράγοντα και η διαγραμματική αναπαράσταση στο AMOS δίνεται στο Γράφημα 9.

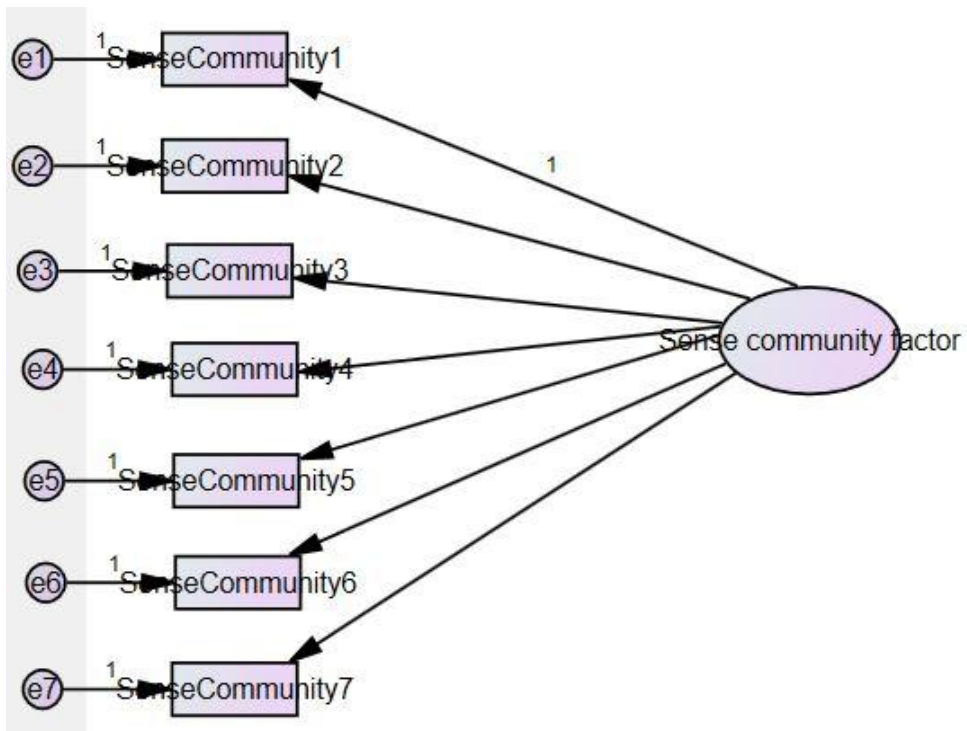
⁶ Instagram Factor 1= «Ακαδημαϊκή ζωή».

Instagram Factor 2= «Ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων».

Instagram Factor 3= «Διαμοιρασμός ιδεών, απόψεων και προβολή εαυτού».

Instagram Factor 4= «Έκφραση συναισθημάτων και συντονισμός κοινωνικών εκδηλώσεων».

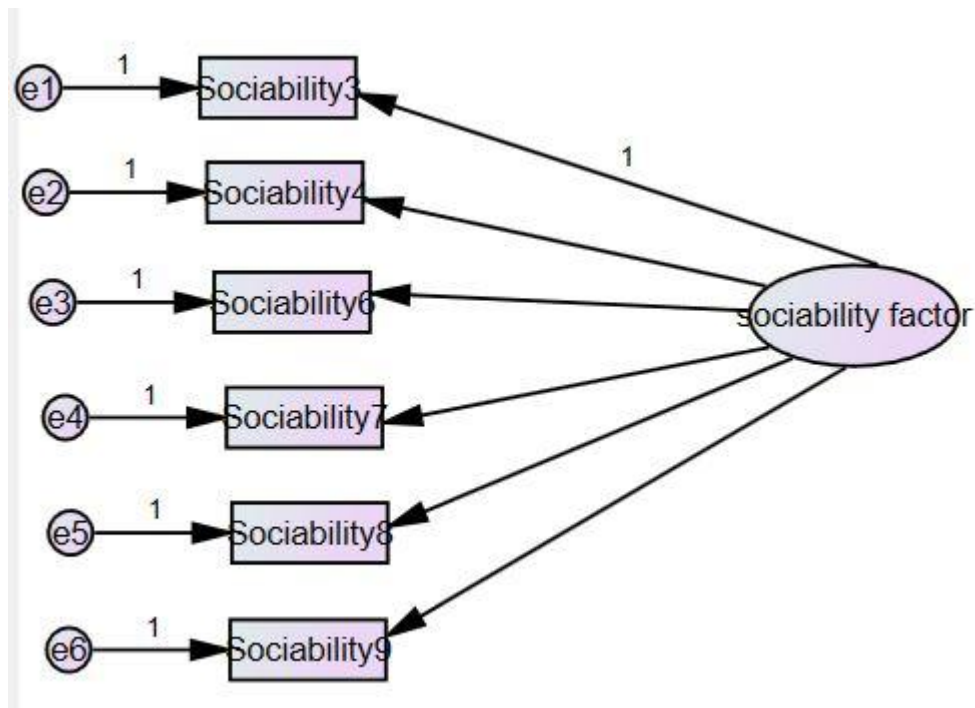
Instagram Factor 5= «Λήψη πληροφοριών».



Γράφημα 9. Επιβεβαιωτική ανάλυση παραγόντων για την αίσθηση της κοινότητας⁷

⁷ Sense of Community Factor= Αίσθηση της Κοινότητας

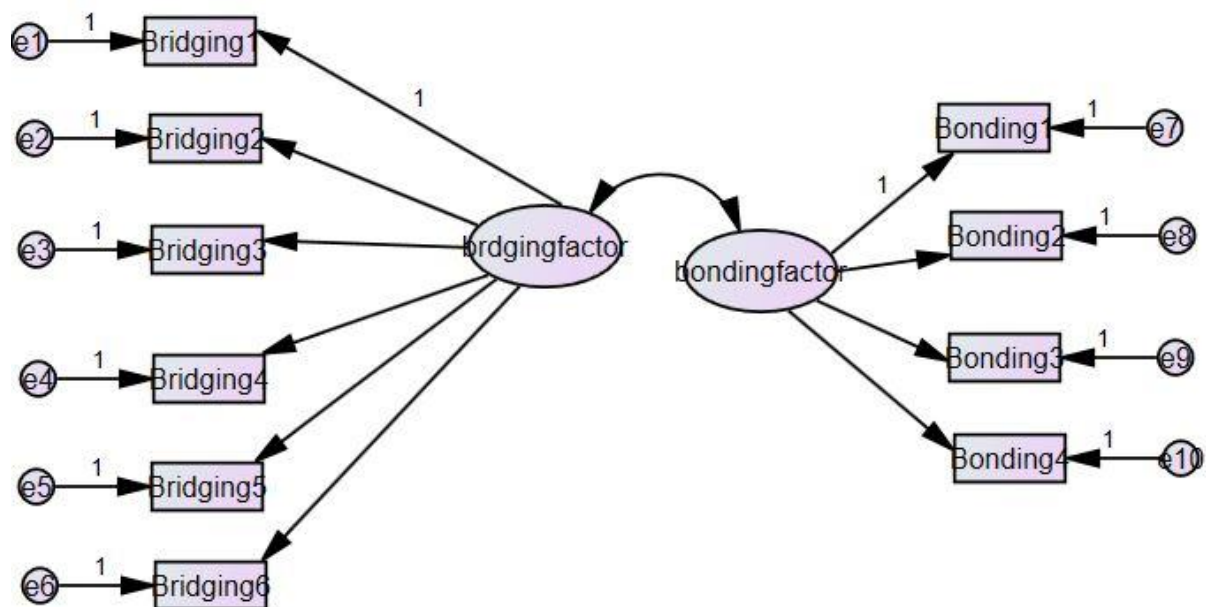
Το μοντέλο για την δομή του εργαλείου για την κοινωνικότητα της κοινότητας αποτελείται από 1 παράγοντα και η διαγραμματική αναπαράσταση στο AMOS δίνεται στο Γράφημα 10.



Γράφημα 10. Επιβεβαιωτική ανάλυση παραγόντων για την κοινωνικότητα⁸

⁸ Sociability Factor=Κοινωνικότητα

Το μοντέλο για την δομή του εργαλείου για το κοινωνικό κεφάλαιο αποτελείται από 2 παράγοντες και η διαγραμματική αναπαράσταση στο AMOS δίνεται στο Γράφημα 11 .



Γράφημα 11. Επιβεβαιωτική ανάλυση παραγόντων για το κοινωνικό κεφάλαιο⁹

Οι δείκτες για κάθε ένα από τα εργαλεία δίνονται συγκεντρωτικά στον Πίνακα 8. Τα αποτελέσματα υποδηλώνουν ότι το προτεινόμενο μοντέλο για το εργαλείο που αφορά στο βαθμό βοήθειας που προσφέρει το Facebook, όταν σκοπός της χρήσης τους είναι η ικανοποίηση αναγκών που αφορούν στην κοινωνική ζωή τους και ακαδημαϊκή τους ζωή επιβεβαιώνεται καθώς η τιμή του διορθωμένου δείκτη χ^2 είναι ίση με 3.8, ο δείκτης RMSEA<0.2 και ο δείκτης CFI>0.8. Αντίθετα, αποτελέσματα υποδηλώνουν ότι το προτεινόμενο μοντέλο για το εργαλείο που αφορά στο βαθμό βοήθειας που προσφέρει το Instagram, όταν σκοπός της χρήσης του είναι η ικανοποίηση αναγκών που αφορούν στην

⁹ Bridging Factor= Γεφύρωση Κοινωνικού Κεφαλαίου.
Bonding Factor= Σύνδεση Κοινωνικού Κεφαλαίου.

κοινωνική ζωή τους και ακαδημαϊκή τους ζωή δεν επιβεβαιώνεται πλήρως, καθώς η τιμή του διορθωμένου δείκτη είναι $CFI=0.750<0.8$. Μετά από τροποποίηση του μοντέλου εξαιρέθηκε:

- η πρόταση «Για να μοιράζομαι ιδέες, απόψεις και περιεχόμενο με τους συμφοιτητές μου» από τον δεύτερο παράγοντα καθώς σύμφωνα με την ανάλυση θα μπορούσε να καταταχθεί σε περισσότερους από έναν παράγοντες
- η πρόταση «Για το συντονισμό κοινωνικών εκδηλώσεων με τους συμφοιτητές μου» από τον τέταρτο παράγοντα καθώς σύμφωνα με την ανάλυση ταυτίζεται πλήρως με την πρόταση «Για το συντονισμό κοινωνικών εκδηλώσεων με γνωστούς μου ανθρώπους»

Μετά την τροποποίηση του μοντέλου προέκυψε ότι η τιμή του διορθωμένου χ^2 είναι ίση με 4.1, ο δείκτης $RMSEA<0.2$ και ο δείκτης $CFI>0.8$.

Παρόμοια αποτελέσματα προκύπτουν για τα εργαλεία της αίσθησης της κοινότητας ($\chi^2/df=5.8$, $RMSE=0.154<0.2$, $CFI=0.897>0.8$), της κοινωνικότητας ($\chi^2/df=3.41$, $RMSE=0.109<0.2$, $CFI=0.897>0.8$) και του κοινωνικού κεφαλαίου ($\chi^2/df=2.52$, $RMSE=0.086<0.2$, $CFI=0.939>0.8$). Τα αποτελέσματα αυτά επιβεβαιώνουν την προτεινόμενη δομή των παραγόντων που προέκυψαν από την διερευνητική ανάλυση παραγόντων της ενότητας.

Πίνακας 6. Αποτελέσματα επιβεβαιωτικής ανάλυσης παραγόντων

Διαστάσεις	χ^2	Normed χ^2	RMSEA	CFI
1. Ικανοποίηση αναγκών κοινωνικής και ακαδημαϊκής ζωής-Facebook	679.6	3.8	0.117	0.823
2. Ικανοποίηση αναγκών κοινωνικής και ακαδημαϊκής ζωής-Instagram	1211.5 (648.7)	6.01 (4.1)	0.158 (0.122)	0.750 (0.855)
3. Αίσθηση κοινότητας	81.92	5.8	0.154	0.897

4. Κοινωνικότητα	30.72	3.41	0.109	0.924
5. Κοινωνικό κεφάλαιο	85.61	2.52	0.086	0.939

7.5 Συγκριτική ανάλυση μεταξύ Facebook και Instagram

Στην συνέχεια παρουσιάζονται τα αποτελέσματα σχετικά με την πιθανή διαφοροποίηση των της κοινωνικής και ακαδημαϊκής χρησιμότητας του Facebook και του Instagram. Η ανάλυση διενεργήθηκε με χρήση του ελέγχου t-test για εξαρτημένα δείγματα καθώς έχουμε συγκρίσεις εντός των ομάδων (within-subjects comparisons). Από τον Πίνακα 9 προκύπτει ότι το Instagram χρησιμοποιείται κατά κύριο λόγο για τον διαμοιρασμό ιδεών, απόψεων και την αυτοπροβολή ($MT^{10}=3.35$, $TA^{11}=1.01$) ενώ σε κάποιο βαθμό χρησιμοποιείται για τη λήψη πληροφοριών ($MT=3.00$, $TA=1.28$) και την ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων ($MT=2.67$, $TA=1.08$). Αντίθετα, από τα αποτελέσματα προκύπτει ότι το Instagram χρησιμοποιείται ελάχιστα για την ακαδημαϊκή ζωή ($MT=1.50$, $TA=0.82$) και για την έκφραση των συναισθημάτων και το συντονισμό των κοινωνικών εκδηλώσεων ($MT=2.10$, $TA=1.03$) και την ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων.

Αντίθετα, τα αποτελέσματα δείχνουν ότι το Facebook χρησιμοποιείται κατά κύριο λόγο για την ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων ($MT=3.83$, $TA=0.82$) ενώ σε κάποιο βαθμό χρησιμοποιείται για τη λήψη πληροφοριών ($MT=3.24$, $TA=0.99$) την ακαδημαϊκή ζωή ($MT=3.14$, $TA=0.94$) και τον συντονισμό των κοινωνικών εκδηλώσεων ($MT=3.12$, $TA=1.23$). Αντίθετα, από τα αποτελέσματα προκύπτει ότι το Facebook χρησιμοποιείται σε

¹⁰ MT=Μέση Τιμή

¹¹ TA=Τυπική Απόκλιση

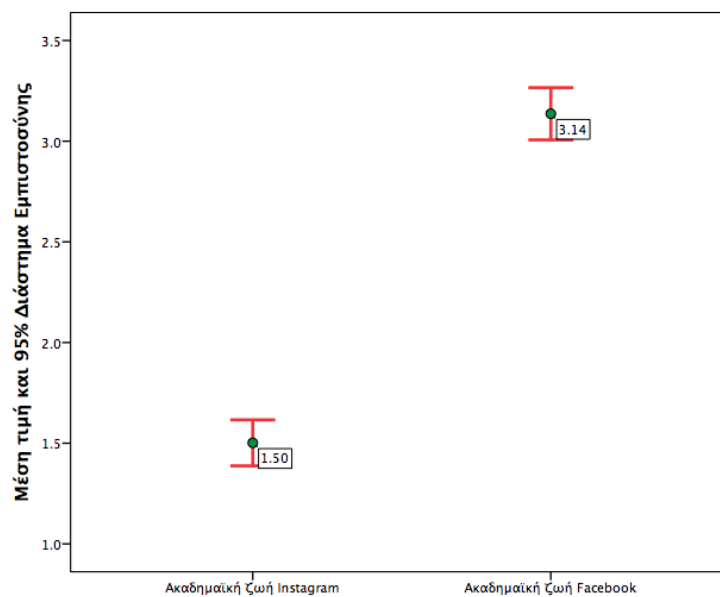
αρκετά μικρότερο βαθμό για την έκφραση των συναισθημάτων και την αυτοπροβολή (MT=2.26, TA=0.98.).

Πίνακας 7. Περιγραφικά αποτελέσματα κοινωνικής και ακαδημαϊκής χρησιμότητας του Facebook και του Instagram

	Μέση Τιμή (MT)	Τυπική Απόκλιση (TA)	Ελάχιστη τιμή	Μέγιστη τιμή
Instagram				
1. Ακαδημαϊκή ζωή	1.50	.82	1.00	5.00
2. Ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων	2.67	1.08	1.00	5.00
3. Διαμοιρασμός ιδεών, απόψεων και προβολή εαυτού	3.35	1.01	1.00	5.00
4. Έκφραση συναισθημάτων και συντονισμός κοινωνικών εκδηλώσεων	2.10	1.03	1.00	5.00
5. Λήψη πληροφοριών	3.00	1.28	1.00	5.00
Facebook				
1. Ακαδημαϊκή ζωή	3.14	.94	1.00	5.00
2. Ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων	3.83	.82	1.17	5.00

3. Έκφραση συναισθημάτων και προβολή εαυτού	2.26	.98	1.00	5.00
4. Λήψη πληροφοριών	3.24	.99	1.00	5.00
5. Συντονισμός κοινωνικών εκδηλώσεων	3.12	1.23	1.00	5.00

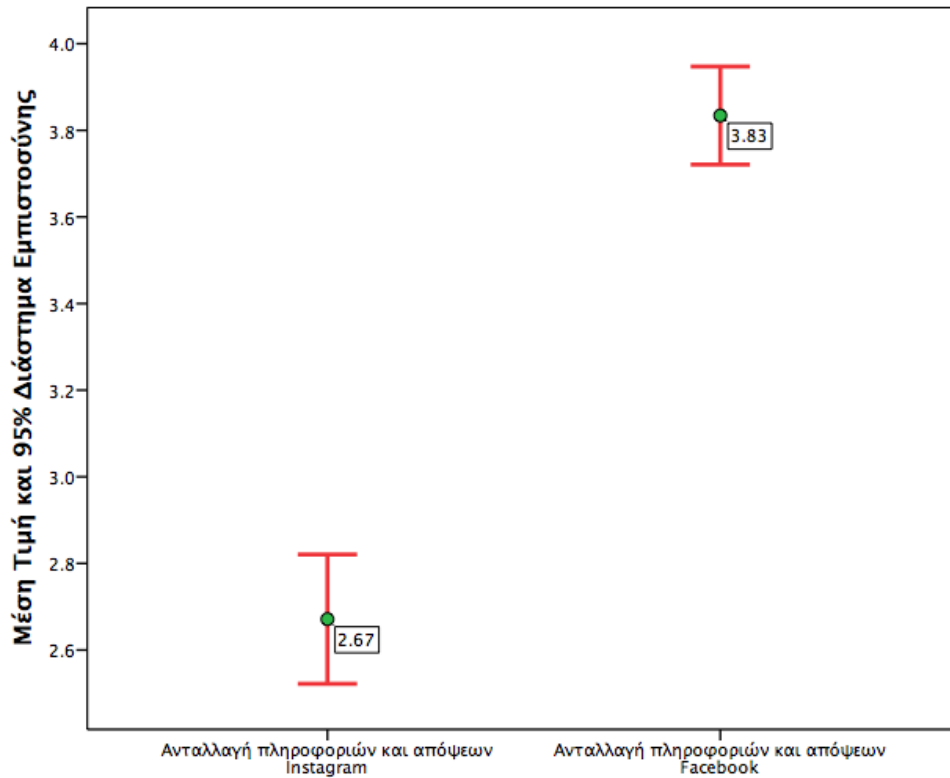
Στο Γράφημα 12 δίνονται τα συγκριτικά αποτελέσματα σχετικά με την χρήση των δύο μέσων σχετικά με την χρησιμότητα τους στην ακαδημαϊκή ζωή. Από τον έλεγχο t-test προέκυψε ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των δύο μέσων αναφορικά με την χρησιμότητα τους στην ακαδημαϊκή ζωή ($t(201)=-21.109$, $p<0.05$). Αναλυτικότερα, προκύπτει ότι οι φοιτητές θεωρούν πιο βοηθητικό το Facebook σε θέματα που αφορούν την ακαδημαϊκή τους ζωή σε σύγκριση με το Instagram.



Γράφημα 12. Σύγκριση χρησιμότητα Facebook-Instagram για την ακαδημαϊκή ζωή

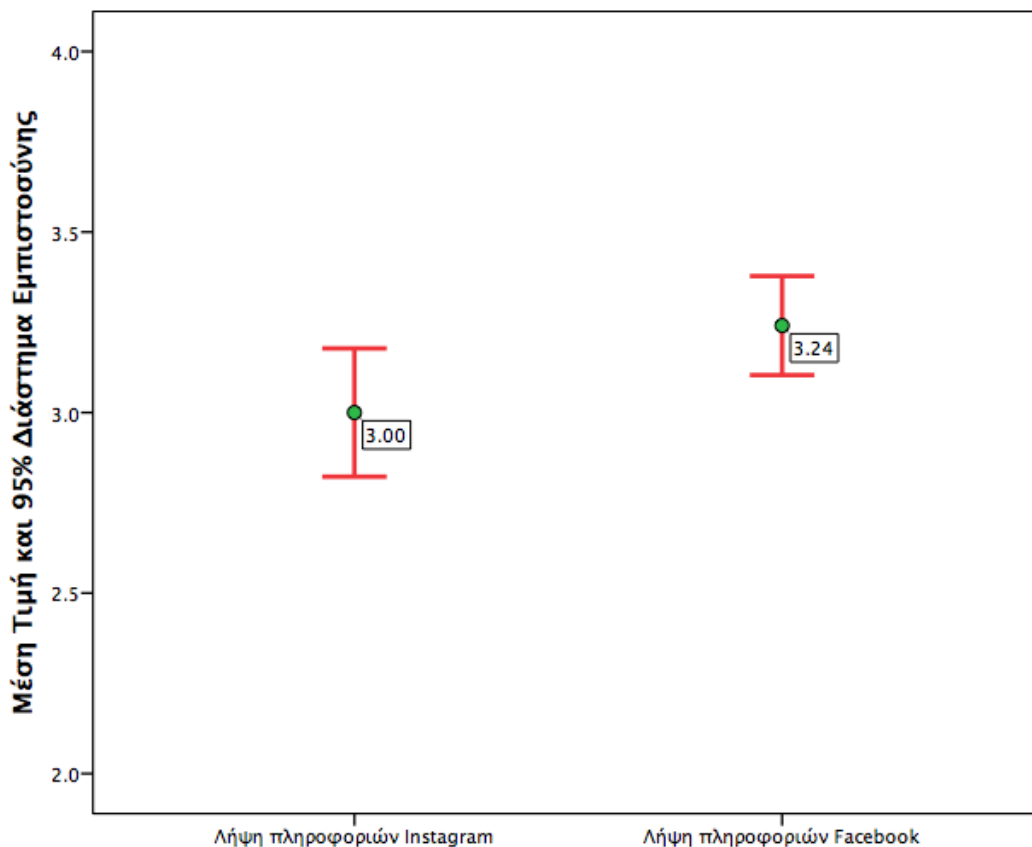
Στο Γράφημα 13 δίνονται τα συγκριτικά σχετικά με την χρήση των δύο μέσων σχετικά με την χρησιμότητα τους στην ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων. Από τον έλεγχο t-test προέκυψε ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των δύο μέσων αναφορικά με

την χρησιμότητα τους στην ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων ($t(201)=-14.187, p<0.05$). Αναλυτικότερα, προκύπτει ότι οι φοιτητές θεωρούν πιο βοηθητικό το Facebook σε θέματα που αφορούν την ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων σε σύγκριση με το Instagram.



Γράφημα 13. Σύγκριση χρησιμότητα Facebook-Instagram για την ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων

Τέλος, στο Γράφημα 14 δίνονται τα συγκριτικά αποτελέσματα σχετικά με την χρήση των δύο μέσων σχετικά με την χρησιμότητα τους στη λήψη πληροφοριών. Από τον έλεγχο t-test προέκυψε ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των δύο μέσων αναφορικά με την χρησιμότητα τους στη λήψη πληροφοριών ($t(201)=-3.101, p<0.05$). Αναλυτικότερα, προκύπτει ότι οι φοιτητές θεωρούν πιο βοηθητικό το Facebook σε θέματα που αφορούν τη λήψη πληροφοριών σε σύγκριση με το Instagram.



Γράφημα 14. Σύγκριση χρησιμότητα Facebook-Instagram για την λήψη πληροφοριών

7.6 Ανάλυση ως προς τα κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά των φοιτητών

Στην συνέχεια παρουσιάζονται τα αποτελέσματα αναφορικά με την πιθανή διαφοροποίηση των αποτελεσμάτων ως προς το φύλο, το έτος σπουδών, την συχνότητα χρήσης του Facebook και την συχνότητα χρήσης του Instagram. Για το σκοπό αυτό χρησιμοποιήθηκε ο έλεγχος t-test για 2 ανεξάρτητα δείγματα και η ανάλυση διακύμανσης (one-way ANOVA) για περισσότερα από 2 ανεξάρτητα δείγματα.

Στον Πίνακα 10 δίνονται τα αποτελέσματα του ελέγχου t-test σχετικά με την πιθανή διαφοροποίηση της ακαδημαϊκής και κοινωνικής και ακαδημαϊκής χρησιμότητας για το Facebook και το Instagram, της κοινωνικότητας, της σύνδεσης του κοινωνικού κεφαλαίου, της γεφύρωσης του κοινωνικού και της αίσθησης της κοινότητας, ως προς το φύλο των φοιτητών. Από την ανάλυση προέκυψαν συνολικά τρεις σημαντικές διαφορές μεταξύ αντρών και γυναικών φοιτητών. Αναλυτικότερα παρατηρήθηκε σημαντική διαφορά μεταξύ αντρών και γυναικών στην διάσταση της λήψης πληροφοριών για το Instagram ($t(200)=2.092$, $p<0.05$), στην διάσταση της γεφύρωσης του κοινωνικού κεφαλαίου ($t(200)=2.333$, $p<0.05$) και στην διάσταση της κοινωνικότητας ($t(200)=2.424$, $p<0.05$).

Από τα αποτελέσματα προκύπτει ότι οι άντρες φοιτητές ($MT=3.23$ $TA=1.25$) θεωρούν το Instagram πιο χρήσιμο στην λήψη πληροφοριών σε σύγκριση με τις γυναίκες φοιτήτριες ($MT=2.85$ $TA=1.28$). Επιπλέον, οι άντρες φοιτητές εκφράζουν υψηλότερη γεφύρωση κοινωνικού κεφαλαίου (Άντρες: $MT=3.04$, $TA=0.87$, Γυναίκες: $MT=2.73$, $TA=0.96$) και υψηλότερη κοινωνικότητα (Άντρες: $MT=3.21$, $TA=0.77$, Γυναίκες: $MT=2.94$, $TA=0.75$).

Πίνακας 8. Σύγκριση διαστάσεων ως προς το φύλο των φοιτητών

	Φύλο				t	p
	Άντρας		Γυναίκα			
	MT	TA	MT	TA		
Instagram						
Ακαδημαϊκή ζωή	1.48	.78	1.52	.85	-0.342	0.733
Ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων	2.55	1.09	2.76	1.06	-1.360	0.175

	Φύλο				t	p
	Αντρας		Γυναίκα			
	MT	TA	MT	TA		
Διαμοιρασμός ιδεών, απόψεων και προβολή εαυτού	3.24	1.11	3.42	.93	-1.238	0.217
Έκφραση συναισθημάτων και συντονισμός κοινωνικών εκδηλώσεων	2.09	.99	2.11	1.06	-0.184	0.854
Λήψη πληροφοριών	3.23	1.25	2.85	1.28	2.092	0.038*
Facebook						
Ακαδημαϊκή ζωή	3.00	1.00	3.23	.88	-1.752	0.081
Ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων	3.79	.85	3.86	.79	-0.568	0.571
Έκφραση συναισθημάτων και προβολή εαυτού	2.39	1.11	2.18	.89	1.536	0.126
Λήψη πληροφοριών	3.38	.96	3.15	1.00	1.627	0.105
Συντονισμός κοινωνικών εκδηλώσεων	3.22	1.27	3.05	1.20	0.953	0.342
Σύνδεση κοινωνικού κεφαλαίου	3.24	.96	3.47	.84	-1.828	0.069
Γεφύρωση Κοινωνικού Κεφαλαίου	3.04	.87	2.73	.96	2.333	0.021*
Αίσθηση κοινότητας	2.99	.90	2.93	.76	0.498	0.619
Κοινωνικότητα	3.21	.77	2.94	.75	2.424	0.016*

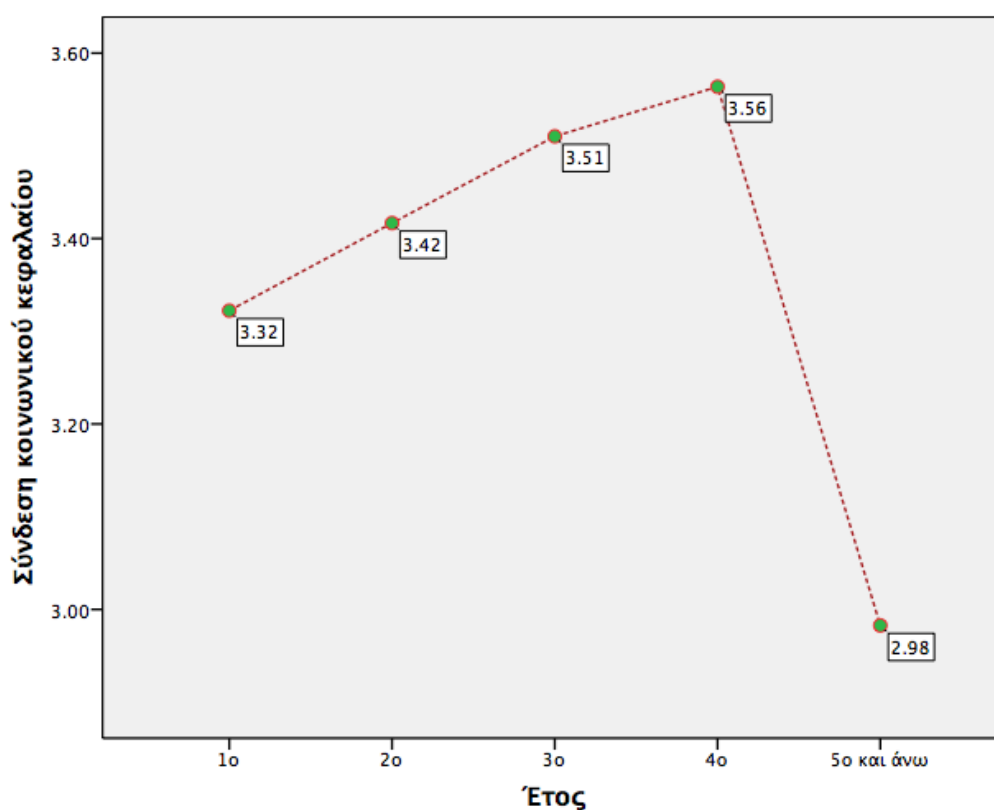
Στον Πίνακα 11 δίνονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης διακύμανσης (ANOVA) σχετικά με την πιθανή διαφοροποίηση της ακαδημαϊκής και κοινωνικής και ακαδημαϊκής χρησιμότητας για το Facebook και το Instagram, της κοινωνικότητας, της σύνδεσης του κοινωνικού κεφαλαίου, της γεφύρωσης του κοινωνικού και της αίσθησης της κοινότητας ως προς το έτος σπουδών των φοιτητών.

Πίνακας 9. Σύγκριση διαστάσεων ως προς το έτος των φοιτητών

	Έτος										F	p
	1ο		2ο		3ο		4ο		5ο και άνω			
	MT	TA	MT	TA	MT	TA	MT	TA	MT	TA		
Instagram												
Ακαδημαϊκή ζωή	1.55	.66	1.52	.91	1.34	.78	1.80	.99	1.34	.73	1.973	0.100
Ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων	2.75	.98	2.76	1.21	2.41	.97	2.86	1.10	2.65	1.16	1.105	0.355
Διαμοιρασμός ιδεών, απόψεων και προβολή εαυτού	3.47	.92	3.31	1.03	3.32	1.14	3.43	.93	3.22	1.01	0.344	0.848

Έκφραση συναισθημάτων και συντονισμός κοινωνικών εκδηλώσεων	2.33	1.08	2.10	1.09	1.96	1.00	2.15	.98	1.97	.96	0.929	0.448
Λήψη πληροφοριών	3.10	1.30	3.16	1.28	2.82	1.36	3.26	1.30	2.60	1.05	1.559	0.187
<hr/>												
Facebook												
Ακαδημαϊκή ζωή	3.05	.98	3.21	.98	3.10	.90	3.28	.95	3.07	.89	0.421	0.794
Ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων	3.94	.80	3.86	.80	3.84	.82	3.84	.88	3.63	.79	0.639	0.635
Έκφραση συναισθημάτων και προβολή εαυτού	2.40	.92	2.18	1.03	2.38	.99	2.17	1.07	2.12	.91	0.699	0.593
Λήψη πληροφοριών	3.35	1.07	3.20	.94	3.33	.91	3.26	1.09	2.95	.95	0.864	0.487
Συντονισμός κοινωνικών εκδηλώσεων	3.38	1.26	3.17	1.24	2.89	1.20	2.94	1.25	3.26	1.19	1.218	0.305
<hr/>												
Σύνδεση κοινωνικού κεφαλαίου	3.32	1.05	3.42	.83	3.51	.76	3.56	.91	2.98	.82	2.169	0.074
Γεφύρωση κοινωνικού κεφαλαίου	3.03	.97	2.82	.95	2.78	.85	3.20	.89	2.39	.90	3.628	0.007*
Αίσθηση κοινότητας	2.97	.90	2.94	.81	3.00	.79	3.19	.81	2.66	.64	1.760	0.138
Κοινωνικότητα	3.10	.95	2.98	.68	3.00	.74	3.19	.75	3.02	.69	0.458	0.767
<hr/> <hr/>												

Από την ανάλυση προέκυψε μόνο μια σημαντική διαφορά μεταξύ φοιτητών διαφορετικών ετών στην διάσταση της γεφύρωσης του κοινωνικού κεφαλαίου ($F(4, 196)=3.628, p<0.05$). Από τα αποτελέσματα προκύπτει ότι οι φοιτητές από το 5^ο έτος και άνω εκφράζουν χαμηλότερη σύνδεση κοινωνικού κεφαλαίου σε σύγκριση με τους φοιτητές έως το 4^ο έτος. Τα αποτελέσματα της σημαντικής διαφοράς ως προς το έτος σπουδών δίνονται και διαγραμματικά στο Γράφημα 15.



Γράφημα 15. Σύνδεση κοινωνικού κεφαλαίου ως προς το έτος σπουδών

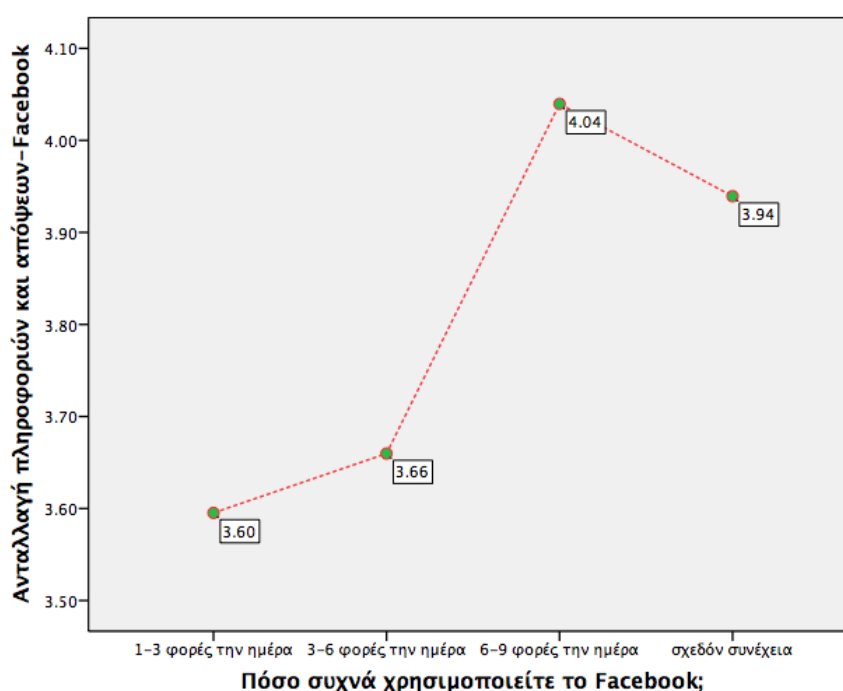
Στον Πίνακα 12 δίνονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης διακύμανσης (ANOVA) σχετικά με την πιθανή διαφοροποίηση της ακαδημαϊκής και κοινωνικής και ακαδημαϊκής χρησιμότητας για το Facebook και το Instagram, της κοινωνικότητας, της σύνδεσης του κοινωνικού κεφαλαίου, της γεφύρωσης του κοινωνικού και της αίσθησης της κοινότητας ως προς τη συχνότητα χρήσης του Facebook. Από την ανάλυση προέκυψαν συνολικά τρεις σημαντικές διαφορές ως προς τη συχνότητα χρήσης του Facebook. Αναλυτικότερα παρατηρήθηκε σημαντική διαφορά στην

διάσταση της ανταλλαγής πληροφοριών και απόψεων στο Facebook ($F(200)=3.146$, $p<0.05$), στην έκφραση συναισθημάτων και προβολή εαυτού στο Facebook ($F(200)=2.715$, $p<0.05$) και στην λήψη πληροφοριών στο Facebook ($F(200)=6.753$, $p<0.05$).

Πίνακας 10. Σύγκριση διαστάσεων ως προς τη συχνότητα χρήσης του Facebook

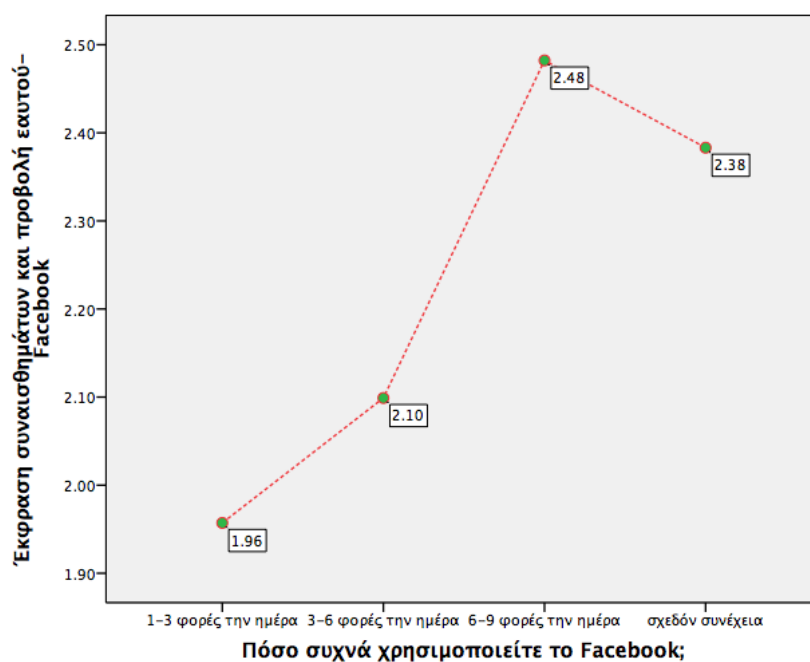
	Συχνότητα χρήσης Facebook								F	p
	MT	TA	MT	TA	MT	TA	MT	TA		
Instagram										
Ακαδημαϊκή ζωή	1.50	.83	1.42	.69	1.71	1.00	1.44	.79	1.170	0.322
Ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων	2.81	.99	2.73	1.05	2.78	1.13	2.51	1.10	0.944	0.420
Διαμοιρασμός ιδεών, απόψεων και προβολή εαυτού	3.31	1.02	3.20	1.02	3.50	1.09	3.38	.95	0.674	0.569
Έκφραση συναισθημάτων και συντονισμός κοινωνικών εκδηλώσεων	2.16	1.08	2.01	1.00	2.29	1.02	2.03	1.04	0.770	0.512
Λήψη πληροφοριών	2.97	1.31	2.78	1.22	3.12	1.33	3.08	1.28	0.702	0.552
Facebook										
Ακαδημαϊκή ζωή	2.97	.87	3.13	.89	3.24	.85	3.16	1.03	0.557	0.644
Ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων	3.60	.78	3.66	.83	4.04	.75	3.94	.82	3.146	0.026*
Έκφραση συναισθημάτων και προβολή εαυτού	1.96	.81	2.10	.91	2.48	1.01	2.38	1.05	2.715	0.046*
Λήψη πληροφοριών	2.71	.91	3.05	.96	3.40	.94	3.51	.97	6.753	0.000*
Συντονισμός κοινωνικών εκδηλώσεων	3.03	1.17	3.06	1.26	3.26	1.30	3.12	1.22	0.282	0.838
Σύνδεση κοινωνικού κεφαλαίου	3.34	.83	3.39	.86	3.46	.85	3.34	.97	0.206	0.892
Γεφύρωση κοινωνικού κεφαλαίου	2.81	.96	2.88	1.00	2.93	.90	2.81	.92	0.174	0.914
Αίσθηση κοινότητας	2.90	.72	2.98	.70	3.14	.82	2.87	.92	1.091	0.354
Κοινωνικότητα	2.93	.75	3.09	.74	3.18	.74	3.01	.81	0.769	0.513

Στο Γράφημα 16 δίνονται με διαγραμματική μορφή τα αποτελέσματα της διαφοράς σχετικά με την ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων στο Facebook ως προς τη συχνότητα χρήσης του Facebook. Από τα αποτελέσματα προκύπτει ότι οι φοιτητές που χρησιμοποιούν το Facebook 6-9 φορές την ημέρα θεωρούν ότι το Facebook είναι αρκετά χρήσιμο για την ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων σε σύγκριση με τους φοιτητές που χρησιμοποιούν το Facebook έως 6 φορές την ημέρα ή σχεδόν συνέχεια.



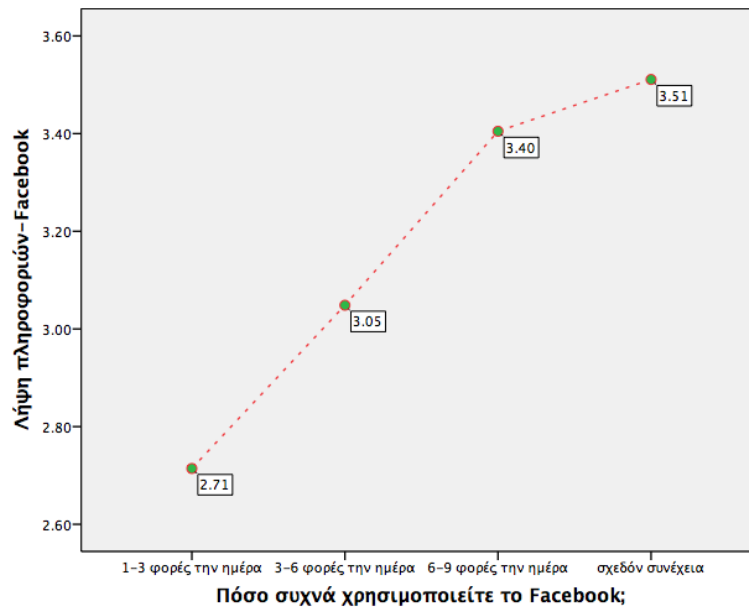
Γράφημα 16. Ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων στο Facebook ως προς την συχνότητα χρήσης του Facebook

Στο Γράφημα 17 δίνονται με διαγραμματική μορφή τα αποτελέσματα της διαφοράς σχετικά με την έκφραση συναισθημάτων και προβολή εαυτού στο Facebook ως προς τη συχνότητα χρήσης του Facebook. Από τα αποτελέσματα προκύπτει ότι οι φοιτητές που χρησιμοποιούν το Facebook 6-9 φορές την ημέρα θεωρούν ότι το Facebook είναι αρκετά χρήσιμο για την έκφραση των συναισθημάτων τους και την αυτοπροβολή τους σε σύγκριση με τους φοιτητές που χρησιμοποιούν το Facebook έως 6 φορές την ημέρα ή σχεδόν συνέχεια.



Γράφημα 17. Έκφραση συναισθημάτων και προβολή εαυτού στο Facebook ως προς την συχνότητα χρήσης του Facebook

Τέλος, στο Γράφημα 18 δίνονται με διαγραμματική μορφή τα αποτελέσματα της διαφοράς σχετικά με την λήψη πληροφοριών στο Facebook ως προς τη συχνότητα χρήσης του Facebook. Από τα αποτελέσματα προκύπτει ότι οι φοιτητές που χρησιμοποιούν το Facebook σχεδόν συνέχεια θεωρούν ότι το Facebook είναι αρκετά χρήσιμο για την λήψη πληροφοριών σε σύγκριση με τους φοιτητές που χρησιμοποιούν το Facebook ορισμένες φορές την ημέρα.



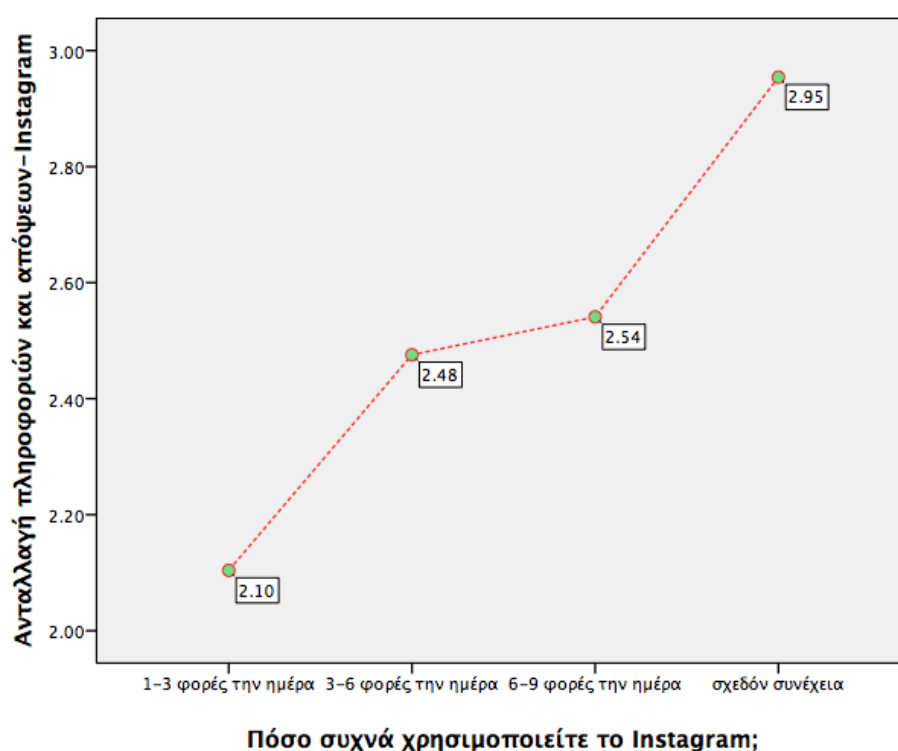
Γράφημα 18. Λήψη πληροφοριών στο Facebook ως προς την συχνότητα χρήσης του Facebook

Στον Πίνακα 13 δίνονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης διακύμανσης (ANOVA) σχετικά με την πιθανή διαφοροποίηση της ακαδημαϊκής και κοινωνικής και ακαδημαϊκής χρησιμότητας για το Facebook και το Instagram, της κοινωνικότητας, της σύνδεσης και γεφύρωσης του κοινωνικού κεφαλαίου και της αίσθησης της κοινότητας ως προς τη συχνότητα χρήσης του Instagram. Από την ανάλυση προέκυψαν συνολικά έξι σημαντικές διαφορές ως προς τη συχνότητα χρήσης του Instagram. Αναλυτικότερα παρατηρήθηκε σημαντική διαφορά στην διάσταση της ανταλλαγής πληροφοριών και απόψεων στο Instagram ($F(200)=5.494$, $p<0.05$), στον διαμοιρασμό ιδεών, απόψεων και προβολή τους εαυτού στο Instagram ($F(200)=13.89$, $p<0.05$), στην έκφραση συναισθημάτων και συντονισμός κοινωνικών εκδηλώσεων ($F(200)=5.312$, $p<0.05$) και στην λήψη πληροφοριών στο Facebook ($F(200)=5.965$, $p<0.05$). Επιπλέον, παρατηρήθηκε σημαντική διαφορά στην σύνδεση του κοινωνικού κεφαλαίου ($F(200)=2.728$, $p<0.05$) και στην γεφύρωση κοινωνικού κεφαλαίου ($F(200)=3.380$, $p<0.05$) ως προς τη συχνότητα χρήσης του Instagram.

Πίνακας 11. Σύγκριση διαστάσεων ως προς τη συχνότητα χρήσης του Instagram

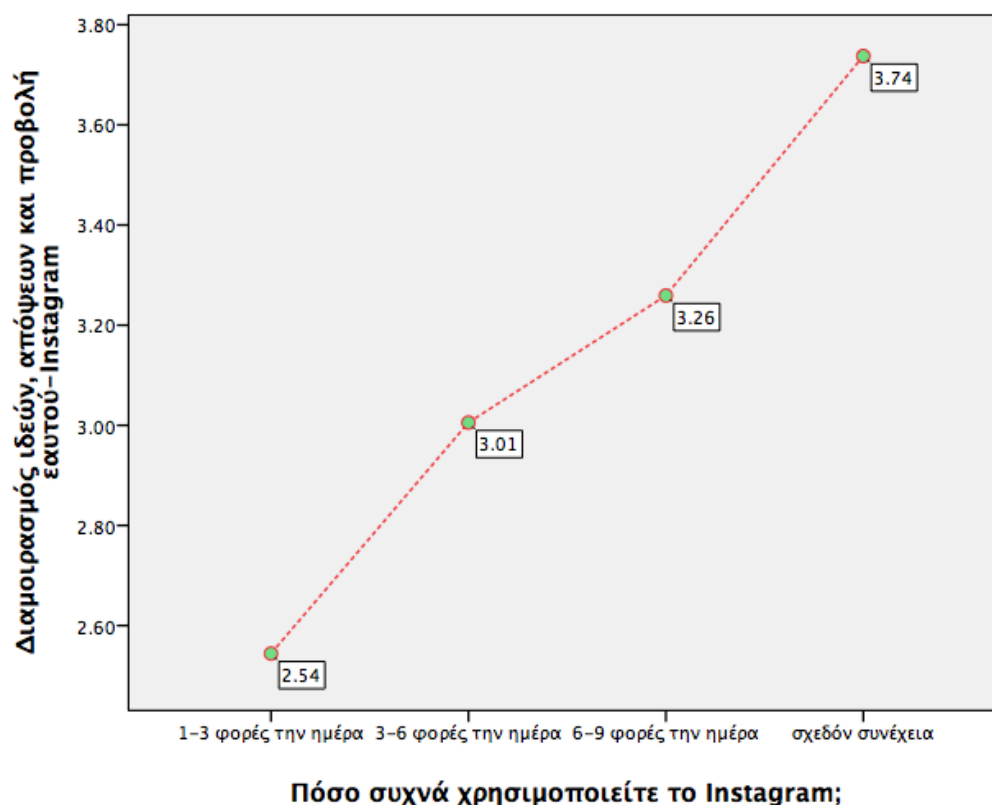
	Συχνότητα χρήσης Facebook								F	p
	MT	TA	MT	TA	MT	TA	MT	TA		
Instagram										
Ακαδημαϊκή ζωή	1.37	.71	1.43	.73	1.52	.98	1.55	.82	0.415	0.742
Ανταλλαγή										
πληροφοριών και	2.10	1.10	2.48	1.09	2.54	.98	2.95	1.04	5.494	0.001*
απόψεων										
Διαμοιρασμός ιδεών,	2.54	1.06	3.01	.83	3.26	.83	3.74	.96	13.89	0.000*
απόψεων και προβολή										
εαυτού										
Έκφραση										
συναισθημάτων και	1.59	.74	1.86	1.00	2.01	.87	2.37	1.10	5.312	0.002*
συντονισμός										
κοινωνικών										
εκδηλώσεων										
Λήψη πληροφοριών	2.28	1.13	2.76	1.39	2.86	1.22	3.34	1.21	5.965	0.001*
Facebook										
Ακαδημαϊκή ζωή	3.05	.87	3.35	.99	3.00	.91	3.14	.94	1.041	0.376
Ανταλλαγή										
πληροφοριών και	3.92	.79	3.74	.82	3.66	.73	3.93	.85	1.343	0.262
απόψεων										
Έκφραση										
συναισθημάτων και	2.22	.93	2.18	.90	2.29	.97	2.29	1.05	0.154	0.927
προβολή εαυτού										
Λήψη πληροφοριών	3.23	1.00	3.07	1.05	3.07	.95	3.39	.97	1.540	0.205
Συντονισμός										
κοινωνικών	3.30	1.20	3.16	1.12	3.09	1.21	3.07	1.30	0.245	0.865
εκδηλώσεων										
Σύνδεση κοινωνικού	3.01	.71	3.65	.71	3.41	.81	3.35	1.00	2.718	0.046*
κεφαλαίου										
Γεφύρωση κοινωνικού	2.41	.78	3.16	.75	2.90	1.04	2.83	.96	3.380	0.019*
κεφαλαίου										
Αίσθηση κοινότητας	2.79	.75	3.17	.60	2.96	.81	2.92	.90	1.226	0.301
Κοινωνικότητα	2.81	.62	2.94	.81	3.06	.80	3.15	.76	1.609	0.189

Στο Γράφημα 19 δίνονται με διαγραμματική μορφή τα αποτελέσματα της διαφοράς σχετικά με την ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων στο Instagram ως προς τη συχνότητα χρήσης του Instagram. Από τα αποτελέσματα προκύπτει ότι οι φοιτητές που χρησιμοποιούν το Instagram σχεδόν συνέχεια θεωρούν ότι το Instagram είναι αρκετά χρήσιμο για την ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων σε σύγκριση με τους φοιτητές που χρησιμοποιούν το Instagram ορισμένες φορές την ημέρα.



Γράφημα 19. Ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων στο Instagram ως προς την συχνότητα χρήσης του Instagram

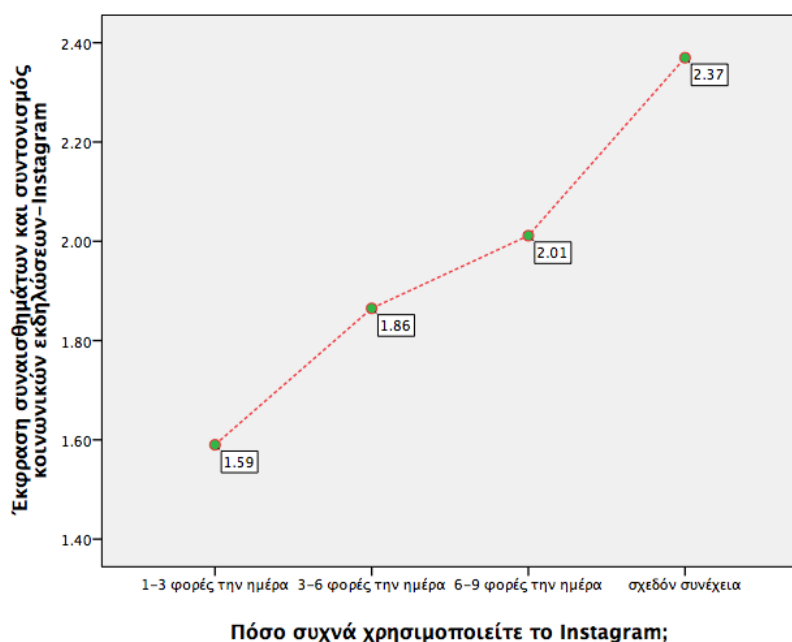
Στο Γράφημα 20 δίνονται με διαγραμματική μορφή τα αποτελέσματα της διαφοράς σχετικά με το διαμοιρασμό ιδεών και προβολή του εαυτού στο Instagram ως προς τη συχνότητα χρήσης του Instagram. Από τα αποτελέσματα προκύπτει ότι οι φοιτητές που χρησιμοποιούν το Instagram σχεδόν συνέχεια θεωρούν ότι το Instagram είναι αρκετά χρήσιμο για το διαμοιρασμό ιδεών και προβολή του εαυτού σε σύγκριση με τους φοιτητές που χρησιμοποιούν το Instagram ορισμένες φορές την ημέρα.



Γράφημα 20. Διαμοιρασμός ιδεών και προβολή εαυτού στο Instagram ως προς την συχνότητα χρήσης του Instagram

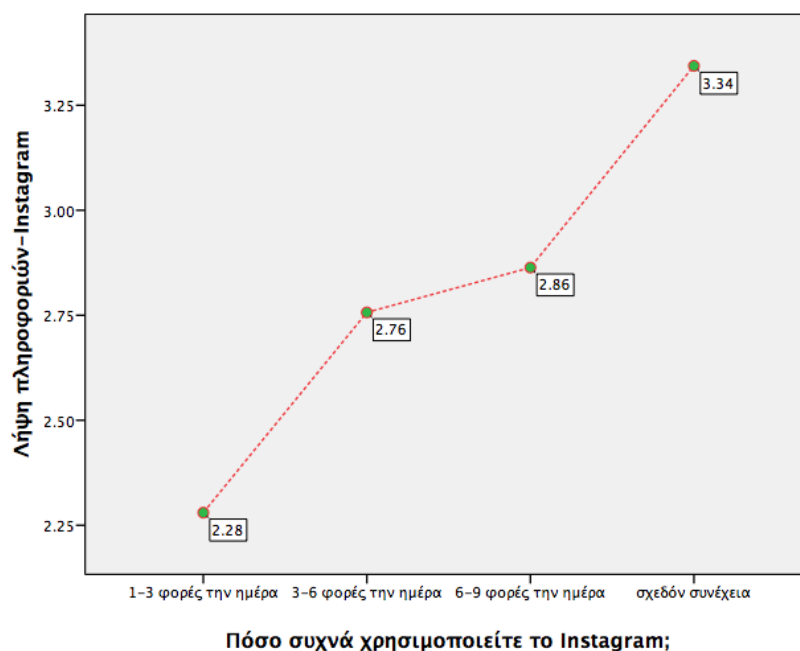
Στο Γράφημα 21 δίνονται με διαγραμματική μορφή τα αποτελέσματα της διαφοράς σχετικά με την έκφραση συναισθημάτων και το συντονισμό εκδηλώσεων στο Instagram ως προς τη συχνότητα χρήσης του Instagram. Από τα αποτελέσματα προκύπτει ότι οι φοιτητές που χρησιμοποιούν το Instagram σχεδόν συνέχεια θεωρούν ότι το Instagram είναι αρκετά χρήσιμο για την έκφραση των συναισθημάτων τους και το συντονισμό εκδηλώσεων σε σύγκριση με τους φοιτητές που

χρησιμοποιούν το Instagram ορισμένες φορές την ημέρα.



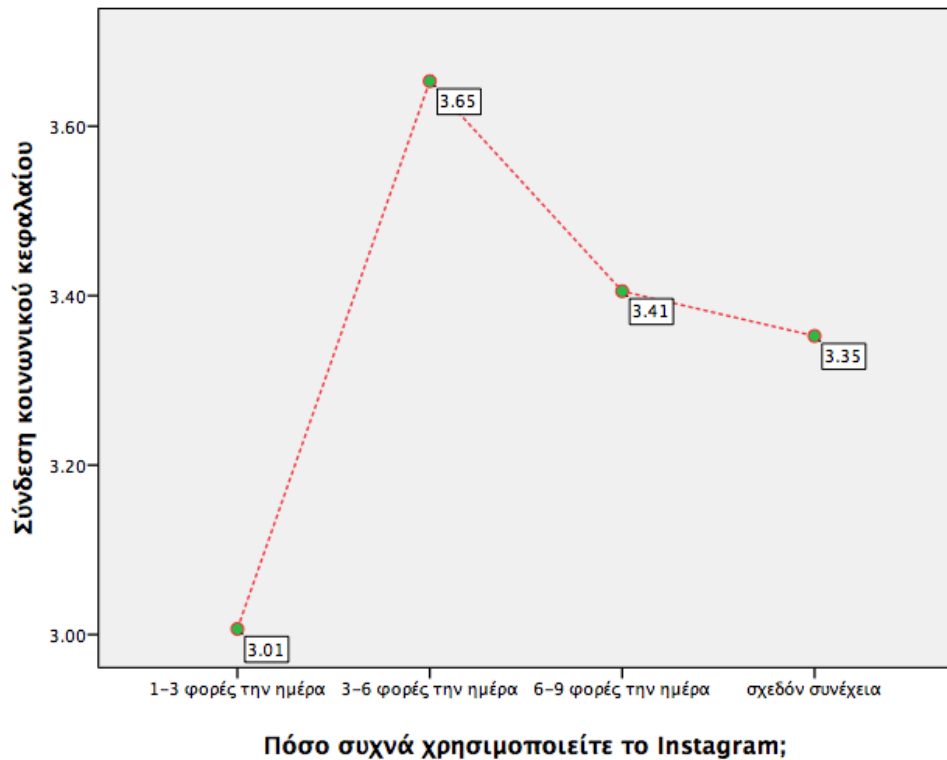
Γράφημα 21. Έκφραση συναισθημάτων και συντονισμός εκδηλώσεων στο Instagram ως προς την συχνότητα χρήσης του Instagram

Στο Γράφημα 22 δίνονται με διαγραμματική μορφή τα αποτελέσματα της διαφοράς σχετικά με την λήψη πληροφοριών στο Instagram ως προς τη συχνότητα χρήσης του Instagram. Από τα αποτελέσματα προκύπτει ότι οι φοιτητές που χρησιμοποιούν το Instagram σχεδόν συνέχεια θεωρούν ότι το Instagram είναι αρκετά χρήσιμο για την λήψη πληροφοριών σε σύγκριση με τους φοιτητές που χρησιμοποιούν το Instagram ορισμένες φορές την ημέρα.



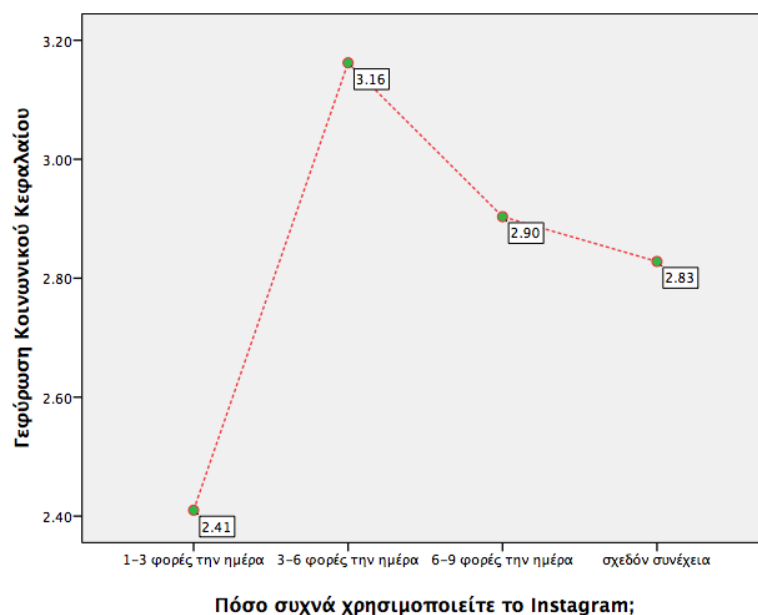
Γράφημα 22. Λήψη πληροφοριών στο Instagram ως προς την συχνότητα χρήσης του Instagram

Στο Γράφημα 23 δίνονται με διαγραμματική μορφή τα αποτελέσματα της διαφοράς σχετικά με την σύνδεση του κοινωνικού κεφαλαίου ως προς τη συχνότητα χρήσης του Instagram. Από τα αποτελέσματα προκύπτει ότι οι φοιτητές που χρησιμοποιούν το Instagram 3 -6 φορές την ημέρα έχουν υψηλότερη σύνδεση κοινωνικού κεφαλαίου σε σύγκριση με τους φοιτητές που χρησιμοποιούν το Instagram 6 ή περισσότερες φορές την ημέρα ή 1-3 φορές την ημέρα.



Γράφημα 23. Σύνδεση κοινωνικού κεφαλαίου ως προς την συχνότητα χρήσης του Instagram

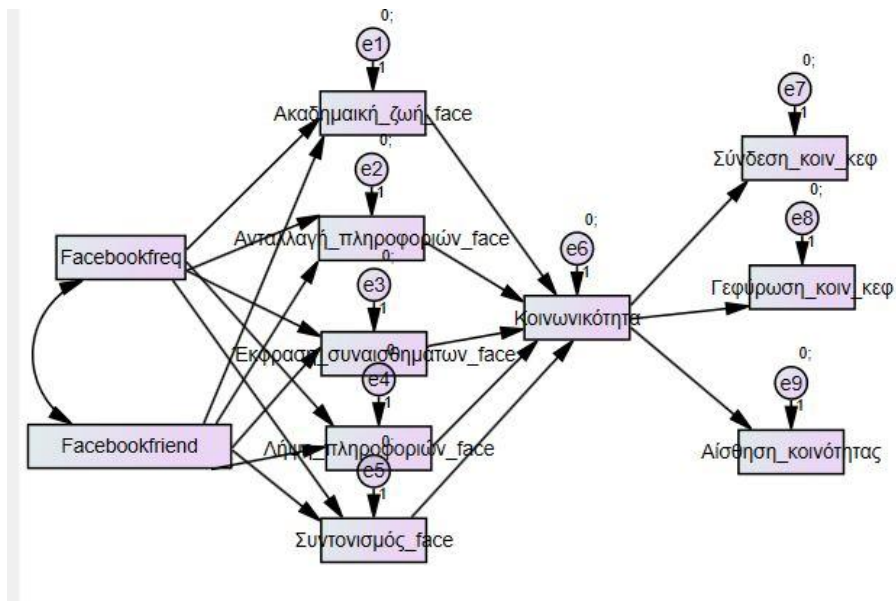
Τέλος, στο Γράφημα 24 δίνονται με διαγραμματική μορφή τα αποτελέσματα της διαφοράς σχετικά με την γεφύρωση του κοινωνικού κεφαλαίου ως προς τη συχνότητα χρήσης του Instagram. Από τα αποτελέσματα προκύπτει ότι οι φοιτητές που χρησιμοποιούν το Instagram 3-6 φορές την ημέρα έχουν υψηλότερη σύνδεση γεφύρωση του κοινωνικού κεφαλαίου σε σύγκριση με τους φοιτητές που χρησιμοποιούν το Instagram 6 ή περισσότερες φορές την ημέρα ή 1-3 φορές την ημέρα.



Γράφημα 24. Γεφύρωση κοινωνικοί κεφαλαίου ως προς την συχνότητα χρήσης του Instagram

7.7 Αποτελέσματα ανάλυσης δομικών εξισώσεων

Στην τελευταία ενότητα του κεφαλαίου παρουσιάζονται τα αποτελέσματα των μοντέλων δομικών εξισώσεων, τόσο ως προς την κοινωνική και ακαδημαϊκή χρησιμότητα του Facebook, όσο και ως προς την κοινωνική και ακαδημαϊκή χρησιμότητα του Instagram. Το αρχικό μοντέλο που τέθηκε υπό διερεύνηση για το Facebook δίνεται διαγραμματικά στο Γράφημα 25.



Γράφημα 25. Αρχικό μοντέλο δομικών εξισώσεων για το Facebook¹²

Τα αποτελέσματα του μοντέλου δομικών εξισώσεων ως προς την κοινωνική και ακαδημαϊκή χρησιμότητα του Facebook δίνονται στον Πίνακα 14. Από τα αποτελέσματα προκύπτει ότι από τις 18 υποθέσεις επαληθεύτηκαν οι 10. Αναλυτικότερα παρατηρήθηκε ότι:

- Η συχνότητα χρήσης του Facebook επηρεάζει θετικά την χρήση του Facebook για την ανταλλαγή πληροφοριών/απόψεων ($b=0.128$, $p<0.05$), για την έκφραση συναισθημάτων και την αυτοπροβολή ($b=0.147$, $p<0.05$) και την λήψη πληροφοριών ($b=0.240$, $p<0.001$).
- Ο αριθμός φίλων στο Facebook επηρεάζει θετικά την λήψη πληροφοριών ($b=0.077$, $p<0.05$) και τον συντονισμό κοινωνικών εκδηλώσεων ($b=0.063$, $p<0.10$).
- Η χρήση του Facebook για λόγους έκφρασης συναισθημάτων και αυτοπροβολή επηρεάζει θετικά την κοινωνικότητα ($b=0.109$, $p<0.05$)

¹² Facebook frequency=Συχνότητα χρήσης του Facebook.
Facebook friends= Αριθμός «φίλων» στο Facebook.

- Η χρήση του Facebook για συντονισμό κοινωνικών εκδηλώσεων επηρεάζει θετικά την κοινωνικότητα ($b=0.108$, $p<0.05$)
- Η κοινωνικότητα επηρεάζει θετικά την σύνδεση κοινωνικού κεφαλαίου ($b=0.172$, $p<0.05$), την γεφύρωση του κοινωνικού κεφαλαίου ($b=0.171$, $p<0.05$) και την αίσθηση της κοινότητας ($b=0.204$, $p<0.05$).

Πίνακας 12. Διερεύνηση αρχικών υποθέσεων για το Facebook

		Επίδραση	b¹³	p	Αποτέλεσμα
H1		Ακαδημαϊκή ζωή	0.059	0.315	A
H2		Ανταλλαγή πληροφοριών/απόψεων	0.128	0.012	E
H3	Συχνότητα χρήσης Facebook	→ Έκφραση συναισθημάτων και αυτοπροβολή	0.147	0.016	E
H4		Λήψη πληροφοριών	0.240	<0.001	E
H5		Συντονισμός κοινωνικών εκδηλώσεων	0.015	0.848	A
H5		Ακαδημαϊκή ζωή	-0.019	0.580	A
H6		Ανταλλαγή πληροφοριών/απόψεων	0.007	0.822	A
H7	Facebook φίλοι	→ Έκφραση συναισθημάτων και αυτοπροβολή	0.011	0.762	A
H8		Λήψη πληροφοριών	0.077	0.024	E
H9		Συντονισμός κοινωνικών εκδηλώσεων	0.083	0.063	E

¹³ b=Συντελεστής μεταβλητής. Μας δείχνει το βαθμό και το είδος της επίδρασης.

	Επίδραση	b¹³	p	Αποτέλεσμα
H10	Ακαδημαϊκή ζωή Ανταλλαγή → Κοινωνικότητα	-0.071	0.219	A
H11	πληροφοριών/απ όψεων Έκφραση → Κοινωνικότητα	-0.085	0.191	A
H12	συναισθημάτων και αυτοπροβολή → Κοινωνικότητα	0.109	0.042	E
H13	Λήψη Πληροφοριών Συντονισμός → Κοινωνικότητα	-0.016	0.768	A
H14	κοινωνικών εκδηλώσεων → Κοινωνικότητα	0.108	0.012	E
H16	Κοινωνικότητα → Σύνδεση κοινωνικού κεφαλαίου	0.172	0.032	E
H17	Κοινωνικότητα → Γεφύρωση κοινωνικού κεφαλαίου	0.171	0.043	E
H18	Κοινωνικότητα → Αίσθηση κοινότητας	0.204	0.005	E

E=Επαληθεύεται

A=Απορρίπτεται

Το αρχικό προτεινόμενο μοντέλο αξιολογήθηκε χρησιμοποιώντας διάφορους δείκτες και τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 15. Η απόρριψη μεγάλου αριθμού υποθέσεων είχε αρνητικό αντίκτυπο στη συνολική αξιοπιστία του αρχικού μοντέλου. Συγκεκριμένα, το αρχικό μοντέλο δεν βρέθηκε να έχει ικανοποιητική προσαρμογή στα εμπειρικά δεδομένα, αφού σχεδόν

όλοι οι δείκτες ήταν εκτός των «επιθυμητών» ορίων. Τα αποτελέσματα στον Πίνακα 15 δείχνουν ότι το μοντέλο δεν έχει ικανοποιητική προσαρμογή στα εμπειρικά δεδομένα και ότι οι δείκτες είναι πολύ μικρότεροι από τις κρίσιμες τιμές. Για το λόγο αυτό, το αρχικό μοντέλο τροποποιήθηκε χρησιμοποιώντας τους κατάλληλους δείκτες τροποποίησης που παρήχθησαν από το AMOS (modification indexes).

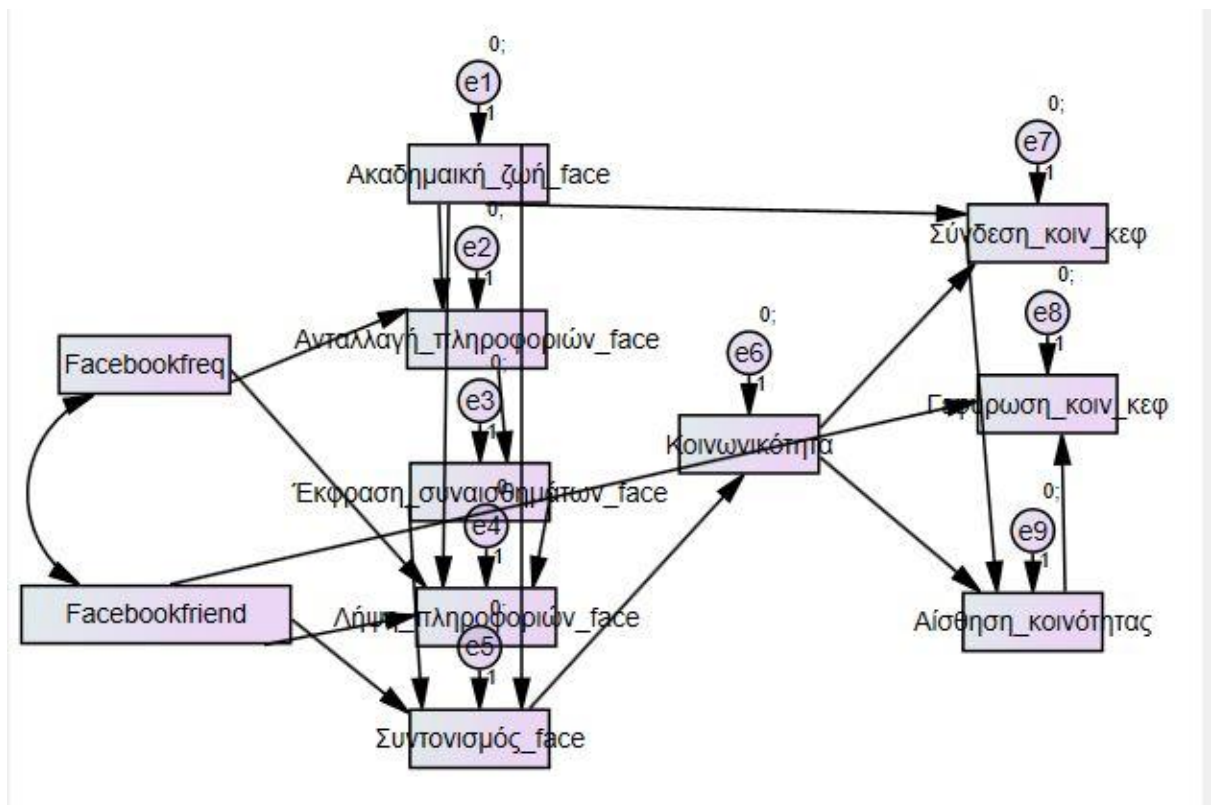
Πίνακας 13. Δείκτες αξιολόγησης αρχικού μοντέλου Facebook

Δείκτης	Τιμή	Αποδεκτό όριο
χ^2	627.4 (p<0.01)	-
df	36	-
Normed χ^2	17.42	<5 ¹⁴
Goodness of fit index (GFI)	0.082	>0.9
Normed Fit Index (NFI)	0.101	>0.9
Relative Fit Index (RFI)	0.371	>0.9
Comparative Fit Index (CFI)	0.082	>0.9
Incremental Fit Index (IFI)	0.108	>0.9
RMSEA	0.286	<0.10
AIC ¹⁵	709.41	-

Το τελικό μοντέλο που προέκυψε για το Facebook μετά την τροποποίηση του αρχικού μοντέλου δίνεται διαγραμματικά στο Γράφημα 26.

¹⁴ Έχει υψηλή ευαισθησία στο μέγεθος του δείγματος και για μεγάλο δείγμα είναι αδύνατο να βρεθούν τιμές κάτω από 5.

¹⁵ Το AIC (Akaike Information Criterion) μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη σύγκριση διαφορετικών μοντέλων. Όσο μικρότερη είναι η AIC, τόσο καλύτερη είναι η προσαρμογή του μοντέλου.



Γράφημα 26. Τελικό μοντέλο δομικών εξισώσεων για το Facebook

Το τελικό μοντέλο του Facebook για το οποίο οι δείκτες έχουν τις κατάλληλες ιδιότητες παρουσιάζεται στον Πίνακα 16. Τα αποτελέσματα υποδεικνύουν ότι όλες οι επιδράσεις είναι στατιστικά σημαντικές στο επίπεδο σημαντικότητας 5%. Λεπτομερέστερα:

- Η συχνότητα χρήσης του Facebook επηρεάζει θετικά την χρήση του Facebook για την ανταλλαγή πληροφοριών/απόψεων ($b=0.099$, $p<0.05$) και την λήψη πληροφοριών ($b=0.167$, $p<0.001$).
- Ο αριθμός φίλων στο Facebook επηρεάζει θετικά την λήψη πληροφοριών ($b=0.077$, $p<0.05$), τον συντονισμό κοινωνικών εκδηλώσεων ($b=0.081$, $p<0.05$) και την γεφύρωση του κοινωνικού κεφαλαίου ($b=0.074$, $p<0.05$).
- Η χρήση του Facebook για λόγους ακαδημαϊκής ζωής επηρεάζει θετικά την χρήση του Facebook για λόγους ανταλλαγής πληροφοριών και απόψεων ($b=0.553$, $p<0.001$), την χρήση του Facebook για λόγους λήψης πληροφοριών ($b=0.212$, $p<0.001$), την χρήση του Facebook για λόγους συντονισμού κοινωνικών εκδηλώσεων ($b=0.477$, $p<0.001$). Επιπλέον,

χρήση του Facebook για λόγους ακαδημαϊκής ζωής επηρεάζει θετικά την σύνδεση του κοινωνικού κεφαλαίου ($b=0.445$, $p<0.001$).

- Η χρήση του Facebook για λόγους ανταλλαγής πληροφοριών και απόψεων επηρεάζει θετικά την χρήση του Facebook για λόγους έκφραση συναισθημάτων και αυτοπροβολής ($b=0.554$, $p<0.001$).
- Η χρήση του Facebook για λόγους έκφραση συναισθημάτων και αυτοπροβολής επηρεάζει θετικά την χρήση του Facebook για λόγους λήψης πληροφοριών ($b=0.414$, $p<0.001$) και την χρήση του Facebook για λόγους συντονισμού κοινωνικών εκδηλώσεων ($b=0.419$, $p<0.001$).
- Η χρήση του Facebook για συντονισμό κοινωνικών εκδηλώσεων επηρεάζει θετικά την κοινωνικότητα ($b=0.093$, $p<0.05$).
- Η κοινωνικότητα επηρεάζει θετικά την γεφύρωση του κοινωνικού κεφαλαίου ($b=0.659$, $p<0.001$) και την αίσθηση της κοινότητας ($b=0.543$, $p<0.001$).

Πίνακας 14. Αποτελέσματα τελικού μοντέλου μετά την τροποποίηση του αρχικού μοντέλου για το Facebook

Επίδραση		b	p
Συχνότητα χρήσης Facebook	→ Ανταλλαγή	0.099	0.01
	→ πληροφοριών/απόψεων		
Facebook φίλοι	Λήψη Πληροφοριών	0.167	<0.001
	→ Λήψη Πληροφοριών	0.077	0.008
	→ Συντονισμός κοινωνικών εκδηλώσεων	0.081	0.025
	Γεφύρωση κοινωνικού κεφαλαίου	0.074	0.012

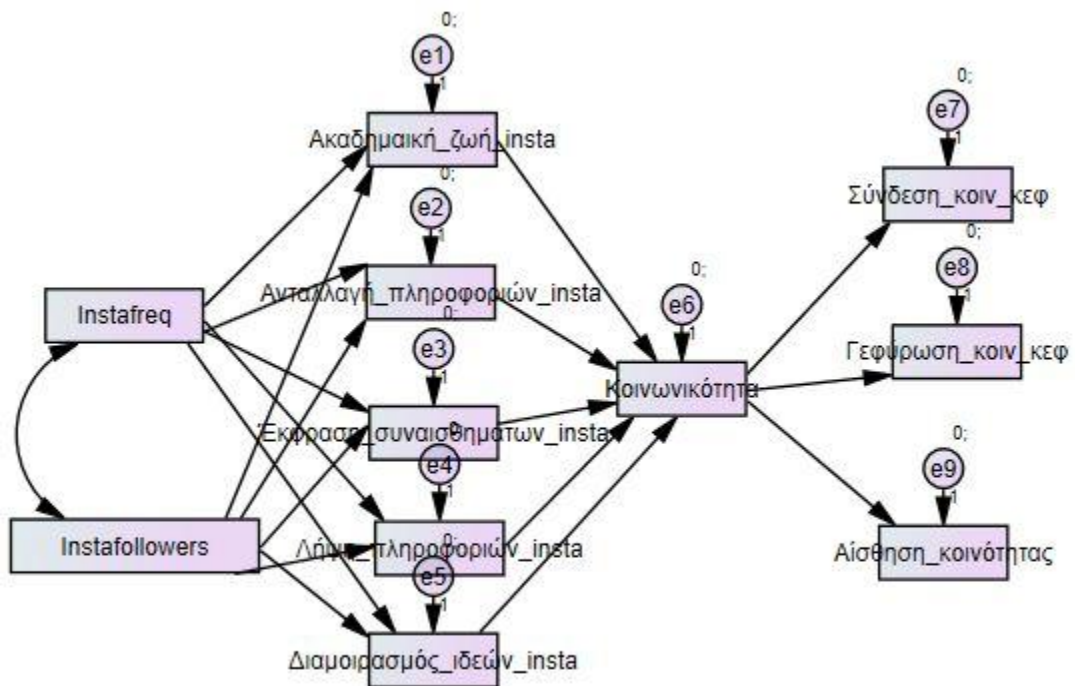
	Ανταλλαγή		0.553	<0.001
	πληροφοριών/απόψεων			
	Λήψη Πληροφοριών		0.212	<0.001
Ακαδημαϊκή ζωή	→ Συντονισμός κοινωνικών		0.477	<0.001
	εκδηλώσεων			
	Σύνδεση κοινωνικού		0.445	<0.001
	κεφαλαίου			
Ανταλλαγή	→ Έκφραση συναισθημάτων		0.554	<0.001
πληροφοριών/απόψεων	και αυτοπροβολή			
Έκφραση συναισθημάτων και	→ Λήψη πληροφοριών		0.414	<0.001
αυτοπροβολή	→ Συντονισμός κοινωνικών		0.419	<0.001
	εκδηλώσεων			
Συντονισμός κοινωνικών	→ Κοινωνικότητα		0.093	0.035
εκδηλώσεων				
Κοινωνικότητα	→ Σύνδεση κοινωνικού		0.183	0.011
	κεφαλαίου			
Κοινωνικότητα	→ Αίσθηση κοινότητας		0.090	0.008
Σύνδεση κοινωνικού κεφαλαίου	→ Αίσθηση κοινότητας		0.659	<0.001
Αίσθηση κοινότητας	→ Γεφύρωση κοινωνικού		0.543	<0.001
	κεφαλαίου			

Τα αποτελέσματα στον Πίνακα 17 δείχνουν ότι το τελικό μοντέλο έχει πολύ υψηλή προσαρμογή στα εμπειρικά δεδομένα και ότι σχεδόν όλοι οι δείκτες είναι μεγαλύτεροι από τις επιθυμητές τιμές. Επίσης, το κριτήριο AIC για το τροποποιημένο μοντέλο είναι 155.1 ενώ το κριτήριο AIC για το αρχικό μοντέλο ήταν 709.41. Για το λόγο αυτό, το αρχικό μοντέλο απορρίφθηκε και υιοθετήσαμε το μοντέλο που προτείνεται στον Πίνακα 16 και στο Γράφημα 27.

Πίνακας 15. Δείκτες αξιολόγησης τελικού μοντέλου Facebook

Δείκτης	Τιμή	Αποδεκτό όριο
χ^2	75.1 (p<0.01)	-
df	37	-
Normed χ^2	2.029	<5
Goodness of fit index (GFI)	0.941	>0.9
Normed Fit Index (NFI)	0.893	>0.9
Relative Fit Index (RFI)	0.840	>0.9
Comparative Fit Index (CFI)	0.941	>0.9
Incremental Fit Index (IFI)	0.943	>0.9
RMSEA	0.072	<0.10
AIC	155.1	-

Το αρχικό μοντέλο που τέθηκε υπό διερεύνηση για το Instagram δίνεται διαγραμματικά στο Γράφημα 27.



Γράφημα 27. Αρχικό μοντέλο δομικών εξισώσεων για το Instagram¹⁶

Τα αποτελέσματα του μοντέλου δομικών εξισώσεων ως προς την κοινωνική και ακαδημαϊκή χρησιμότητα του Instagram δίνονται στον Πίνακα 18. Από τα αποτελέσματα προκύπτει ότι από τις 18 υποθέσεις επαληθεύτηκαν οι 10. Αναλυτικότερα παρατηρήθηκε ότι:

- Η συχνότητα χρήσης του Instagram επηρεάζει θετικά την χρήση του Instagram για την ανταλλαγή πληροφοριών/απόψεων ($b=0.187$, $p<0.05$), γ την χρήση του Instagram για τον διαμοιρασμό ιδεών και την αυτοπροβολή ($b=0.302$, $p<0.001$), την χρήση του Instagram για την έκφραση των συναισθημάτων και το συντονισμό των κοινωνικών εκδηλώσεων ($b=0.195$, $p<0.05$) και την χρήση του Instagram για την λήψη πληροφοριών ($b=0.360$, $p<0.001$).

¹⁶ Instagram frequency= Συχνότητα χρήσης του Instagram.
Instagram followers=Αριθμός «ακολούθων» στο Instagram.

- Ο αριθμός ακολούθων στο Instagram επηρεάζει θετικά την χρήση του Instagram για τον διαμοιρασμό ιδεών και την αυτοπροβολή ($b=0.089$, $p<0.05$), την χρήση του Instagram για την ανταλλαγή πληροφοριών/απόψεων ($b=0.086$, $p<0.10$) και την χρήση του Instagram για την ακαδημαϊκή ζωή ($b=0.068$, $p<0.10$)
- Η κοινωνικότητα επηρεάζει θετικά την σύνδεση κοινωνικού κεφαλαίου ($b=0.172$, $p<0.05$), την γεφύρωση του κοινωνικού κεφαλαίου ($b=0.171$, $p<0.05$) και την αίσθηση της κοινότητας ($b=0.204$, $p<0.05$).

Πίνακας 16. Διερεύνηση αρχικών υποθέσεων για το Instagram

		Επίδραση	b	p	Αποτέλεσμα
H1		Ακαδημαϊκή ζωή	-0.006	0.166	A
H2		Ανταλλαγή πληροφοριών/απόψεων	0.187	0.023	E
H3	Συχνότητα χρήσης Instagram	→ Διαμοιρασμός ιδεών και αυτοπροβολή	0.302	<0.001	E
H4		Έκφραση συναισθημάτων και συντονισμός εκδηλώσεων	0.195	0.013	E
H5		Λήψη πληροφοριών	0.360	<0.001	E
H5		Ακαδημαϊκή ζωή	0.068	0.081	E
H6		Ανταλλαγή πληροφοριών/απόψεων	0.086	0.080	E
H7	Ακόλουθοι στο Instagram	→ Διαμοιρασμός ιδεών και αυτοπροβολή	0.089	0.039	E
H8		Έκφραση συναισθημάτων και συντονισμός	0.065	0.166	A

	Επίδραση		b	p	Αποτέλεσμα
	εκδηλώσεων				
H9	Λήψη πληροφοριών		-0.026	0.661	A
H10	Ακαδημαϊκή ζωή	→ Κοινωνικότητα	0.004	0.946	A
H11	Ανταλλαγή πληροφοριών/α πόψεων	→ Κοινωνικότητα	-0.010	0.834	A
H12	Διαμοιρασμός ιδεών και αυτοπροβολή Έκφραση συναισθημάτων	→ Κοινωνικότητα	0.046	0.393	A
H13	και συντονισμός εκδηλώσεων	→ Κοινωνικότητα	0.081	0.121	A
H14	Λήψη πληροφοριών	→ Κοινωνικότητα	0.062	0.134	A
H16	Κοινωνικότητα	→ Σύνδεση κοινωνικού κεφαλαίου	0.172	0.036	E
H17	Κοινωνικότητα	→ Γεφύρωση κοινωνικού κεφαλαίου	0.171	0.047	E
H18	Κοινωνικότητα	→ Αίσθηση κοινότητας	0.204	0.006	E

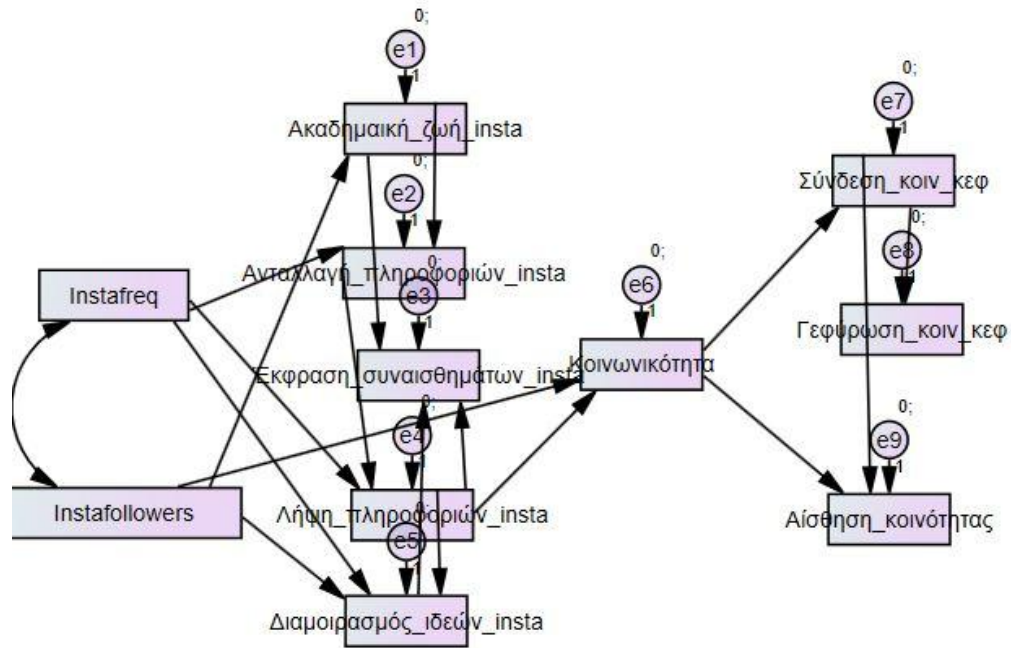
Το αρχικό προτεινόμενο μοντέλο αξιολογήθηκε χρησιμοποιώντας διάφορους δείκτες και τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 19. Η απόρριψη μεγάλου αριθμού υποθέσεων είχε αρνητικό αντίκτυπο στη συνολική αξιοπιστία του αρχικού μοντέλου. Συγκεκριμένα, το αρχικό

μοντέλο δεν βρέθηκε να έχει ικανοποιητική προσαρμογή στα εμπειρικά δεδομένα, αφού σχεδόν όλοι οι δείκτες ήταν εκτός των κρίσιμων ορίων. Για το λόγο αυτό, το αρχικό μοντέλο τροποποιήθηκε χρησιμοποιώντας τους κατάλληλους δείκτες τροποποίησης που παρήχθησαν από το AMOS (modification indexes).

Πίνακας 17. Δείκτες αξιολόγησης αρχικού μοντέλου Instagram

Δείκτης	Τιμή	Αποδεκτό όριο
χ^2	559.5 (p<0.01)	-
df	36	-
Normed χ^2	15.54	<5
Goodness of fit index (GFI)	0.262	>0.9
Normed Fit Index (NFI)	0.268	>0.9
Relative Fit Index (RFI)	0.188	>0.9
Comparative Fit Index (CFI)	0.262	>0.9
Incremental Fit Index (IFI)	0.282	>0.9
RMSEA	0.269	<0.10
AIC	641.5	-

Το τελικό μοντέλο που προέκυψε για το Instagram μετά την τροποποίηση του αρχικού μοντέλου δίνεται διαγραμματικά στο Γράφημα 28.



Γράφημα 28. Τελικό μοντέλο δομικών εξισώσεων για το Instagram

Το τελικό μοντέλο του Instagram για το οποίο οι δείκτες έχουν τις κατάλληλες ιδιότητες παρουσιάζεται στον Πίνακα 20. Τα αποτελέσματα υποδεικνύουν ότι όλες οι επιδράσεις είναι στατιστικά σημαντικές στο επίπεδο σημαντικότητας 5%. Λεπτομερέστερα:

- Η συχνότητα χρήσης του Instagram επηρεάζει θετικά την χρήση του Instagram για την ανταλλαγή πληροφοριών/απόψεων ($b=0.24$, $p<0.001$), την χρήση του Instagram για την λήψη πληροφοριών ($b=0.1225$, $p<0.05$) και την χρήση του Instagram για τον διαμοιρασμό ιδεών και την αυτοπροβολή ($b=0.170$, $p<0.05$).
- Ο αριθμός φίλων στο Instagram επηρεάζει θετικά την χρήση του Instagram για ακαδημαϊκή ζωή ($b=0.066$, $p<0.05$), την χρήση του Instagram για τον διαμοιρασμό ιδεών και την αυτοπροβολή ($b=0.098$, $p<0.05$) και την κοινωνικότητα ($b=0.125$, $p<0.05$).
- Η χρήση του Instagram για λόγους ακαδημαϊκής ζωής επηρεάζει θετικά την χρήση του Facebook για λόγους ανταλλαγής πληροφοριών και απόψεων ($b=0.602$, $p<0.001$) και την

χρήση του Instagram για λόγους έκφραση συναισθημάτων και συντονισμού κοινωνικών εκδηλώσεων ($b=0.418, p<0.001$).

- Η χρήση του Instagram για λόγους ανταλλαγής πληροφοριών και απόψεων επηρεάζει θετικά την χρήση του Instagram για λόγους λήψης πληροφοριών ($b=0.408, p<0.001$).
- Η χρήση του Instagram για λόγους λήψης πληροφοριών επηρεάζει θετικά την χρήση του Instagram για λόγους έκφραση συναισθημάτων και συντονισμού κοινωνικών εκδηλώσεων ($b=0.178, p<0.001$), την έκφραση χρήση του Instagram για διαμοιρασμό ιδεών και την αυτοπροβολή ($b=0.367, p<0.001$). Επιπλέον, η χρήση του Instagram για λόγους λήψης πληροφοριών επηρεάζει θετικά την κοινωνικότητα ($b=0.090, p<0.05$).
- Η χρήση του Instagram για διαμοιρασμό ιδεών και την αυτοπροβολή επηρεάζει θετικά τη χρήση του Instagram για έκφραση συναισθημάτων και συντονισμού κοινωνικών εκδηλώσεων ($b=0.415, p<0.001$).
- Η κοινωνικότητα επηρεάζει θετικά την σύνδεση του κοινωνικού κεφαλαίου ($b=0.172, p<0.015$) και την αίσθηση της κοινότητας ($b=0.090, p<0.05$).
- Η σύνδεση του κοινωνικού κεφαλαίου επηρεάζει θετικά την γεφύρωση του κοινωνικού κεφαλαίου ($b=0.386, p<0.001$) και την αίσθηση της κοινότητας ($b=0.659, p<0.001$).

Πίνακας 18. Αποτελέσματα τελικού μοντέλου μετά την τροποποίηση του αρχικού μοντέλου για το Instagram

Επίδραση		b	p
Συχνότητα χρήσης Instagram	→ Ανταλλαγή πληροφοριών/απόψεων	0.234	<0.001
	→ Λήψη Πληροφοριών	0.225	0.004
	Διαμοιρασμός ιδεών και αυτοπροβολή	0.170	0.009

	Ακαδημαϊκή ζωή	0.066	0.039
Instagram ακόλουθοι	→ Διαμοιρασμός ιδεών και αυτοπροβολή	0.098	0.009
	Κοινωνικότητα	0.125	<0.001
Ακαδημαϊκή ζωή	Ανταλλαγή πληροφοριών/απόψεων	0.602	<0.001
	→ Έκφραση συναισθημάτων και συντονισμός εκδηλώσεων	0.418	<0.001
Ανταλλαγή πληροφοριών/απόψεων	→ Λήψη πληροφοριών	0.408	<0.001
Λήψη Πληροφοριών	Έκφραση συναισθημάτων και συντονισμός	0.178	<0.001
	→ Διαμοιρασμός ιδεών και αυτοπροβολή	0.367	<0.001
Διαμοιρασμός ιδεών και αυτοπροβολή	Κοινωνικότητα	0.090	0.026
	→ Έκφραση συναισθημάτων και συντονισμός	0.415	<0.001
Κοινωνικότητα	→ Σύνδεση κοινωνικού κεφαλαίου	0.172	0.033
Κοινωνικότητα	→ Αίσθηση κοινότητας	0.090	0.047
Σύνδεση κοινωνικού κεφαλαίου	→ Γεφύρωση Κοινότητας	0.386	<0.001
Σύνδεση κοινωνικού κεφαλαίου	→ Αίσθηση κοινότητας	0.659	<0.001

Τα αποτελέσματα στον Πίνακα 21 δείχνουν ότι το τελικό μοντέλο για το Instagram έχει πολύ υψηλή προσαρμογή στα εμπειρικά δεδομένα και ότι σχεδόν όλοι οι δείκτες είναι μεγαλύτεροι από τις επιθυμητές τιμές. Επίσης, το κριτήριο AIC για το τροποποιημένο μοντέλο είναι 179.6 ενώ το

κριτήριο AIC για το αρχικό μοντέλο ήταν 641.5. Για το λόγο αυτό, το αρχικό μοντέλο απορρίφθηκε και υιοθετήσαμε το μοντέλο που προτείνεται στον Πίνακα 20 και στο Γράφημα 28.

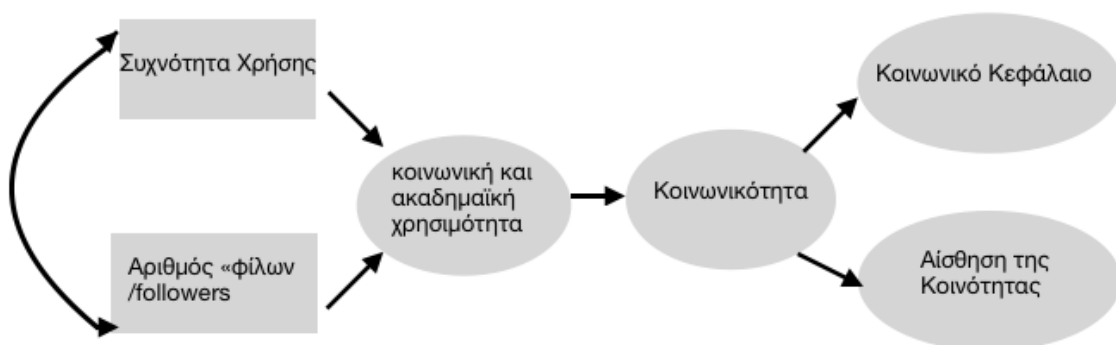
Πίνακας 19. Δείκτες αξιολόγησης τελικού μοντέλου Instagram

Δείκτης	Τιμή	Αποδεκτό όριο
χ^2	99.64 (p<0.01)	-
df	37	-
Normed χ^2	2.693	<5
Goodness of fit index (GFI)	0.912	>0.9
Normed Fit Index (NFI)	0.870	>0.9
Relative Fit Index (RFI)	0.806	>0.9
Comparative Fit Index (CFI)	0.912	>0.9
Incremental Fit Index (IFI)	0.914	>0.9
RMSEA	0.092	<0.10
AIC	179.6	-

8. Συζήτηση

Βασικός στόχος της μελέτης αποτελεί η διερεύνηση των κοινωνικών επιπτώσεων της χρήσης του Facebook και του Instagram στη φοιτητική κοινότητα. Λαμβάνοντας υπόψη το γενικότερο προβληματισμό που επικρατεί για τις κοινωνικές επιπτώσεις της χρήσης του Facebook και Instagram, στην παρούσα μελέτη γίνεται μια προσπάθεια διερεύνησης του τρόπου που η διαδικτυακή κοινωνική αλληλεπίδραση των φοιτητών, μέσω Facebook και Instagram, τόσο για κοινωνικούς λόγους, όσο και για λόγους άτυπης μάθησης, επηρεάζει την κοινωνική τους ενσωμάτωση στο Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτούν. Συγκεκριμένα, γίνεται προσπάθεια διερεύνησης του υβριδίου επικοινωνίας που συνενώνει το φυσικό χώρο με τον κυβερνοχώρο, δρώντας έτσι ως το υλικό στήριγμα της *εξατομικευμένης δικτύωσης*.

Το θεωρητικό μοντέλο που αναπτύσσεται, βασίζεται στη θεωρία των μέσων, στη θεωρία των κοινωνικών δικτύων και της κοινοτικής ψυχολογίας και βασίζεται στην υπόθεση «Ο πλούσιος/οι γίνεται/ονται πλουσιότερος/οι». Συγκεκριμένα διερευνά την υπόθεση που υποστηρίζει πως οι φοιτητές/τριες με τους περισσότερους κοινωνικούς δεσμούς, με το μεγαλύτερο κοινωνικό κεφάλαιο και αίσθηση της κοινότητας με το Πανεπιστημιακό Τμήμα όπου φοιτούν, μεταφέρουν την πρακτική της επικοινωνίας τους στο Facebook και στο Instagram και η πρακτική αυτή λειτουργεί υποστηρικτικά ως προς την κοινωνικότητά τους, το κοινωνικό τους κεφαλαίο και την αίσθηση της κοινότητας με το Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτούν.



Γράφημα 1. Εννοιολογικό μοντέλο για τη δημιουργία του Μοντέλου Δομικών Εξισώσεων

Ως μελέτη περίπτωσης ορίστηκε η Σχολή Επιστημών της Διοίκησης και η Πολυτεχνική Σχολή, που εδρεύει στο νησί της Χίου και αποτελείται από τέσσερα μικρά σε φοιτητικό πληθυσμό Πανεπιστημιακά Τμήματα, τέσσερις δηλαδή κοινότητες ανώτατης εκπαίδευσης με έδρα τη Χίο. Η επιλογή βασίστηκε στην ανασκόπηση της βιβλιογραφίας που υποστηρίζει πως σε μικρές κοινότητες υπάρχει μεγαλύτερη διάδραση ανάμεσα στα άτομα και η διάδραση στο φυσικό/οργανικό επίπεδο κοινότητας μεταφέρεται και στον διαδικτυακό χώρο και συγκεκριμένα στο Facebook και το Instagram.

Για τη διερεύνηση του πρωταρχικού σκοπού της παρούσας μελέτης έγινε αρχικά έλεγχος για την αξιοπιστία και εγκυρότητα του μοντέλου με Εξερευνητική (Exploratory Factor Analysis) και Επιβεβαιωτική (Confirmatory Factor Analysis) Παραγοντική Ανάλυση και οι σχέσεις μεταξύ των εργαλείων του μοντέλου μελετήθηκαν με τη χρήση του Μοντέλου Δομικών Εξισώσεων (Structural Equation Modeling).

Για τη δημιουργία του Μοντέλου Δομικών Εξισώσεων γίνεται χρήση μεταβλητών που, σύμφωνα με την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας, έχουν σχέση με τις κοινωνικές επιπτώσεις από τη χρήση του Facebook και του Instagram στη φοιτητική κοινότητα. Συγκεκριμένα, χρησιμοποιούνται ως μεταβλητές οι: α) χρήσεις και ικανοποιήσεις β) κοινωνικό κεφάλαιο γ) αίσθηση της κοινότητας δ) κοινωνικότητα και ως ανεξάρτητες μεταβλητές: ε) η συχνότητα χρήσης του Facebook και του Instagram στ) ο αριθμός των «φίλων» στο Facebook και των «followers» στο Instagram.

Η αξιοποίηση των πολυεπίπεδων μοντέλων ανάλυσης, όπως είναι η μοντελοποίηση δομικών εξισώσεων και ο εντοπισμός παραγόντων που εδράζονται σε διαφορετικά επίπεδα βοηθάει στην εγκυροποίηση του θεωρητικού σχήματος.

8.1 Χρήση του Facebook και του Instagram

Από τα αποτελέσματα της έρευνας προκύπτει πως οι φοιτητές/τριες χρησιμοποιούν πολύ συχνά το Facebook και το Instagram, με το μεγαλύτερο ποσοστό των φοιτητών/τριών να δηλώνει πως χρησιμοποιεί σχεδόν συνέχεια και τα δύο μέσα.

Παρ'όλα αυτά το Instagram φαίνεται να είναι πιο συχνή επιλογή των φοιτητών/τριών, καθώς είναι μεγαλύτερο ποσοστό (47,5%) δηλώνει πως το χρησιμοποιεί σχεδόν συνέχεια ενώ το Facebook δηλώνει μικρότερο ποσοστό (38,1%) των φοιτητών/τριών ότι το χρησιμοποιεί συνέχεια. Επιπροσθέτως, οι περισσότεροι φοιτητές/τριες διαθέτουν έναν ευρύ κοινωνικό κύκλο «φίλων» (πάνω από 900 «φίλους») στο Facebook, ενώ στο Instagram ο κύκλος των ατόμων που τους «ακολουθούν» («followers») είναι πιο μικρός (150-300) και ίδιος με τον κύκλο των ατόμων που «ακολουθούν» («following»). Το Instagram, ως πιο νέα εφαρμογή φαίνεται να προσελκύει το ενδιαφέρον των φοιτητών/τριών περισσότερο από το Facebook που είναι πιο παλιό μέσο. Τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας συμφωνούν με τα αποτελέσματα της έρευνας των Sallem και Ma (2017) που φανερώνουν πως οι φοιτητές/τριες αναλώνουν περισσότερο χρόνο στο Instagram και το Snapchat και λιγότερο στο Facebook και το Twitter.

8.2 Χρήσεις και Ικανοποιήσεις στο Facebook και στο Instagram

Για τη διερεύνηση των επιδράσεων του Facebook και του Instagram στην ζωή των φοιτητών/τριών είναι απαραίτητη η διερεύνηση των κινήτρων της διαδικτυακής (online) επικοινωνιακής δραστηριότητας τους στο Facebook και στο Instagram. Για τη διερεύνηση των κινήτρων της χρήσης του Facebook και του Instagram από φοιτητές μιας κοινότητα πρακτικής, όπως αποτελεί το Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτούν, είναι απαραίτητο να ληφθούν υπόψη και κίνητρα που έχουν κοινωνική υπόσταση αλλά έχουν και σχέση με την άτυπη μάθηση και δη την ακαδημαϊκή

τους ζωή και αναμένεται, σύμφωνα πάντα με βιβλιογραφική ανασκόπηση, αυτή η διττή χρήση να συσχετίζεται με την κοινωνικότητά τους, το κοινωνικό τους κεφάλαιο και την αίσθηση της κοινότητας.

Τα τελευταία χρόνια έχουν διεξαχθεί αρκετές έρευνες για τη διερεύνηση των κινήτρων ως προς τη χρήση του Facebook από το φοιτητικό πληθυσμό σε διάφορες χώρες. Μια έρευνα στην Τουρκία (Balakrishnan & Shamim, 2013) υποστηρίζει ως βασικά κίνητρα για τη χρήση του Facebook από τους φοιτητές/τριες βρέθηκαν η κοινωνική παρακολούθηση (social surveillance), η αναγνωρισιμότητα, η συναισθηματική υποστήριξη, η κοινωνική σύνδεση, η διασκέδαση, ο ναρκισσισμός και η αυτο-έκφραση, η ευκολία στη χρήση, η προσαρμογή σε νέες προκλήσεις. Σε άλλη ποσοτική και ποιοτική έρευνα που διεξήχθη στις Η.Π.Α και στην Ταϊβάν τα βασικά κίνητρα για τη χρήση του Facebook είναι η πληροφόρηση, η διασκέδαση, η μόδα, η κοινωνικότητα, και η διατήρηση των σχέσεων (Ku et al, 2013). Σε έρευνα που έγινε στην Ινδία τα κίνητρα που αναδείχθηκαν είναι η διατήρηση των σχέσεων, η ευκολία του μέσου για το χρήστη, η χαλάρωση και η σύνδεση με παλιούς φίλους (Patra et al., 2013). Αντίστοιχα, σε άλλη έρευνα που διεξήχθη σε πανεπιστημιακά περιβάλλοντα τεσσάρων χωρών (Ιράν, Μαλαισία, Βρετανία και Νότια Αφρική) ως κίνητρα αναδείχθηκαν η χρησιμότητα για διαπροσωπική επικοινωνία, η ανάλωση χρόνου, η διασκέδαση, η αναζήτηση πληροφορίας και η ευκολία (Karimi et al., 2014).

Σε μια έρευνα, η οποία αφορούσε τις χρήσεις και ικανοποιήσεις από τη χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης Facebook και Myspace, βρέθηκε πως οι φοιτητές/τριες χρησιμοποιούν αυτές τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για ακαδημαϊκούς σκοπούς σε ποσοστό 10.9 % (Raacke & Bonds-Raacke, 2008). Επίσης, τα αποτελέσματα της μεγάλης σε φοιτητικό πληθυσμό έρευνας του EDUCAUSE Center for Analysis and Research το 2008 φανερώνουν πως σχεδόν το 50% των χρηστών χρησιμοποιεί τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης για να επικοινωνήσει με

συμφοιτητές για θέματα που αφορούν τις σπουδές τους και μόνο ένα 5.5% τις χρησιμοποιεί για να επικοινωνήσει με τους καθηγητές τους.

Από τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας προκύπτουν πέντε παράγοντες-κίνητρα για το βαθμό βοήθειας που προσφέρει το Facebook για την ικανοποίηση αναγκών που έχουν σχέση με την κοινωνική και ακαδημαϊκή ζωή.

Ο πρώτος παράγοντας αφορά στο βαθμό βοήθειας που προσφέρει το Facebook όταν σκοπός της χρήσης του είναι η ικανοποίηση αναγκών που αφορούν στην κοινωνική ζωή τους σχετικά με ανταλλαγή πληροφοριών, απόψεων και μηνυμάτων και ονομάστηκε **«Ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων»**. Ο δεύτερος παράγοντας αφορά στο βαθμό βοήθειας που προσφέρει το Facebook όταν σκοπός της χρήσης του είναι η ικανοποίηση αναγκών που αφορούν στην ακαδημαϊκή τους ζωή τους και ο παράγοντας αυτός ονομάστηκε **«Ακαδημαϊκή Ζωή»**. Ο τρίτος παράγοντας αφορά στο βαθμό βοήθειας που προσφέρει το Facebook όταν σκοπός της χρήσης τους είναι η ικανοποίηση αναγκών που αφορούν στην κοινωνική ζωή τους σχετικά με την έκφραση των συναισθημάτων τους και την προβολή του εαυτού τους. Ο παράγοντας αυτός ονομάστηκε **«Έκφραση συναισθημάτων και προβολή εαυτού»**. Ο τέταρτος παράγοντας αφορά στο βαθμό βοήθειας που προσφέρει το Facebook όταν σκοπός της χρήσης τους είναι η ικανοποίηση αναγκών που αφορούν στην κοινωνική ζωή τους σχετικά με λήψη πληροφοριών και το να περάσουν την ώρα τους. Ο παράγοντας αυτός ονομάστηκε **«Λήψη πληροφοριών»**. Τέλος, ο πέμπτος παράγοντας αφορά στο βαθμό βοήθειας που προσφέρει το Facebook όταν σκοπός της χρήσης τους είναι η ικανοποίηση αναγκών που αφορούν στην κοινωνική ζωή τους σχετικά με τον συντονισμό κοινωνικών εκδηλώσεων. Ο παράγοντας αυτός ονομάστηκε **«Συντονισμός κοινωνικών εκδηλώσεων»**. Παρόλο η τυπολογία των κινήτρων αναφέρεται με διαφορετικό τρόπο στην παρούσα έρευνα, τα αποτελέσματα της συμφωνούν, κατά βάση, με τα αποτελέσματα των ερευνών που υποστηρίζουν ως βασικά κίνητρα για τη χρήση του Facebook από τους φοιτητές/τριες την

κοινωνική παρακολούθηση, την αναγνωρισιμότητα, τη συναισθηματική υποστήριξη, την κοινωνική σύνδεση, το ναρκισσισμό και την αυτο-έκφραση, την πληροφόρηση, την κοινωνικότητα, η διατήρηση των σχέσεων, τη χρησιμότητα για διαπροσωπική επικοινωνία, την αναζήτηση πληροφορίας (Balakrishnan & Shamim, 2013; Ku et al, 2013; Karimi et al., 2014) και τη χρήση του για ακαδημαϊκούς σκοπούς (Raacke & Bonds-Raacke, 2008).

Η έρευνα για το Instagram είναι ακόμη σε εμβρυακό στάδιο, καθώς αποτελεί μια εφαρμογή η οποία εμφανίστηκε τα τελευταία χρόνια. Οι Sheldon και Bryant (2016) χρησιμοποίησαν τη θεωρητική προσέγγιση των «χρήσεων και ικανοποιήσεων» για τη διερεύνηση των κινήτρων για τη χρήση του Instagram. Τα αποτελέσματα της έρευνάς τους παρουσιάζουν ως βασικότερο κίνητρο για τη χρήση του Instagram την παρακολούθηση/γνώση για τους άλλους και παρόμοιο κίνητρο (παρακολούθηση) φανερώνει και η έρευνα των Sallem και Ma (2017). Σε άλλη έρευνα χρησιμοποιήθηκε η θεωρητική προσέγγιση των «χρήσεων και ικανοποιήσεων» όπως και η προσέγγιση της «διαχείρισης της εντύπωσης» (impression management approach) για τη διερεύνηση της χρήσης του Instagram από τους φοιτητές. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν πως τα κίνητρα είχαν θετική συσχέτιση με τη χρήση του Instagram και την αυτοπαρουσίαση, καθώς και ο αριθμός των ακολούθων (followers) βρέθηκε να έχει θετική συσχέτιση με τη χρήση του Instagram και την αυτοπαρουσίαση (Ting, 2014). Τα αποτελέσματα άλλης έρευνας δείχνουν πως οι φοιτητές χρησιμοποιούν το Instagram για να ανεβάσουν φωτογραφίες και να σχολιάσουν στις φωτογραφίες άλλων. Το 39.6% των συμμετεχόντων στην έρευνα δήλωσαν πως ανεβάζουν φωτογραφίες από την κοινωνική τους ζωή επειδή θέλουν να λάβουν ανατροφοδότηση από τους φίλους τους (Oloo, 2013).

Από τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας, προκύπτουν πέντε παράγοντες-κίνητρα για το βαθμό βοήθειας που προσφέρει το Instagram για την ικανοποίηση αναγκών που έχουν σχέση με την κοινωνική και ακαδημαϊκή ζωή.

Ο πρώτος παράγοντας αφορά στο βαθμό βοήθειας που προσφέρει το Instagram όταν σκοπός της είναι η ικανοποίηση αναγκών που αφορούν στην ακαδημαϊκή τους ζωή τους και ο παράγοντας αυτός ονομάστηκε «*Ακαδημαϊκή ζωή*». Ο δεύτερος παράγοντας αφορά στο βαθμό βοήθειας που προσφέρει το Instagram όταν σκοπός της χρήσης του είναι η ικανοποίηση αναγκών που αφορούν στην κοινωνική ζωή τους σχετικά με ανταλλαγή πληροφοριών, απόψεων και μηνυμάτων. Ο παράγοντας αυτός ονομάστηκε «*Ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων*». Ο τρίτος παράγοντας αφορά στο βαθμό βοήθειας που προσφέρει το Instagram όταν σκοπός της χρήσης τους είναι η ικανοποίηση αναγκών που αφορούν στην κοινωνική ζωή τους σχετικά με τον διαμοιρασμό ιδεών και απόψεων και την προβολή του εαυτού τους. Ο παράγοντας αυτός ονομάστηκε «*Διαμοιρασμός ιδεών, απόψεων και προβολή εαυτού*». Ο τέταρτος παράγοντας αφορά στο βαθμό βοήθειας που προσφέρει το Instagram όταν σκοπός της χρήσης τους είναι η ικανοποίηση αναγκών που αφορούν στην κοινωνική ζωή τους σχετικά με την έκφραση των συναισθημάτων τους και τον συντονισμό κοινωνικών εκδηλώσεων. Ο παράγοντας αυτός ονομάστηκε «*Έκφραση συναισθημάτων και συντονισμός κοινωνικών εκδηλώσεων*». Τέλος, ο πέμπτος παράγοντας αφορά στο βαθμό βοήθειας που προσφέρει το Instagram όταν σκοπός της χρήσης τους είναι η ικανοποίηση αναγκών που αφορούν στη λήψη πληροφοριών. Ο παράγοντας αυτός ονομάστηκε «*Λήψη πληροφοριών*». Παρόλο η τυπολογία των κινήτρων αναφέρεται με διαφορετικό τρόπο στην παρούσα έρευνα, τα αποτελέσματα της συμφωνούν, κατά βάση, με τα αποτελέσματα των ερευνών που υποστηρίζουν ως βασικά κίνητρα για τη χρήση του Instagram την παρακολούθηση/γνώση για τους άλλους (Sheldon & Bryant, 2016; Sallem & Ma, 2017), την αυτοπαρουσίαση (Ting, 2014; Oloo, 2013).

Από τα αποτελέσματα διαφαίνεται πως τα κίνητρα για τη χρήση του Facebook είναι πιο διακριτά, ενώ τα κίνητρα για τη χρήση του Instagram δείχνουν να συγχέονται. Το Instagram αποτελεί ένα νέο μέσο επικοινωνίας, το οποίο εξελίσσεται συνεχώς και συνδιαμορφώνονται και τα κίνητρα για τη χρήση του.

8.3 Συγκριτική ανάλυση μεταξύ Facebook και Instagram

Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, οι έρευνες που αφορούν στο Instagram είναι περιορισμένες. Σε μια έρευνα που συμμετείχαν 7.809 χρήστες από 18-64 από έξι χώρες (Αυστραλία Ιαπωνία, Ηνωμένο Βασίλειο, ΗΠΑ, Βραζιλία και Γαλλία) που διεξήγαγε το Facebook για τη διερεύνηση της διαφοροποίησης σε σχέση με τα κίνητρα για τη χρήση του Facebook και του Instagram, βρέθηκε πως η κάθε ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης ικανοποιεί ανάγκες σε διαφορετικό βαθμό. Για παράδειγμα, για τους χρήστες που χρησιμοποιούν και τις δύο ιστοσελίδες στον ίδιο βαθμό, το Facebook ικανοποιεί περισσότερο τις ανάγκες των χρηστών για ενδυνάμωση, αναγνώριση και σύνδεση ενώ το Instagram ικανοποιεί περισσότερο την επιθυμία τους για διασκέδαση, ξεκούραση και ανακάλυψη. Επίσης, στο Instagram οι χρήστες μπορούν να ακολουθήσουν διάσημους (celebrities) να έχουν έμπνευση και να δημιουργήσουν και να μεταφερθούν εικονικά σε νέα μέρη, σε αντίθεση με το Facebook που η βασική του χρήση είναι η σύνδεση με την οικογένεια και τους φίλους (Facebook IQ, 2016).

Τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας δείχνουν ότι το Facebook χρησιμοποιείται κατά κύριο λόγο για την ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων, ενώ σε κάποιο βαθμό χρησιμοποιείται για τη λήψη πληροφοριών, την ακαδημαϊκή ζωή και τον συντονισμό των κοινωνικών εκδηλώσεων.

Αντίθετα, από τα αποτελέσματα προκύπτει ότι το Facebook χρησιμοποιείται σε αρκετά μικρότερο βαθμό για την έκφραση των συναισθημάτων και την αυτοπροβολή.

Το Instagram χρησιμοποιείται κατά κύριο λόγο για τον διαμοιρασμό ιδεών, απόψεων και την αυτοπροβολή, ενώ σε κάποιο βαθμό χρησιμοποιείται για τη λήψη πληροφοριών και την ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων. Αντίθετα, από τα αποτελέσματα προκύπτει ότι το Instagram χρησιμοποιείται ελάχιστα για την ακαδημαϊκή ζωή, για την έκφραση των συναισθημάτων, το συντονισμό των κοινωνικών εκδηλώσεων και την ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων.

Από τα αποτελέσματα προκύπτει πως παρόλο που τα δύο μέσα διαθέτουν αρκετά κοινά χαρακτηριστικά όσον αφορά στη χρήση τους διαφοροποιούνται αρκετά σε σχέση με τα κίνητρα προς χρήση. Το Facebook χρησιμοποιείται περισσότερο για την διαπροσωπική επικοινωνία των φοιτητών/τριών και για την ακαδημαϊκή ζωή τους ενώ το Instagram περισσότερο για τον διαμοιρασμό ιδεών, απόψεων και την αυτοπροβολή. Τα αποτελέσματα της έρευνας φανερώνουν πως η νέα γενιά της χιλιετηρίδας αποτελεί τη δημογραφική ομάδα που ενδιαφέρεται περισσότερο για περιεχόμενο βίντεο και φωτογραφίας και επιλέγει να χρησιμοποιεί περισσότερο το Instagram, το οποίο βασίζεται στην εικόνα και το οπτικό ερέθισμα από το Facebook.

8.4 Κοινωνικο-δημογραφικά χαρακτηριστικά των φοιτητών/τριών

Το κοινωνικό φύλο (gender) αποτελεί έναν παράγοντα, ο οποίος επηρεάζει τη επιλογή και χρήση των διαφόρων εφαρμογών της επικοινωνίας μέσω υπολογιστή. Οι περισσότερες έρευνες διαπιστώνουν πως τα στερεότυπα που είναι συνδεδεμένα με τον κοινωνικό ρόλο των φύλων και η

σχέση του κοινωνικού φύλου με την τεχνολογία επηρεάζουν τόσο την επιλογή και τη χρήση των διαφόρων εφαρμογών της επικοινωνίας μέσω υπολογιστή για τις ικανοποιήσεις των επικοινωνιακών αναγκών, όσο και τις ίδιες τις ανάγκες που ικανοποιούν τα άτομα με την χρήση της (Boneva et al., 2001; Wasserman & Richmond-Abbott, 2005; Rainie et al., 2000; Sherman et al., 2000).

Τα αποτελέσματα ερευνών δείχνουν πως οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης προσελκύουν περισσότερο το γυναικείο φοιτητικό πληθυσμό, από ότι τον ανδρικό. Σε μια έρευνα, που αφορούσε την έμφυλη συμπεριφορά στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, διαπιστώθηκε ότι παρόλο που οι άνδρες χρησιμοποιούσαν πιο πολύ το διαδίκτυο, οι γυναίκες συμμετείχαν περισσότερο στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης. Τα κίνητρα για την χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στις γυναίκες ήταν η διατήρηση επαφής με τους φίλους/ες τους, ενώ τα κίνητρα για την χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης στους άνδρες ήταν η γνωριμία με νέα άτομα (Tufekci & Spence, 2008). Σε άλλη έρευνα που διεξήχθη για τη διερεύνηση των κινήτρων που οδηγούν στη χρήση του Myspace και Facebook, οι φοιτητές δήλωσαν πως τις χρησιμοποιούν για κλείσουν ραντεβού και για να ενημερωθούν για διάφορα κοινωνικά γεγονότα περισσότερο από τις φοιτήτριες (Raacke & Bonds-Raacke, 2008). Τα αποτελέσματα έρευνας, που διεξήχθη στα τρία τμήματα της Σχολής Διοίκησης του Πανεπιστήμιου Αιγαίου με δείγμα 195 φοιτητές/τριες, για τη διερεύνηση των έμφυλων διαφοροποιήσεων ως προς τα κίνητρα, τα οποία έχουν σχέση με την κοινωνική ζωή και οδηγούν στη χρήση των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης, φανερώνουν πως δεν υπάρχουν έμφυλες διαφοροποιήσεις ως προς το σύνολο των κινήτρων αλλά βρέθηκε διαφοροποίηση, ως προς τα κίνητρα για την ακαδημαϊκή χρήση. Οι φοιτητές δήλωσαν περισσότερο από τις φοιτήτριες πως χρησιμοποιούν τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης γιατί τις θεωρούν βοηθητικές για την ικανοποίηση αναγκών, οι οποίες έχουν σχέση με την ακαδημαϊκή τους ζωή (Brocharίδου, 2009).

Στην παρούσα έρευνα προέκυψαν συνολικά τρεις σημαντικές διαφορές μεταξύ φοιτητών και φοιτητριών όπου μπορεί να διαφανεί ο ρόλος του κοινωνικού φύλου. Αναλυτικότερα παρατηρήθηκε σημαντική διαφορά μεταξύ φοιτητών και φοιτητριών στην διάσταση της λήψης πληροφοριών για το Instagram, με τους φοιτητές να θεωρούν πιο χρήσιμο το Instagram για τη λήψη πληροφοριών σε σύγκριση με τις φοιτήτριες. Επιπλέον, οι άντρες φοιτητές εκφράζουν υψηλότερη γεφύρωση κοινωνικού κεφαλαίου και υψηλότερη κοινωνικότητα.

Όσον αφορά τις διαφοροποιήσεις των φοιτητών/τριών ως προς το έτος σπουδών των φοιτητών/τριών σχετικά με την (α) κοινωνική και ακαδημαϊκή χρησιμότητα του Facebook και του Instagram, (β) την κοινωνικότητα (γ) τη σύνδεση του κοινωνικού κεφαλαίου, (δ) τη γεφύρωση του κοινωνικού κεφαλαίου και (ε) την αίσθηση της κοινότητας προέκυψε μόνο μια σημαντική διαφορά μεταξύ φοιτητών/τριών διαφορετικών ετών στην διάσταση της γεφύρωσης του κοινωνικού κεφαλαίου.

Οι φοιτητές από το 5^ο έτος και άνω εκφράζουν χαμηλότερη σύνδεση κοινωνικού κεφαλαίου σε σύγκριση με τους φοιτητές έως το 4^ο έτος, πιθανόν γιατί δεν διατηρούν την ίδια σχέση με το πανεπιστημιακό τους τμήμα όσον αφορά την παρακολούθηση μαθημάτων κτλ.

Όσον αφορά τις διαφοροποιήσεις των φοιτητών/τριών ως προς τη συχνότητα χρήσης του Facebook σχετικά με την (α) κοινωνική και ακαδημαϊκή χρησιμότητα του Facebook (β) την κοινωνικότητα (γ) τη σύνδεση του κοινωνικού κεφαλαίου, (δ) τη γεφύρωση του κοινωνικού κεφαλαίου και (ε) την αίσθηση της κοινότητας προέκυψαν συνολικά τρεις σημαντικές διαφορές ως προς τη συχνότητα χρήσης του Facebook. Αναλυτικότερα παρατηρήθηκε σημαντική διαφορά στην διάσταση της ανταλλαγής πληροφοριών και απόψεων στο Facebook, στην έκφραση συναισθημάτων και προβολή εαυτού στο Facebook και στην λήψη πληροφοριών στο Facebook. Οι φοιτητές που

χρησιμοποιούν το Facebook 6 ή περισσότερες φορές την ημέρα θεωρούν ότι το Facebook είναι αρκετά χρήσιμο για την ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων, για την έκφραση συναισθημάτων, προβολή εαυτού και λήψη πληροφοριών σε σύγκριση με τους φοιτητές που χρησιμοποιούν το Facebook έως 6 φορές την ημέρα. Διαφαίνεται από τα αποτελέσματα πως η συχνότητα χρήσης του Facebook από τους φοιτητές/τριες σχετίζεται με την αντίληψή τους για τη χρησιμότητά του Facebook για την κάλυψη των αναγκών.

Όσον αφορά τις διαφοροποιήσεις των φοιτητών/τριών ως προς τη συχνότητα χρήσης του Instagram σχετικά με την (α) κοινωνική και ακαδημαϊκή χρησιμότητα του Instagram, (β) την κοινωνικότητα (γ) τη σύνδεση του κοινωνικού κεφαλαίου, (δ) τη γεφύρωση του κοινωνικού κεφαλαίου και (ε) την αίσθηση της κοινότητας προέκυψαν τέσσερις σημαντικές διαφορές.

Αναλυτικότερα παρατηρήθηκε σημαντική διαφορά στην διάσταση της ανταλλαγής πληροφοριών και απόψεων στο Instagram, στον διαμοιρασμό ιδεών, απόψεων και προβολή τους εαυτού στο Instagram, στην έκφραση συναισθημάτων και συντονισμό κοινωνικών εκδηλώσεων και στην λήψη πληροφοριών. Επιπλέον, παρατηρήθηκε σημαντική διαφορά στην σύνδεση του κοινωνικού κεφαλαίου και στην γεφύρωση κοινωνικού κεφαλαίου ως προς τη συχνότητα χρήσης του Instagram. Οι φοιτητές/τριες που χρησιμοποιούν το Instagram σχεδόν συνέχεια θεωρούν ότι το Instagram είναι αρκετά χρήσιμο για την ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων, τον διαμοιρασμό ιδεών, απόψεων και προβολή τους εαυτού στο Instagram, την έκφραση συναισθημάτων και συντονισμό κοινωνικών εκδηλώσεων και για την λήψη πληροφοριών. σε σύγκριση με τους φοιτητές που χρησιμοποιούν το Instagram ορισμένες φορές την ημέρα. Διαφαίνεται από τα αποτελέσματα πως η συχνότητα χρήσης του Instagram από τους φοιτητές/τριες σχετίζεται την αντίληψή τους για τη χρησιμότητά του Instagram για την κάλυψη των αναγκών.

Επίσης, από τα αποτελέσματα προκύπτει ότι φοιτητές που χρησιμοποιούν το Instagram 3-6 φορές την ημέρα έχουν υψηλότερη σύνδεση και γεφύρωση κοινωνικού κεφαλαίου σε σύγκριση με τους φοιτητές που χρησιμοποιούν το Instagram 6 ή περισσότερες φορές την ημέρα ή 1-3 φορές την ημέρα.

8.5 Συμπεράσματα από το Μοντέλο Δομικών Εξισώσεων

8.5.1 Συμπεράσματα από το Μοντέλο Δομικών Εξισώσεων για το Facebook

Η απόρριψη μεγάλου αριθμού υποθέσεων, που προέκυψαν από τα ερευνητικά ερωτήματα, στο αρχικό Μοντέλο Δομικών Εξισώσεων είχε αρνητικό αντίκτυπο στη συνολική αξιοπιστία του και δεν βρέθηκε να έχει ικανοποιητική προσαρμογή στα εμπειρικά δεδομένα αφού σχεδόν όλοι οι δείκτες ήταν εκτός «επιθυμητών» ορίων. Το μοντέλο τροποποιήθηκε σύμφωνα τους κατάλληλους δείκτες που παρήχθησαν από το AMOS (modification indexes) και τα αποτελέσματα υποδεικνύουν ότι όλες οι επιδράσεις είναι στατιστικά σημαντικές.

α) Σχέση της συχνότητας χρήσης του Facebook με τις αντιλήψεις των φοιτητών/τριών για την κοινωνική και ακαδημαϊκή χρησιμότητα του Facebook

Σύμφωνα με το Pew Research Center το ποσοστό που κάνει τη μεγαλύτερη χρήση του Facebook συνεχίζει να βρίσκεται ηλικιακά ανάμεσα στο 18^ο και 24^ο έτος (Pew Research Center, 2018). Οι λόγοι, που καθιστούν το Facebook ένα ιδιαίτερα δημοφιλές εργαλείο για την δικτύωση του Πανεπιστημίου, έχουν σχέση με τις δυνατότητες που προσφέρει για μεγάλο εύρος ανταλλάξιμων πληροφοριών, για ορατά κοινωνικά δίκτυα, για ενημέρωση σχετική με τα μαθήματα, για αποστολή

μηνυμάτων προς όλους τους χρήστες, για άμεση επικοινωνία με τη χρήση της υπηρεσίας άμεσης ανταλλαγής μηνυμάτων, η οποία προσφέρεται από το Facebook (Agraz, 2004).

Συγκεκριμένα από τα αποτελέσματα προκύπτει πως η *συχνότητα χρήσης του Facebook* επηρεάζει θετικά την *ανταλλαγή πληροφοριών/απόψεων και τη λήψη πληροφοριών*. Στην παρούσα έρευνα οι φοιτητές/τριες δήλωσαν στην πλειονότητα τους πως συνδέονται στο Facebook τρεις με έξι φορές ημερησίως και η συχνότητα χρήσης επηρεάζει θετικά την ανταλλαγή πληροφοριών/απόψεων και τη λήψη πληροφοριών. Προκύπτει, λοιπόν, πως η συχνότητα που χρησιμοποιούν το Facebook οι φοιτητές/τριες σχετίζεται με τη διαπροσωπική τους επικοινωνία (ανταλλαγή πληροφοριών/απόψεων) και τη λήψη πληροφοριών και τα αποτελέσματα της έρευνας είναι σε συμφωνία με τα αποτελέσματα άλλων ερευνών (Karimi et al., 2014; Ku et al., 2013) και την έρευνα των Ellison et al., (2011) που τα αποτελέσματά της δείχνουν πως η χρήση του Facebook από τους φοιτητές για να λάβουν πληροφορίες «κοινωνικού τύπου» (για παράδειγμα για να μάθουν περισσότερα πράγματα για άτομα με τα οποία διατηρούν σχέσεις και εκτός δικτύου) είχε σχέση με την αύξηση του κοινωνικού κεφαλαίου.

Επιπροσθέτως, τα αποτελέσματα φανερώνουν και επιδράσεις μεταξύ των κινήτρων/μεταβλητών. Η χρήση του Facebook για λόγους «Ανταλλαγής πληροφοριών και απόψεων» επηρεάζει θετικά την χρήση του Facebook για λόγους «Έκφρασης συναισθημάτων και αυτοπροβολή» και η χρήση του Facebook για λόγους «Λήψης πληροφοριών» επηρεάζει θετικά την χρήση του Instagram για λόγους «Έκφρασης συναισθημάτων και αυτοπροβολή» επηρεάζει θετικά την χρήση του Facebook για «Λήψη πληροφοριών και «Συντονισμό κοινωνικών εκδηλώσεων». Οι επιδράσεις των κινήτρων/μεταβλητών μεταξύ τους φανερώνουν τις διάφορες αλληλεπικαλυπτόμενες κοινωνικές ανάγκες που καλύπτουν οι φοιτητές/τριες με τη χρήση του Facebook.

β) Σχέση του αριθμού «φίλων» του Facebook με τις αντιλήψεις των φοιτητών/τριών για την κοινωνική και ακαδημαϊκή χρησιμότητα του Facebook

Τα άτομα με μεγάλη εξωστρέφεια ή τα άτομα που είναι πιο άνετα σε κοινωνικές συνθήκες είναι πιθανόν να χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για να επεκτείνουν τα κοινωνικά τους δίκτυα και να αυξήσουν την ποιότητα των φιλικών τους σχέσεων, σύμφωνα με την υπόθεση «*Ο πλούσιος/οι γίνονται πλουσιότερος/οι*» (The Rich Get Richer Hypothesis) (Kraut et al., 2002; Peter et al., 2005). Σύμφωνα με αυτή την υπόθεση τα άτομα που είναι εξωστρεφή και έχουν έντονες κοινωνικές δεξιότητες μοιράζονται πιο εύκολα την ευχαρίστησή τους και μπορούν πιο εύκολα να ζητήσουν βοήθεια στο διαδίκτυο και γι' αυτό το λόγο διατηρούν επιπλέον κοινωνική υποστήριξη και μεγαλύτερη ευχαρίστηση στη ζωή διαμέσου του διαδικτύου (Lei & Liu, 2005; Selfhout et al., 2009; Desjarlais & Willoughby, 2010; Khan et al., 2016). Σύμφωνα με την *υπόθεση κοινωνικής αύξησης* (Social Enhancement Hypothesis) τα άτομα, τα οποία διατηρούν μεγαλύτερα κοινωνικά δίκτυα εκτός διαδικτύου, τα εμπλουτίζουν με μεγαλύτερα διαδικτυακά κοινωνικά δίκτυα (Valkenburg, Schouten, & Peter, 2005).

Τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας υποστηρίζουν την υπόθεση «*Ο πλούσιος/οι γίνονται πλουσιότερος/οι*» (The Rich Get Richer Hypothesis), όπως και την παρόμοια *υπόθεση της κοινωνικής αύξησης* καθώς δείχνουν πως ο αριθμός των «φίλων» στο Facebook επηρεάζει θετικά τη λήψη πληροφοριών, το συντονισμό κοινωνικών εκδηλώσεων και τη γεφύρωση του κοινωνικού κεφαλαίου. Η γεφύρωση του κοινωνικού κεφαλαίου συμβαίνει ανάμεσα σε άτομα που διατηρούν χαλαρούς δεσμούς και αυτός ο τύπος κοινωνικού κεφαλαίου τους παράσχει πρόσβαση σε νέα πληροφορία ή νέες προοπτικές αλλά τυπικά δεν παράσχει συναισθηματική υποστήριξη (Putnam, 2001).

Τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας συμφωνούν με τα αποτελέσματα της έρευνας των Ellison et al., (2011) που δείχνουν πως η χρήση του Facebook από τους φοιτητές για να λάβουν πληροφορίες «κοινωνικού τύπου» (για παράδειγμα για να μάθουν περισσότερα πράγματα για άτομα με τα οποία διατηρούν σχέσεις και εκτός δικτύου) είχε σχέση με την αύξηση του κοινωνικού κεφαλαίου, ή με τη διατήρηση και εξέλιξη του κοινωνικού τους, πιθανόν, γιατί το Facebook επιτρέπει στους χρήστες του να διατηρήσουν έναν μεγαλύτερο αριθμό αδύναμων δεσμών (weak ties) στα κοινωνικά τους δίκτυα (Ellison et al., 2007, Gil de Zúñiga et al., 2012).

γ) Σχέση των αντιλήψεων των φοιτητών/τριών για την κοινωνική χρησιμότητα (ανταλλαγή πληροφοριών/απόψεων, έκφραση συναισθημάτων, λήψη πληροφοριών και συντονισμό κοινωνικών εκδηλώσεων) και ακαδημαϊκή χρησιμότητα (ακαδημαϊκή ζωή) του Facebook με την κοινωνικότητα των φοιτητών/τριών.

Ο Castells (1998, σ. 23) υποστηρίζει πως οι χρήστες του διαδικτύου είναι στην πλειονότητά τους πιο κοινωνικοί, έχουν περισσότερους φίλους και επαφές και είναι πιο ενεργοί πολιτικά από τους μη χρήστες. Τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας συμφωνούν με τη θεωρία των κοινωνικών δικτύων που υποστηρίζει ότι η κοινωνική συμπεριφορά και επικοινωνία επηρεάζονται από τον τύπο των δεσμών που διατηρούν τα άτομα. Συγκεκριμένα, υποστηρίζει πως όσο περισσότερο κοινωνικά συνδεδεμένα είναι τα άτομα, τόσο πιο πολύ επικοινωνούν με την χρήση διάφορων μέσων επικοινωνίας και ότι η επικοινωνία μέσω υπολογιστή συμπληρώνει και επεκτείνει τις παραδοσιακές κοινωνικές συμπεριφορές χωρίς απαραίτητα να τις αυξάνει ή να τις μειώνει (Bakulev, 2004).

Σύμφωνα με τους Dimmick et al. (2000) η επιλογή του τρόπου χρήσης του διαδικτύου για κοινωνική διάδραση επηρεάζεται από παράγοντες όπως είναι διαπροσωπικές τους σχέσεις, η γεωγραφική απόσταση και η προϋπάρχουσα κοινωνικότητα των ατόμων. Η κοινωνικότητα των χρηστών αποτελεί παράγοντα που επηρεάζει τη χρήση του Facebook, καθώς τα αποτελέσματα μιας έρευνας για το Facebook δείχνουν πως οι χρήστες του Facebook έχουν μεγαλύτερα κοινωνικά δίκτυα από τους μη χρήστες και ότι η χρήση του Facebook τους βοηθάει να διατηρήσουν τα κοινωνικά τους δίκτυα (Brailovskaia & Margraf, 2016).

Τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας δείχνουν πως η *κοινωνικότητα* των φοιτητών/τριών επηρεάζεται θετικά από τη μεταβλητή/κίνητρο «*συντονισμός κοινωνικών εκδηλώσεων*». Επιπλέον, ο *αριθμός των «φίλων»* στο Facebook επηρεάζει θετικά τη μεταβλητή της κοινωνικής χρησιμότητας του Facebook «*συντονισμός κοινωνικών εκδηλώσεων*», η οποία στη συνέχεια επηρεάζει θετικά την *κοινωνικότητα* των φοιτητών/τριών.

γ) Σχέση της κοινωνικότητας των φοιτητών/τριών με τη «σύνδεση κοινωνικού κεφαλαίου», τη «γεφύρωση κοινωνικού κεφαλαίου» και την «αίσθηση της κοινότητας».

Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, σύμφωνα με τους Dimmick et al. (2000) η επιλογή του τρόπου χρήσης του διαδικτύου για κοινωνική διάδραση επηρεάζεται από παράγοντες όπως είναι οι διαπροσωπικές τους σχέσεις, η γεωγραφική απόσταση και η προϋπάρχουσα κοινωνικότητα των ατόμων.

Τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας φανερώνουν πως η «*κοινωνικότητα*» των φοιτητών/τριών επηρεάζει άμεσα το «*κοινωνικό κεφάλαιο*» και την «*αίσθηση της κοινότητας*» με το Πανεπιστημιακό Τμήμα φοίτησης. Όπως αναφέρθηκε και στο θεωρητικό μέρος της παρούσας

μελέτης, η «αίσθηση της κοινότητας» μαζί με το «κοινωνικό κεφάλαιο» μπορούν να διευρύνουν την κατανόησή μας για την κοινότητα.

Από τα αποτελέσματα της έρευνας φαίνεται η κοινωνικότητα των φοιτητών/τριών να επηρεάζεται θετικά από το «*συντονισμό κοινωνικών εκδηλώσεων*» που λειτουργεί ως ενδιάμεση μεταβλητή ανάμεσα στον αριθμό των «*φίλων*» στο Facebook και την «*κοινωνικότητα*». Επιπλέον, η «*κοινωνικότητα*» επηρεάζει έμμεσα και την «*γεφύρωση κοινωνικού κεφαλαίου*» διαμέσου της «*αίσθησης της κοινότητας*».

Επιπλέον, από τα αποτελέσματα προκύπτει πως η χρήση του Facebook για λόγους *ακαδημαϊκής ζωής* επηρεάζει θετικά τη *σύνδεση κοινωνικού κεφαλαίου* με το Πανεπιστημιακό Τμήμα όπου φοιτούν. Επιπροσθέτως, η μεταβλητή «*ακαδημαϊκή ζωή*» επηρεάζει και μεταβλητές της κοινωνικής χρησιμότητας του Facebook, όπως την «*ανταλλαγή πληροφοριών*», τη *λήψη πληροφοριών*», το «*συντονισμό κοινωνικών εκδηλώσεων*» παρουσιάζοντας έτσι μια σύνδεση και αλληλεπίδραση των φοιτητών/τριών σε κοινωνικό και ακαδημαϊκό επίπεδο στην πανεπιστημιακή τους κοινότητα. Η μεταβλητή «*ακαδημαϊκή ζωή*» επηρεάζει έμμεσα (μέσω της μεταβλητής «*σύνδεση κοινωνικού κεφαλαίου*») και την μεταβλητή «*αίσθηση της κοινότητας*» με το Πανεπιστημιακό Τμήμα φοίτησης.

Τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας συμφωνούν με τα ευρήματα της έρευνας του Boogart (2006) που δείχνουν πως η χρήση του Facebook είχε θετική συσχέτιση με αισθήματα σύνδεσης με το πανεπιστήμιο. Επιπλέον, τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας συμφωνούν με τα αποτελέσματα της έρευνας των Vrocharidou et al., (2010) που αφορούσε στη διερεύνηση των αντιλήψεων των φοιτητών σχετικά με τη χρησιμότητα του Facebook για ακαδημαϊκούς λόγους, και τη συσχέτιση των αντιλήψεων αυτών με την αίσθηση της κοινότητας που βιώνουν για το Πανεπιστημιακό τους Τμήμα. Συγκεκριμένα τα αποτελέσματά της έρευνάς τους έδειξαν πως: (α)

οι φοιτητές με μεγάλο βαθμό διαφωνίας σχετικά με τη συμμετοχή τους στις αποφάσεις του Πανεπιστημίου, εμφάνισαν την ίδια τάση σχετικά με τη χρησιμότητα του Facebook για την επικοινωνία με το προσωπικό του Πανεπιστημίου, και αντίθετως (β) οι φοιτητές με μεγάλο βαθμό συμφωνίας για το εάν έχουν καλούς δεσμούς με τους άλλους στο πανεπιστήμιο, εμφάνισαν την ίδια τάση συμφωνίας με τη χρησιμότητα του Facebook για την ανταλλαγή πληροφοριών για θέματα σχετικά με τις σπουδές τους, και για ανταλλαγή πληροφοριών για γεγονότα και νέα του Πανεπιστημίου.

Τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας, είναι σε αντίθεση με τον προβληματισμό που υποστηρίζει ότι η ενασχόληση με το Facebook να απομακρύνει τους φοιτητές από σημαντικά στοιχεία της πανεπιστημιακής ζωής (Sidman, 2005, Junco & Cotten, 2012) και συνδέεται με τη δημιουργία ψευδών κοινοτήτων και επιφανειακών σχέσεων (Marche, 2012). Αντίθετως, τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας υποστηρίζουν πως σε πανεπιστημιακές μικρές κοινότητες, όπου υπάρχει μεγάλη διάδραση σε κοινωνικό και ακαδημαϊκό επίπεδο εκτός διαδικτύου, η διάδραση αυτή μεταφέρεται και στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, όπως είναι το Facebook και επιδρά θετικά στο κοινωνικό κεφάλαιο και την αίσθηση της κοινότητας των φοιτητών/τριών με το Πανεπιστημιακό Τμήμα φοίτησης. Η αίσθηση της κοινότητας αποτελεί σημαντικό παράγοντα για την παραμονή και συμμετοχή των φοιτητών/τριών στο πανεπιστήμιο. Οι Hausmann et al. (2007) περιέγραψαν την αίσθηση του «ανήκειν» σαν το σημαντικότερο παράγοντα για την παραμονή των φοιτητών στο Πανεπιστήμιο και καθόρισαν την αίσθηση αυτή πρωταρχικά ως κοινωνική και πιο σημαντική από άλλους δημογραφικούς και ακαδημαϊκούς παράγοντες. Ένα καλό εκπαιδευτικό περιβάλλον απαιτεί, ανάμεσα σε άλλα πράγματα, μια υγιή και ενεργό κοινότητα, στην οποία τα μέλη της θα έχουν την αίσθηση του «ανήκειν», θα εκπληρώνονται οι κοινωνικές, πνευματικές και εκπαιδευτικές τους ανάγκες και θα αισθάνονται περηφάνια για την κοινότητά τους.

8.5.2 Συμπεράσματα από το Μοντέλο Δομικών Εξισώσεων για το Instagram

Η απόρριψη μεγάλου αριθμού υποθέσεων, που βασίστηκαν στα ερευνητικά ερωτήματα της παρούσας μελέτης, στο αρχικό Μοντέλο Δομικών Εξισώσεων είχε αρνητικό αντίκτυπο στη συνολική αξιοπιστία του και δεν βρέθηκε να έχει ικανοποιητική προσαρμογή στα εμπειρικά δεδομένα αφού σχεδόν όλοι οι δείκτες ήταν εκτός «επιθυμητών» ορίων. Το μοντέλο τροποποιήθηκε σύμφωνα τους κατάλληλους δείκτες που παρήχθησαν από το AMOS (modification indexes) και τα αποτελέσματα υποδεικνύουν ότι όλες οι επιδράσεις είναι στατιστικά σημαντικές.

α) Σχέση ανάμεσα στη συχνότητα χρήσης του Instagram με τις αντιλήψεις των φοιτητών/τριών για την κοινωνική και ακαδημαϊκή χρησιμότητα του Instagram

Η έρευνα για το Instagram είναι ακόμη σε εμβρυακό στάδιο καθώς αποτελεί μια εφαρμογή η οποία εμφανίστηκε τα τελευταία χρόνια. Οι ελάχιστες έρευνες, μέχρι τώρα, που αφορούν στη χρήση του Instagram δείχνουν πως οι φοιτητές αναλώνουν περισσότερο χρόνο στο Instagram και το Snapchat και λιγότερο στο Facebook και το Twitter. Οι φοιτητές δήλωσαν μεγαλύτερη ένταση χρήσης (μια διάσταση που περιέχει περισσότερο συναισθηματικές και γνωστικές στάσεις) του Instagram και Snapchat απ' ότι του Facebook και του Twitter (Sallem & Ma 2017). Επίσης, τα αποτελέσματα της ίδιας έρευνας (Sallem & Ma 2017) φανερόνουν, πως το σημαντικότερο κίνητρο για τη χρήση του Instagram ήταν η παρακολούθηση (surveillance). Σε άλλη έρευνα, τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν πως τα κίνητρα είχαν θετική συσχέτιση με τη χρήση του Instagram και ειδικά με το κίνητρο της αυτοπαρουσίασης, καθώς και ο αριθμός των ακολούθων (followers) βρέθηκε να έχει θετική συσχέτιση με τη χρήση του Instagram και την αυτοπαρουσίαση (Ting, 2014).

Από τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας προκύπτει πως η «*συχνότητα χρήσης του Instagram*» επηρεάζει θετικά τις μεταβλητές/κίνητρα της «*ανταλλαγής πληροφοριών και απόψεων*», της «*λήψης πληροφοριών*» και το «*διαμοιρασμό ιδεών και την αυτοπροβολή*». Φαίνεται πως τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας να συγκλίνουν με τα αποτελέσματα των ανωτέρω ερευνών για το Instagram καθώς συνδέεται η συχνότητα χρήσης του με το κίνητρο της παρακολούθησης (surveillance) (Sallem & Ma 2017) το οποίο είναι παρόμοιο με το κίνητρο/μεταβλητή της παρούσας έρευνας «*λήψη πληροφοριών*», όπως και με το κίνητρο/μεταβλητή «*διαμοιρασμός απόψεων/αυτοπροβολή*», το οποίο είναι παρόμοιο με το κίνητρο της αυτοπαρουσίασης (Ting, 2014).

Επιπροσθέτως, τα αποτελέσματα φανερώνουν και επιδράσεις μεταξύ των κινήτρων/μεταβλητών. Η χρήση του Instagram για λόγους «*ανταλλαγής πληροφοριών και απόψεων*» επηρεάζει θετικά την χρήση του Instagram για λόγους «*λήψης πληροφοριών*». Η χρήση του Instagram για λόγους «*λήψης πληροφοριών*» επηρεάζει θετικά την χρήση του Instagram για λόγους «*έκφρασης συναισθημάτων και συντονισμού κοινωνικών εκδηλώσεων*», και την χρήση του Instagram για «*διαμοιρασμό ιδεών και την αυτοπροβολή*». Η χρήση του Instagram για διαμοιρασμό ιδεών και την αυτοπροβολή επηρεάζει θετικά τη χρήση του Instagram για «*έκφραση συναισθημάτων και συντονισμό κοινωνικών εκδηλώσεων*». Οι επιδράσεις των κινήτρων μεταβλητών μεταξύ τους φανερώνουν τις διάφορες αλληλεπικαλυπτόμενες κοινωνικές ανάγκες που καλύπτουν οι φοιτητές/τριες με τη χρήση του Instagram.

β) Σχέση του αριθμού των «followers» του Instagram με τις αντιλήψεις των φοιτητών/τριών για την κοινωνική και ακαδημαϊκή χρησιμότητα του Facebook.

Οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης δίνουν τη δυνατότητα στους χρήστες να δημιουργήσουν και να διατηρήσουν τα διάφορα κοινωνικά τους δίκτυα, άρα να συνεισφέρουν και στο κοινωνικό κεφάλαιο των χρηστών. Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, τα άτομα με μεγάλη εξωστρέφεια ή τα άτομα που είναι πιο άνετα σε κοινωνικές συνθήκες είναι πιθανόν να χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για να επεκτείνουν τα κοινωνικά τους δίκτυα και να αυξήσουν την ποιότητα των φιλικών τους σχέσεων, σύμφωνα με την υπόθεση «Ο πλούσιος/οι γίνονται πλουσιότερος/οι (The Rich Get Richer Hypothesis) (Kraut et al., 2002; Peter et al., 2005). Σύμφωνα με αυτή την υπόθεση τα άτομα που είναι εξωστρεφή και έχουν έντονες κοινωνικές δεξιότητες μοιράζονται πιο εύκολα την ευχαρίστησή τους και μπορούν πιο εύκολα να ζητήσουν βοήθεια στο διαδίκτυο και γι' αυτό το λόγο διατηρούν επιπλέον κοινωνική υποστήριξη και μεγαλύτερη ευχαρίστηση στη ζωή διαμέσου του διαδικτύου (Lei & Liu, 2005; Selfhout et al., 2009; Desjarlais & Willoughby, 2010; Khan et al., 2016).

Από τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας προκύπτει ο αριθμός των «followers» στο Instagram επηρεάζει θετικά την χρήση του Instagram για την «ακαδημαϊκή ζωή» την χρήση του Instagram για τον «διαμοιρασμό ιδεών και την αυτοπροβολή» και την κοινωνικότητα. Επιπλέον, ο αριθμός των «followers» στο Instagram επηρεάζει, διαμέσου της κοινωνικότητας, τη σύνδεση του κοινωνικού κεφαλαίου και την αίσθηση της κοινότητας με το Πανεπιστημιακό Τμήμα. Η σύνδεση του κοινωνικού κεφαλαίου επηρεάζει στη συνέχεια τη γεφύρωση του κοινωνικού κεφαλαίου και την αίσθηση της κοινότητας με το Πανεπιστημιακό Τμήμα. Τέλος, τα αποτελέσματα συμφωνούν με την υπόθεση «Ο πλούσιος/οι γίνονται πλουσιότερος/οι (The Rich Get Richer Hypothesis) που υποστηρίζει πως τα άτομα με μεγάλη εξωστρέφεια ή τα άτομα που είναι πιο άνετα σε κοινωνικές συνθήκες είναι πιθανόν να χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για να επεκτείνουν τα κοινωνικά τους δίκτυα και να αυξήσουν την ποιότητα των φιλικών τους σχέσεων (Kraut et al., 2002; Peter et al., 2005).

γ) Σχέση των αντιλήψεων των φοιτητών/τριών για την κοινωνική χρησιμότητα (ανταλλαγή πληροφοριών/απόψεων, έκφραση συναισθημάτων, λήψη πληροφοριών και συντονισμό κοινωνικών εκδηλώσεων) και ακαδημαϊκή χρησιμότητα (ακαδημαϊκή ζωή) του Instagram με την κοινωνικότητα των φοιτητών/τριών.

Τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας συμφωνούν με τη θεωρία των κοινωνικών δικτύων που υποστηρίζει ότι η κοινωνική συμπεριφορά και επικοινωνία επηρεάζονται από των τύπο των δεσμών που διατηρούν τα άτομα. Συγκεκριμένα, η θεωρία των κοινωνικών δικτύων υποστηρίζει πως όσο περισσότερο κοινωνικά συνδεδεμένα είναι τα άτομα, τόσο πιο πολύ επικοινωνούν με την χρήση διάφορων μέσων επικοινωνίας και ότι η επικοινωνία μέσω υπολογιστή συμπληρώνει και επεκτείνει τις παραδοσιακές κοινωνικές συμπεριφορές χωρίς απαραίτητα να τις αυξάνει ή να τις μειώνει (Bakulev, 2004).

Από τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας προκύπτει πως η «κοινωνικότητα» των φοιτητών/τριών επηρεάζεται από το κίνητρο /μεταβλητή «Λήψη πληροφοριών», η οποία δέχεται θετική επίδραση από τη «συχνότητα χρήσης» του Instagram. Ο αριθμός των «followers», επίσης, έχει θετική σχέση με την «κοινωνικότητα». Φαίνεται, από τα αποτελέσματα πως η συχνή χρήση του Instagram για τη λήψη γενικών πληροφοριών αλλά και πληροφοριών που έχουν σχέση με τη φοιτητική τους κοινότητα, και ο αριθμός των «followers» επηρεάζει θετικά την κοινωνικότητά τους. Επιπλέον, τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας δείχνουν πως η «κοινωνικότητα» επηρεάζει θετικά τη «σύνδεση του κοινωνικού κεφαλαίου» και την «αίσθηση της κοινότητας».

δ) Σχέση της «κοινωνικότητας» των φοιτητών/τριών με τη «Σύνδεση κοινωνικού κεφαλαίου», τη «Γεφύρωση κοινωνικού κεφαλαίου» και την «Αίσθηση της κοινότητας»

Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, ο αριθμός ερευνών για τις κοινωνικές επιπτώσεις του Instagram στη φοιτητική κοινότητα είναι πολύ περιορισμένος. Μια έρευνα σε Πανεπιστήμιο των ΗΠΑ, (Phua et al., 2017) χρησιμοποίησε (α) τη θεωρητική προσέγγιση των χρήσεων και ικανοποιήσεων για τη διερεύνηση των κινήτρων για τη χρήση τεσσάρων ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat), και (β) τη θεωρία του κοινωνικού κεφαλαίου. Τα αποτελέσματα της έρευνας δείχνουν πως οι χρήστες του Twitter είχαν την μεγαλύτερη γεφύρωση κοινωνικού κεφαλαίου, οι χρήστες του Snapchat είχαν τη μεγαλύτερη σύνδεση κοινωνικού κεφαλαίου και κατά δεύτερο λόγο οι χρήστες του Instagram του Facebook, και του Twitter.

Τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας φανερώνουν πως η «κοινωνικότητα» των φοιτητών/τριών επηρεάζει άμεσα τη «σύνδεση του κοινωνικού κεφαλαίου» και την «αίσθηση της κοινότητας» με το Πανεπιστημιακό Τμήμα φοίτησης. Επιπλέον, «η κοινωνικότητα» επηρεάζει έμμεσα και την «γεφύρωση κοινωνικού κεφαλαίου» και την «αίσθηση της κοινότητας» διαμέσου της «σύνδεσης του κοινωνικού κεφαλαίου».

Όπως αναφέρθηκε και στο θεωρητικό μέρος της παρούσας μελέτης, η «αίσθηση της κοινότητας» μαζί με το «κοινωνικό κεφάλαιο» μπορούν να διευρύνουν την κατανόησή μας για την κοινότητα. Από τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας συμπεραίνουμε πως σε πανεπιστημιακές μικρές κοινότητες, όπως είναι η Σχολή Διοίκησης του Πανεπιστημίου Αιγαίου, υπάρχει μεγάλη διάδραση σε κοινωνικό και ακαδημαϊκό επίπεδο εκτός διαδικτύου, η διάδραση αυτή μεταφέρεται και στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, όπως είναι το Instagram και επιδρά θετικά στο κοινωνικό κεφάλαιο και την αίσθηση της κοινότητας των φοιτητών/τριών με το Πανεπιστημιακό Τμήμα φοίτησης.

8.6 Συμπεράσματα

Στην παρούσα μελέτη γίνεται μια προσπάθεια διερεύνησης του τρόπου που η διαδικτυακή κοινωνική αλληλεπίδραση των φοιτητών, μέσω Facebook και Instagram, τόσο για κοινωνικούς λόγους, όσο και για λόγους άτυπης μάθησης, επηρεάζει την κοινωνική τους ενσωμάτωση στο Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτούν. Συγκεκριμένα, γίνεται προσπάθεια διερεύνησης του υβριδίου επικοινωνίας που συνενώνει το φυσικό χώρο με τον κυβερνοχώρο, δρώντας έτσι ως το υλικό στήριγμα της *εξατομικευμένης δικτύωσης*. Το θεωρητικό μοντέλο που αναπτύσσεται, βασίζεται στη θεωρία των *μέσων*, στη θεωρία των *κοινωνικών δικτύων* και της *κοινοτικής ψυχολογίας* και *διερευνά την υπόθεση που υποστηρίζει πως οι φοιτητές/τριες με τους περισσότερους κοινωνικούς δεσμούς, με το μεγαλύτερο κοινωνικό κεφάλαιο και αίσθηση της κοινότητας με το Πανεπιστημιακό Τμήμα όπου φοιτούν, μεταφέρουν την πρακτική της επικοινωνίας τους στο Facebook και στο Instagram και η πρακτική αυτή λειτουργεί υποστηρικτικά ως προς την κοινωνικότητά τους, το κοινωνικό τους κεφαλαίο και την αίσθηση της κοινότητας με το Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτούν*. Ως μελέτη περίπτωσης ορίστηκε η Σχολή Επιστημών της Διοίκησης και η Πολυτεχνική Σχολή που εδρεύουν στο νησί της Χίου και αποτελούνται από τέσσερα μικρά σε φοιτητικό πληθυσμό Πανεπιστημιακά Τμήματα, τέσσερις δηλαδή κοινότητες ανώτατης εκπαίδευσης βασισμένες σε μια τοποθεσία (location-based) και σε ένα κοινό ενδιαφέρον (interest-based).

Η επιλογή βασίστηκε στην ανασκόπηση της βιβλιογραφίας που υποστηρίζει πως σε μικρές κοινότητες υπάρχει μεγαλύτερη διάδραση ανάμεσα στα άτομα και η διάδραση στο φυσικό/οργανικό επίπεδο κοινότητας μεταφέρεται και στον διαδικτυακό χώρο και συγκεκριμένα στο Facebook και το Instagram.

Λαμβάνοντας υπόψη τόσο το γενικότερο προβληματισμό που υπάρχει για τις κοινωνικές επιπτώσεις της χρήσης του Facebook και του Instagram, όσο και τον περιορισμένο αριθμό ερευνών σχετικά με αυτό το θέμα, διαμορφώθηκε ο πρωταρχικός σκοπός της παρούσας μελέτης, ο οποίος είναι: **Η διερεύνηση των κοινωνικών επιπτώσεων της χρήσης του Facebook και του Instagram στη φοιτητική κοινότητα.**

Για τη διερεύνηση του πρωταρχικού σκοπού της παρούσας μελέτης έγινε αρχικά έλεγχος για την αξιοπιστία και εγκυρότητα του μοντέλου με Εξερευνητική (Exploratory Factor Analysis) και Επιβεβαιωτική (Confirmatory Factor Analysis) Παραγοντική Ανάλυση και οι σχέσεις μεταξύ των εργαλείων του μοντέλου μελετήθηκαν με τη χρήση του Μοντέλου Δομικών Εξισώσεων (Structural Equation Modeling).

Για τη δημιουργία του Μοντέλου Δομικών Εξισώσεων χρησιμοποιήθηκαν μεταβλητές, που σύμφωνα με την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας, έχουν σχέση με τις κοινωνικές επιπτώσεις από τη χρήση του Facebook και του Instagram στη φοιτητική κοινότητα. Συγκεκριμένα, χρησιμοποιήθηκαν ως μεταβλητές οι: *α) χρήσεις και ικανοποιήσεις β) κοινωνικό κεφάλαιο γ) αίσθηση της κοινότητας δ) κοινωνικότητα ε) η συχνότητα χρήσης του Facebook και του Instagram από τους φοιτητές/τριες και στ) ο αριθμός των «φίλων/followers» στο Facebook και το Instagram και έγινε προσπάθεια να επιβεβαιωθεί η σχέση τους.*

Από τα αποτελέσματα φαίνεται πως οι περισσότεροι φοιτητές/τριες χρησιμοποιούν σχεδόν συνέχεια και το Facebook και το Instagram αλλά το Instagram φαίνεται να είναι πιο συχνή επιλογή τους, πιθανόν γιατί είναι νέο και ελκυστικό για αυτή την ηλικία μέσο επικοινωνίας. Και στις δύο ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης διατηρούν έναν αρκετά μεγάλο αριθμό διαθέτων έναν ευρύ κοινωνικό κύκλο «φίλων» στο Facebook, ενώ στο Instagram ο κύκλος των ατόμων που τους

«ακολουθούν» («followers») είναι πιο μικρός και ίδιος με τον κύκλο των ατόμων που «ακολουθούν» («following»).

Για τη διερεύνηση των επιδράσεων του Facebook και του Instagram στην ζωή των φοιτητών/τριών είναι απαραίτητη η διερεύνηση των κινήτρων της διαδικτυακής (online) επικοινωνιακής δραστηριότητας τους στο Facebook και στο Instagram. Για τη διερεύνηση των κινήτρων της χρήσης του Facebook και του Instagram από φοιτητές μιας δυνητικά κοινότητα πρακτικής, όπως αποτελεί το Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτούν, ελήφθησαν υπόψη κίνητρα που έχουν κοινωνική υπόσταση αλλά και κίνητρα που έχουν και σχέση με την άτυπη μάθηση και δη την ακαδημαϊκή τους ζωή, καθώς και σύμφωνα πάντα με βιβλιογραφική ανασκόπηση, αυτή η διττή χρήση συσχετίζεται με το κοινωνικό τους κεφάλαιο και την αίσθηση της κοινότητας.

Από τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας προκύπτουν πέντε παράγοντες-κίνητρα για το βαθμό βοήθειας που προσφέρει το Facebook για την ικανοποίηση αναγκών που έχουν σχέση με την κοινωνική και ακαδημαϊκή ζωή: (α) η «Ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων», (β) η «Ακαδημαϊκή ζωή» (γ) η «Έκφραση συναισθημάτων και προβολή εαυτού» (δ) η «Λήψη πληροφοριών» και (ε) ο «Συντονισμός κοινωνικών εκδηλώσεων».

Όσον αφορά στο Instagram προκύπτουν πέντε παράγοντες-κίνητρα για το βαθμό βοήθειας που προσφέρει το Instagram για την ικανοποίηση αναγκών που έχουν σχέση με την κοινωνική και ακαδημαϊκή ζωή: (α) η «Ακαδημαϊκή ζωή», (β) η «Ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων», (γ) ο «Διαμοιρασμός ιδεών, απόψεων και προβολή εαυτού» (δ) η «Έκφραση συναισθημάτων και συντονισμός κοινωνικών εκδηλώσεων» και (ε) η «Λήψη πληροφοριών».

Τα κίνητρα για τη χρήση του Facebook είναι πιο διακριτά, ενώ τα κίνητρα για τη χρήση του Instagram δείχνουν να συγχέονται, πιθανόν επειδή το Instagram αποτελεί ένα νέο μέσο

επικοινωνίας, το οποίο εξελίσσεται συνεχώς και συνδιαμορφώνονται και τα κίνητρα για τη χρήση του.

Όσον αφορά τη συγκριτική ανάλυση μεταξύ του Facebook και του Instagram σχετικά με τα κίνητρα για τη χρήση τους, τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας δείχνουν ότι το Facebook χρησιμοποιείται κατά κύριο λόγο για την ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων, ενώ σε κάποιο βαθμό χρησιμοποιείται για τη λήψη πληροφοριών, την ακαδημαϊκή ζωή και τον συντονισμό των κοινωνικών εκδηλώσεων. Αντίθετα, από τα αποτελέσματα προκύπτει ότι το Facebook χρησιμοποιείται σε αρκετά μικρότερο βαθμό για την έκφραση των συναισθημάτων και την αυτοπροβολή.

Το Instagram χρησιμοποιείται κατά κύριο λόγο για τον διαμοιρασμό ιδεών, απόψεων και την αυτοπροβολή, ενώ σε κάποιο βαθμό χρησιμοποιείται για τη λήψη πληροφοριών και την ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων. Αντίθετα, από τα αποτελέσματα προκύπτει ότι το Instagram χρησιμοποιείται ελάχιστα για την ακαδημαϊκή ζωή, για την έκφραση των συναισθημάτων, το συντονισμό των κοινωνικών εκδηλώσεων και την ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων. Τα δύο μέσα διαθέτουν αρκετά κοινά χαρακτηριστικά όσον αφορά στη χρήση τους αλλά διαφοροποιούνται αρκετά σε σχέση με τα κίνητρα προς χρήση. Το Facebook χρησιμοποιείται περισσότερο για την διαπροσωπική επικοινωνία των φοιτητών/τριών και για την ακαδημαϊκή ζωή τους ενώ το Instagram περισσότερο για τον διαμοιρασμό ιδεών, απόψεων και την αυτοπροβολή.

Όσον αφορά τα κοινωνικο-δημογραφικά χαρακτηριστικά των φοιτητών/τριών παρατηρήθηκαν τρεις σημαντικές διαφορές ως προς το φύλο, με τους φοιτητές να θεωρούν πιο χρήσιμο το

Instagram για τη λήψη πληροφοριών σε σύγκριση με τις φοιτήτριες. Επιπλέον, οι άντρες φοιτητές εξέφρασαν υψηλότερη γεφύρωση κοινωνικού κεφαλαίου και υψηλότερη κοινωνικότητα.

Όσον αφορά τις διαφοροποιήσεις των φοιτητών/τριών ως προς το έτος σπουδών των φοιτητών/τριών προέκυψε μόνο μια διαφορά με τους φοιτητές από το 5^ο έτος και άνω εκφράζουν χαμηλότερη σύνδεση κοινωνικού κεφαλαίου σε σύγκριση με τους φοιτητές έως το 4^ο έτος, πιθανόν γιατί δεν διατηρούν την ίδια σχέση με το πανεπιστημιακό τους τμήμα όσον αφορά την παρακολούθηση μαθημάτων κτλ.

Σχετικά με τις διαφοροποιήσεις των φοιτητών/τριών ως προς τη συχνότητα χρήσης φοιτητών/τριών προέκυψε πως οι φοιτητές/τριες που χρησιμοποιούν το Facebook και το Instagram έξι ή περισσότερες φορές την ημέρα θεωρούν και τις δυο ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης αρκετά χρήσιμες για την κάλυψη των κοινωνικών τους αναγκών. Επίσης, οι φοιτητές/τριες που χρησιμοποιούν το Instagram τρεις με έξι φορές την ημέρα έχουν υψηλότερη σύνδεση και γεφύρωση κοινωνικού κεφαλαίου σε σύγκριση με τους φοιτητές/τριες που χρησιμοποιούν το Instagram έως έξι ή περισσότερες φορές την ημέρα ή λιγότερο από τρεις φορές.

Τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας συμφωνούν με τη θεωρία των κοινωνικών δικτύων υποστηρίζει ότι η κοινωνική συμπεριφορά και επικοινωνία επηρεάζονται από των τύπο των δεσμών που διατηρούν τα άτομα. Συγκεκριμένα, υποστηρίζει πως όσο περισσότερο κοινωνικά συνδεδεμένα είναι τα άτομα, τόσο πιο πολύ επικοινωνούν με την χρήση διάφορων μέσων επικοινωνίας και ότι η επικοινωνία μέσω υπολογιστή συμπληρώνει και επεκτείνει τις παραδοσιακές κοινωνικές συμπεριφορές χωρίς απαραίτητα να τις αυξάνει ή να τις μειώνει.

Επιπλέον, η συχνότητα που χρησιμοποιούν το Facebook οι φοιτητές/τριες σχετίζεται θετικά με τη διαπροσωπική τους επικοινωνία (ανταλλαγή πληροφοριών/απόψεων) και τη λήψη πληροφοριών ενώ η συχνότητα χρήσης του Instagram επηρεάζει θετικά τις μεταβλητές/κίνητρα της «ανταλλαγής πληροφοριών και απόψεων», της «λήψης πληροφοριών» και το «διαμοιρασμό ιδεών και την αυτοπροβολή». Επίσης, οι συσχετίσεις των κινήτρων και στις δύο εφαρμογές δηλώνουν τις διάφορες αλληλεπικαλυπτόμενες κοινωνικές ανάγκες που καλύπτουν οι φοιτητές/τριες με τη χρήση των δυο εφαρμογών.

Όσον αφορά το ρόλο του αριθμού των «φίλων/followers» τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας υποστηρίζουν την *υπόθεση της κοινωνικής αύξησης* (Social Enhancement Hypothesis) σύμφωνα με την οποία, τα άτομα που διατηρούν μεγαλύτερα κοινωνικά δίκτυα εκτός διαδικτύου, τα εμπλουτίζουν με μεγαλύτερα διαδικτυακά κοινωνικά δίκτυα. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα, ο αριθμός των «φίλων» στο Facebook επηρεάζει θετικά τη λήψη πληροφοριών, το συντονισμό κοινωνικών εκδηλώσεων και τη γεφύρωση του κοινωνικού κεφαλαίου και ο αριθμός των «followers» στο Instagram επηρεάζει θετικά την χρήση του Instagram για την «Ακαδημαϊκή ζωή» την χρήση του Instagram για τον «Διαμοιρασμό ιδεών και την αυτοπροβολή» και την κοινωνικότητα, η οποία συσχετίζεται θετικά με το κοινωνικό κεφάλαιο (γεφύρωση και σύνδεση κοινωνικού κεφαλαίου).

Από τα αποτελέσματα προκύπτει πως και οι δυο ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιούνται πολύ από τους φοιτητές/τριες για κοινωνικούς και ακαδημαϊκούς λόγους, παρουσιάζοντας όμως διαφοροποιήσεις, στη συχνότητα χρήσης αλλά και στα κίνητρα για τη χρήση τους. Η πλειονότητα των φοιτητών/τριών συνδέεται τις περισσότερες φορές στο Instagram παρά στο Facebook και το Facebook χρησιμοποιείται περισσότερο για ακαδημαϊκούς λόγους από το Instagram που χρησιμοποιείται περισσότερο για κοινωνικούς λόγους.

Η ακαδημαϊκή χρήση του Facebook επηρεάζει άμεσα στη σύνδεση του κοινωνικού κεφαλαίου με το Πανεπιστημιακό Τμήμα όπου φοιτούν και επηρεάζει έμμεσα (μέσω της μεταβλητής «σύνδεση κοινωνικού κεφαλαίου») και την μεταβλητή «αίσθηση της κοινότητας» με το Πανεπιστημιακό Τμήμα φοίτησης. Η χρήση του Instagram είναι περισσότερο για κάλυψη των κοινωνικών τους αναγκών και οι φοιτητές/τριες παρουσιάζουν κίνητρα για την κοινωνική χρήση του. Επιπλέον, η συχνότητα χρήσης, με έμμεσο τρόπο, και ο αριθμός των «followers» επηρεάζει διαμέσου της κοινωνικότητας, το κοινωνικό κεφάλαιο και την αίσθηση της κοινότητας με το Πανεπιστημιακό Τμήμα όπου φοιτούν.

Τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας αντιπαρατίθενται στον προβληματισμό που υποστηρίζει ότι η ενασχόληση με το Facebook και το Instagram απομακρύνει τους φοιτητές από σημαντικά στοιχεία της πανεπιστημιακής ζωής και συνδέεται με τη δημιουργία ψευδών κοινοτήτων και επιφανειακών σχέσεων. Αντιθέτως, υποστηρίζουν πως σε πανεπιστημιακές μικρές κοινότητες, όπου υπάρχει μεγάλη διάδραση σε κοινωνικό και ακαδημαϊκό επίπεδο εκτός διαδικτύου, η διάδραση αυτή μεταφέρεται και στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, όπως είναι το Facebook και το Instagram και επιδρά θετικά στο κοινωνικό κεφάλαιο και την αίσθηση της κοινότητας των φοιτητών/τριών με το Πανεπιστημιακό Τμήμα φοίτησης. Τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας φανερώνουν πως το Facebook και το Instagram βοηθούν τους φοιτητές/τριες να αισθάνονται περισσότερο συνδεδεμένοι και άνετοι και μπορούν να λειτουργήσουν ως μια «κοινωνική κόλλα» για την προσαρμογή τους στο πανεπιστήμιο.

Οι περισσότερες έρευνες που έχουν διεξαχθεί είναι περιγραφικές ή διερευνητικές ψάχνοντας άμεσες γραμμικές σχέσεις ανάμεσα στη χρήση του Facebook και σε ορισμένες εξαρτημένες μεταβλητές, όπως είναι το κοινωνικό κεφάλαιο, η ικανοποίηση από τη ζωή των φοιτητών/τριών, η

κοινωνική εμπιστοσύνη, και η πολιτική συμμετοχή. Όπως, αναφέρθηκε και προηγουμένως, το Instagram αποτελεί μια πρόσφατη εφαρμογή και ο αριθμός των ερευνών είναι πολύ περιορισμένος.

Στην παρούσα έρευνα έγινε μια πολυμεταβλητή ανάλυση για τη διερεύνηση του τρόπου που η διαδικτυακή κοινωνική αλληλεπίδραση των φοιτητών, μέσω Facebook και Instagram, τόσο για κοινωνικούς λόγους, όσο και για λόγους άτυπης μάθησης, επηρεάζει την κοινωνική τους ενσωμάτωση στο Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτούν. Το θεωρητικό μοντέλο, που ελέγχθηκε στατιστικά, υποστηρίζει πως οι φοιτητές/τριες με τους περισσότερους κοινωνικούς δεσμούς, με το μεγαλύτερο κοινωνικό κεφάλαιο και αίσθηση της κοινότητας με το Πανεπιστημιακό Τμήμα όπου φοιτούν, μεταφέρουν την πρακτική της επικοινωνίας τους στο Facebook και στο Instagram και η πρακτική αυτή λειτουργεί υποστηρικτικά ως προς το κοινωνικό τους κεφαλαίο και την αίσθηση της κοινότητας με το Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτούν. Ένα καλό εκπαιδευτικό περιβάλλον απαιτεί, ανάμεσα σε άλλα πράγματα, μια υγιή και ενεργό κοινότητα, στην οποία τα μέλη της θα έχουν την αίσθηση του «ανήκειν», θα εκπληρώνονται οι κοινωνικές, πνευματικές και εκπαιδευτικές τους ανάγκες και θα αισθάνονται περηφάνια για την κοινότητά τους. Ένα τέτοιο περιβάλλον έχει τη δυνατότητα να δημιουργήσει συνεκτικότητα, συνεργασία, εμπιστοσύνη και να υποστηρίξει την ανάπτυξη και την ικανότητα επίλυσης προβλημάτων. Η αίσθηση της κοινότητας σε ένα εκπαιδευτικό περιβάλλον έχει δύο διαστάσεις, την κοινωνική κοινότητα και την κοινότητα μάθησης. Η κοινωνική κοινότητα αντιπροσωπεύει τα αισθήματα της φοιτητικής κοινότητας σχετικά με το πνεύμα, συνοχή, εμπιστοσύνη, ασφάλεια, διάδραση, αλληλεξάρτηση και αίσθηση του ανήκειν. Η κοινότητα μάθησης αντιπροσωπεύει τα αισθήματα των μελών της κοινότητας ως προς το βαθμό που μοιράζονται κανόνες και αξίες της ομάδας και ως προς το βαθμό που οι εκπαιδευτικές τους προσδοκίες και στόχοι ικανοποιούνται με τη συμμετοχή τους σε αυτή την κοινότητα.

Το Facebook διαθέτει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που το καθιστούν κατάλληλο για την εκπαίδευση και για τη δημιουργία μιας κοινότητας πρακτικής online, καθώς δίνει τη δυνατότητα για άμεση επικοινωνία, φιλοξενία υπερσυνδέσμων, και βίντεο και φωτογραφιών και εγγράφων. Το δυνατό του σημείο είναι η δυνατότητα που προσφέρει για συνεργατική μάθηση. Στα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας φαίνεται πως οι φοιτητές/τριες το χρησιμοποιούν για να καλύψουν ανάγκες τους που έχουν σχέση, πέρα από την κοινωνική και με την ακαδημαϊκή ζωή. Το Instagram αποτελεί μια νέα εφαρμογή και η χρήση του αφορά περισσότερο την κοινωνική ζωή παρά την ακαδημαϊκή, όπως φάνηκε και από τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας. Παρ' όλα αυτά και οι δύο εφαρμογές χρησιμοποιούνται πολύ από τους φοιτητές/τριες των τεσσάρων Πανεπιστημιακών Τμημάτων και η χρήση τους επηρεάζει θετικά την κοινωνικότητα, το κοινωνικό κεφάλαιο και την αίσθηση κοινότητας με το Πανεπιστημιακό Τμήμα και μπορούν να υποστηρίξουν τη δημιουργία μιας κοινότητας πρακτικής σε πανεπιστημιακό περιβάλλον. Επιπροσθέτως, σύμφωνα με τη θεωρία του κονεκτιβισμού (connectivism) η διαδικασία της γνώσης δε λαμβάνει χώρα μόνο μέσα στην τάξη, καθώς η μάθηση με σύμφωνα με τον κονεκτιβισμό συμβαίνει σε διαδικτυακά τεχνολογικά περιβάλλοντα ή κοινωνικά δίκτυα με τα οποία είναι συνδεδεμένοι οι μαθητές κατά τη διάρκεια της πρακτικής της τάξης. Η άτυπη μάθηση γίνεται σημαντικό μέρος της μαθησιακής εμπειρίας και οι μαθητές συνεχώς συνδέονται με τις έννοιες και τους ανθρώπους, η εκπαίδευση δεν περιορίζεται καθόλου στα τέσσερα τείχη της τάξης.

Τα αποτελέσματα της έρευνας θα βοηθήσουν στην κατανόηση του τρόπου που οι φυσικές «οργανικές» κοινότητες που βρίσκονται σε ορισμένη γεωγραφική περιοχή, όπως η φοιτητική κοινότητα της Σχολής Επιστημών της Διοίκησης και της Πολυτεχνικής Σχολής του Πανεπιστημίου Αιγαίου, αλληλοεπιδρούν με κοινωνικές πρακτικές στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης, όπως είναι το Facebook και το Instagram και πώς διαμορφώνονται και αλληλοεπηρεάζονται οι

επικοινωνιακές πρακτικές τους, με τις κοινωνικές τους σχέσεις, που διατηρούν τόσο στο διαδικτυακό όσο και μη διαδικτυακό χώρο.

Επιπλέον, τα αποτελέσματα της έρευνας προσφέρουν ένα εργαλείο, το οποίο ελέγχθηκε για την εγκυρότητα της εννοιολογικής του κατασκευής, για τη διερεύνηση της κοινωνικής και ακαδημαϊκής χρήσης του Facebook και του Instagram σε περαιτέρω έρευνες.

Επιπλέον, τα αποτελέσματα πιθανόν να υποστηρίξουν στη διαμόρφωση κατάλληλων πολιτικών σχετικά με (α) θέματα διοίκησης του Πανεπιστημίου, (β) στήριξης/συμβουλευτικής των φοιτητών, (γ) την επικοινωνία με το ακαδημαϊκό προσωπικό για θέματα που αφορούν τις σπουδές τους, με στόχο πάντα την κοινωνική ενσωμάτωση και την ακαδημαϊκή πρόοδο των φοιτητών/τριών, σε περιβάλλοντα ανώτατης εκπαίδευσης.

Τα συμπεράσματα της παρούσας μελέτης αφορούν στους φοιτητές/τριες των τεσσάρων τμημάτων της Σχολής Επιστημών της Διοίκησης και της Πολυτεχνικής Σχολής με έδρα τη Χίο και δεν είναι δυνατή η γενίκευσή τους σε όλο το φοιτητικό πληθυσμό. Παρ' όλα αυτά, όταν υπάρχουν οι ίδιες συνθήκες με την παρούσα έρευνα, τα συμπεράσματα μπορούν να ισχύσουν. Επιπλέον, η συγκεκριμένη έρευνα βασίστηκε σε ποσοτικά δεδομένα και χρησιμοποίησε τα αποτελέσματα των δεδομένων αυτών, όπως και τα αποτελέσματα άλλων ερευνών για να διερευνήσει τις κοινωνικές επιπτώσεις του Facebook και του Instagram στη φοιτητική κοινότητα. Μια ποιοτική διερεύνηση σε ομάδες εστίασης φοιτητών/τριών θα αποκάλυπτε περισσότερες λεπτομέρειες για τις κοινωνικές επιπτώσεις του Facebook και του Instagram στη φοιτητική κοινότητα αλλά το ερευνητικό πλαίσιο της παρούσας μελέτης δεν επέτρεπε ποιοτική διερεύνηση.

9. Βιβλιογραφία

Albayrak, D., & Yildirim, Z. (2015). Using Social Networking Sites for Teaching and Learning: Students' Involvement in and Acceptance of Facebook as a Course Management System. *Journal of Educational Computing Research*, 52(2), 155-179.

Acar, A. (2013). Attitudes toward blended learning and social media use for academic purposes: An exploratory study. *Journal of e-Learning and Knowledge Society*, 9, 107–126.

Acquisti, A., & Gross, R. (2006, June). *Imagined communities: Awareness, information sharing, and privacy on the Facebook*. Paper presented at the 6th Workshop on Privacy Enhancing Technologies, Cambridge.

Adler, P. S. & Kwon, S-W. (2002). Social Capital: Prospects for a new concept. *The Academy of Management Review*, 27 (1), 17-40.

Agraz, D. (2004). *Making Friends through social networks: A new trend in virtual communication*. Palo Alto, CA: Stanford University.

Akbari, E., Pilot, A., & Simons, P. R.-J. (2015). Autonomy, competence, and relatedness in foreign language learning through Facebook. *Computers in Human Behavior*, 48, 126–134.

Albayrak, D., & Yildirim, Z. (2015). Using social networking sites for teaching and learning: Students' involvement in and acceptance of Facebook® as a course management system. *Journal of Educational Computing Research*, 52, 155–179.

Alias, N., Siraj, S., Daud, M. K. A. M., & Hussin, Z. (2013). Effectiveness of Facebook based learning to enhance creativity among Islamic studies students by employing Isman instructional design model. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 12, 60–67.

Al-Jabri, I.M., Sohail, M.S. & Ndubisi, N.O. (2015). Understanding the usage of global networking sites by Arabs through the lens of uses and gratifications theory. *Journal of Service Management*, 26(4), 662-720.

Allen, J. & Hamnett, C. (1995). Introduction, in Allen, J. and Hamnett, C (eds.), *A Shrinking World? Global Unevenness and Inequality* (Oxford). Oxford University Press.

Amante, L. (2016). Facebook and new sociability: Some research contributes. In: A. Chagas, C. Porto, E. Santos (eds), *Facebook and Education, Post, Like & Share*. Editora da Universidade Estadual da Paraíba.

Amichai-Hamburger, Y., Wainapel, G., & Fox, S. (2002) “On the Internet No One Knows I’m an Introvert”: Extroversion, Neuroticism, and Internet Interaction. *CyberPsychology and Behavior*, 5(2), 125–8.

Anderson, K. J. (2001). Internet use among college students: an exploratory study. *Journal of American College Health*, 50(1), 21-26.

Androutsopoulos, J. (2013a). Networked multilingualism: some language practices on Facebook and their implications. *Int. J. Biling.* , [http://dx.doi.org/ 10.1177/1367006913489198](http://dx.doi.org/10.1177/1367006913489198) (Published online).

Androutsopoulos, J. (2013b). Online data collection. In: C. Mallinson, B. Childs & G.V. Herk (eds) *Data Collection in Sociolinguistics: Methods and Applications*. London: Routledge. 236-249.

Antheunis, M., Vanden Abeele, M., & Kanters, S. (2015). The impact of Facebook use on micro-level social capital: A synthesis. *Societies*, 5, 399-419.

Arend, B. D. (2005). New patterns of student engagement. *About Campus (July-August)*, 30-32.

Arend, B. (2007) Course Assessment Practices and Student Learning Strategies in Online Courses. *Journal of Asynchronous Learning Networks* 11(4), 3-13.

Baculev, G. P. (2004). Social communication on the internet: Overview of theory. *Modern Social Communication*, 58, 17-22.

Balakrishnan, V., & Shamim, A., (2013) Malaysian Facebookers: Motives and addictive behaviours unraveled. *Computers in Human Behavior* 29, 1342–1349.

Baran, S., & Davis, D. K. (1995). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, Future*. Belmont, California: Wadsworth Publications.

Bargh, J. A., & McKenna, K.Y.A., (2004). The Internet and Social life. *Annual Review of Psychology* 55(1), 573-90.

Barlow, J. P. (1995, March/April). Is there a there there in cyberspace?, *Utne Reader* 68, 53-56.

Ανακτήθηκε στις 12/3/2017 από:

http://www.eff.org/pub/Publications/John_Perry_Barlow/HTML/utne_community.html

Bauman, Z. (2008). *Does Ethics Have a Chance in a World of Consumers?* Harvard University Press. London.

Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117, 497–529.

Bányai F, Zsila Á, Király O, Maraz A, Elekes Z, Griffiths MD, et al. (2017) Problematic Social Media Use: Results from a Large-Scale Nationally Representative Adolescent Sample. *PLoS ONE* 12(1).

Baym, N. (1995). The Emergence of Community in Computer-Mediated Communication. In: Steven Jones (ed.), *CyberSociety: Computer-mediated Communication and Community* (pp. 138 – 163). Thousand Oaks: Sage.

Baym, N. K. & boyd, D. (2012) Socially mediated publicness: an introduction. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56 (3), 320 – 329.

Beebe, T. J., Harrison, P.A., McRae, J. A., Anderson, R. E., & Fulkerson, J. A. (1998). An evaluation of computer-assisted self-interviews in a school setting. *Public Opinion Quarterly*, 62(4), 623-632.

Bell, C., & Newby, H. (1971). *Community Studies. An Introduction to the Sociology of the Local Community*. London: George Allen and Unwin.

Bell, D. (2001). *An introduction to cybercultures*. London, United Kingdom: Routledge.

Bell, M. A. (2013). Picture this! Using Instagram with students. *Internet@Schools*, 23(4), 23-25.

Bellah, R. N., Madsen, R., Sullivan, W., Swidler, A., & Tipton, M.S., (1985). *Habits of the heart: Individualism and commitment in American life*. Berkeley: University of California Press.

Bender, T. (1978). *Community and Social Change in America*. Baltimore & London: The Johns Hopkins University Press.

Beniger, J. (1987). Personalization of Mass Media and the Growth of Pseudo-Community. *Communication Research* (14), 352-371.

Bentler P.M.(1990). Comparative fit indexes in structural models. *Psychological Bulletin*, 107, 238–246.

Berners-Lee, T., & Fischetti, M. (1999). *Weaving the Web: The Original Design and Ultimate Destiny of the World Wide Web by Its Inventor*. Harper San Francisco.

Bess, K. D., Fisher, A. T., Sonn, C. C., & Bishop, B. J. (2002). Introduction. In A. T. Fisher, C. C. Sonn & B. J. Bishop (Eds.) *Psychological sense of Community: Research, applications and implications* (p 6). New York, NY: Kluwer Academic/Plenum Publishers.

Blackshaw, T. (2010). *Key concepts in Community Studies*. London: SAGE Publications.

Blair, O. (2017). Instagram ranked as having the worst effect on young people's mental health, report finds. Ανακτήθηκε στις 12/04/2018 από: <https://www.independent.co.uk/life-style/health-and-families/instagram-young-people-mental-health-worst-effect-negative-social-media-photos-report-a7744211.html>

Blumler, J. G., & Katz, E. (1974). *The Uses of Mass Communication*. Beverly Hills, CA: Sage.

Boneva, B., Kraut, R., & Frohlich, D. (2001). Using e-mail for personal relationships. The difference gender makes. *American Behavioral Scientist*, 45, 530–549.

Boogart, M. R. V. (2006). *Uncovering the Social Impacts of Facebook on a College Campus*. Doctoral Dissertation, Manhattan, KS Kansas State University.

Boon, S. & Sinclair, C. (2009). *A world I don't inhabit: Disquiet and identity in Second Life and Facebook*. *Educational Media International*, 46(2), 99-110. Based on a paper delivered at Sixth International Conference on Networked Learning, Halkidiki, Greece, 2008

Bouchillon, B. C., & Gotlieb, M. (2017). Making Them Count. Facebook Sociability for optimizing the Accumulation of Social Capital. *Social Science Computer Review*, 35 (3), 299 - 318

Bourdieu, P. (1986). The forms of social capital. In J. Richardson (Ed.), *The handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). New York: Greenwood Press.

boyd, d., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1). Ανακτήθηκε στις 9/12/2014 από [:http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html](http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html)

Brailovskaia, J. & Margraf, J. (2016). Comparing Facebook Users and Facebook Non-Users: Relationship between Personality Traits and Mental Health Variables – An Exploratory Study. *PLoS One*, 11(12).

Brandtzæg, P. B. (2010). Towards a unified media-user typology (MUT): A meta-analysis and review of the research literature on media-user typologies. *Computers in Human Behavior*, 26(5), 940–956.

Brener, N. D., Eaton, D. K., Kann, L., Grunbaum, J. A., Gross, L. A., Kyle, T. M., et al., (2006). The association of survey setting and mode with self-reported health risk behaviours among high school students. *Public Opinion Quarterly*, 70 (3), 354-374.

Brooman, S., & Darwent, S. (2014). Measuring the beginning: A quantitative study of the transition to higher education. *Studies in Higher Education*, 39(9), 1523–1541.

Browne, M.W. & Cudeck, R. (1993). Alternative ways of assessing model fit. In Bollen, K.A. & Long, J.S. [Eds.] *Testing structural equation models*. Newbury Park, CA: Sage, 136–162.

Burt, R. S. (1992) *Structural holes: The social structure of competition*. Cambridge: Harvard University Press.

Cain, J., & Policastri, A., 2011. Using Facebook as an informal learning environment. *American Journal of Pharmaceutical Education*, 75(10) Article 207.

Caplan, S. E. (2003). Preference for Online Social Interaction: A Theory of Problematic Internet Use and Psychosocial Well-Being. *Communication Research*, 30, 625-640.

Cassidy, J. (2006, May 15). Me media: How hanging out on the Internet became big business. *The New Yorker*, 82(13), 50.

Castells, M. (1998). *End of Millennium: The Information Age: Economy, Society, and Culture*, Volume III. Oxford: Blackwell Publishers.

Castells, M. (2001). *The internet galaxy: Reflections on the internet, business and society*. Oxford: Oxford University Press.

Chavis, D.M., & Pretty, G.M.H. (1999). Sense of community: Advances in measurement and application. *Journal of Community Psychology*, 27 (6) 635–642.

Chen, Y.-C (2015). Linking learning styles and learning on mobile Facebook. *The International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 16, 94–114.

Cole, J. I., Suman, M., Schramm, P., Van Bel, D., Lunn, B., Maguire, P., Hanson, K., Singh, R., and Aquino, J. S. (2000). *The UCLA Internet Report: Surveying the Digital Future*. Los Angeles: UCLA Center for Communication Policy.

Coleman, J. S. (1988) Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94 (supplement), 95-120.

Corry, M., and Tu, C. (2002). *Research in Online Learning Community*. University of Southern Queensland website. Ανακτήθηκε στις 22/2/2017 από:
<http://www.usq.edu.au/electpub/ejist/docs/html2002/chtu.html>

Crow, G., & Allen, G. (1994). *Community life: an introduction to local social relations*. New York, USA: Harvester-Wheatsheaf.

Cullen, R., Harris, M. & Hill, R. (2012). *The learner-centered curriculum: Design and implementation*. San Francisco: Jossey-Bass.

Culnan, M. J., & Markus, M. L. (1987). Information technologies. In F. M. Jablin, L. L. Putnam, K. H. Roberts, & L. W. Porter (Eds.), *Handbook of organizational computing: An interdisciplinary perspective* (pp. 420-43). Newbury Park, CA: Sage.

Daft, R. L. & Lengel, R. H. (1984). Information richness: A new approach to managerial behavior and organizational design. In L. L. Cummings & B. M. Staw (Eds), *Research in organizational behavior* (pp. 191-233). Homewood, IL: JAI Press.

Dalton, J. H., Elias, M. J., & Wandersman, A. (2001). *Community psychology: Linking individuals and communities*. Stamford, CT: Wadsworth.

Daniel, B., Schwier, R. A. & McCalla, G. (2003). Social Capital in Virtual Learning Communities and Distributed Communities of Practice. *Canadian Journal of Learning and Technology*, 29 (3).

Dahlstrom, E., de Boor, T., Grunwald, P., & Vockley, M. (2011). ECAR National Study of Undergraduate Students and Information Technology, 2011. Ανακτήθηκε στις 3/12/2015 από : <http://net.educause.edu/ir/library/pdf/ERS1103/ERS1103W.pdf>

Deaux, K., & Major, B. (1987). Putting gender into context: An interactive model of gender-related behaviour. *Psychological Review*, 94, 369-389.

Debrand, C.C. (2004). Gender differences in email and instant messaging: a study of undergraduate business information systems students. *Doctoral dissertation. Published in Association for Computing Machinery (ACM) Journal*. Ανακτήθηκε στις 12/11/2014 από: <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1048334>

December, J. (1996). Units of analysis for Internet communication. *Journal of Communication*, 46(1), 14-38.

De Kerckhove, D. (1997). *Connected Intelligence*. Somerville House: Toronto.

Delanty, G (2003). *Community*. Routledge: London.

Desjarlais M., Willoughby T. (2010). A longitudinal study of the relation between adolescent boys and girls' computer use with friends and friendship quality: support for the social compensation or the rich-get-richer hypothesis? *Computers in Human. Behavior*, 26, 896–905.

Dhir, A. & Tsai, C.C. (2017). Understanding the relationship between intensity and gratifications of Facebook use among adolescents and young adults. *Telematics and Informatics*, 34(4), 350-364.

DiMaggio,P., Hargittai E., Neuman,W.R., & Robinson, J.P., (2001). Social implications of the Internet. *Annual Review of Sociology*, 27, 307-336.

Dimmick, J., S. Patterson and J. Sikand (1996). Personal Telephone Networks:A Typology and Two Empirical Studies. *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 40(5), 45–59.

Dimmick, J., Kline, S., & Stafford, L. (2000). The gratification niches of personal e-mail and the telephone: Competition, displacement, and complementarity. *Communication Research*, 27(2), 227–248.

Dimmick, J., Ramirez, A., Wang, T., Lin, S. F. (2007). “Extending society”: the role of personal networks and gratification-utilities in the use of interactive communication media. *New Media and Society*, 9 (5), 795-810.

Dodds, P.S., R. Muhamad, and D.J. Watts. 2003. An Experimental Study of Search in Global Social Networks. *Science* 301 (5634), 827–29.

Donn, J. E., & Sherman, R. C. (2002) Attitudes and Practices Regarding the Formation of Romantic Relationships on the Internet, *CyberPsychology and Behavior*, 5(2), 107–23.

Durkheim. E. [1893] [1964]. *The Division of Labor in Society*. Free Press: New York, NY

EDUCAUSE (2006, September 8). “7 Things You Should Know About Facebook.”

Ανακτήθηκε στις 17/12/2015 από: <http://www.educause.edu/ir/library/pdf/ELI7017.pdf>

Edwards, P.N. (1995). From ‘Impact’ to Social Process. In S. Jasanoff., G. Markle., J. C. Petersen., & T. J. Pinch. (Eds.), *Handbook of Science and Technology Studies* (pp. 257-285). London: Sage Publications.

Elliot, P. (1974). Uses and Gratifications Research: a critique and a sociological alternative. In J. G. Blumler, & E Katz (Eds.), *The Uses of Mass Communication*. (pp.249-268). Beverly Hills: Sage.

Ellison, N., Steinfield, C., & Lampe, C. (2006, June). *Spatially Bounded Online Social Networks and Social Capital: The Role of Facebook*. Paper to be presented at the Annual Conference of the International Communication Association (ICA), Dresden, Germany.

Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “Friends:” *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1143-1168.

Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2011). Connection strategies: Social capital implications of Facebook-enabled communication practices. *New Media & Society*.

Ellison, N. B., Caruso, J. B., Nelson, M., & Salaway, G. (2008). *The ECAR Study of Undergraduate Students and Information Technology*. Ανακτήθηκε στις 2/12/2016 από: <http://www.educause.edu/ers0808/135156>.

Ellison, N., Lampe, C., Steinfield, C., & Vitak, J. (2010). With a little help from my Friends: Social network sites and social capital. In Z. Papacharissi (Ed.), *A networked self: Identity, community and culture on social network sites* (pp. 124-145). New York: Routledge.

Ellison, N. B., & boyd, D. (2013). Sociality through social network sites. In W. H. Dutton (Ed.), *The Oxford handbook of Internet studies* (pp. 151–172). Oxford, UK: Oxford University Press.

Ezumah, B. (2013). College Students' Use of Social Media: Site Preferences, Uses and Gratifications Theory Revisited. *International Journal of Business and Social Science*, 4(5), 28-29.

Fabrigar, L. R., & Wegener, D. T. (2011). *Exploratory factor analysis*. Oxford, NY: Oxford University Press.

Facebook IQ, (2016). Facebook and Instagram: A Tale of two feeds. Ανακτήθηκε στις 20/3/2018 από: <https://www.facebook.com/iq/articles/facebook-and-instagram-a-tale-of-two-feeds>.

Farenback, J. & Thompson, B. (1995) 'Virtual communities: Abort, retry, failure?', *The Annual Convention of the International Communication Association*. Ανακτήθηκε στις 2/04/2015 από: <http://www.well.com/user/hlr/texts/VCCivil>.

Faucher, K. X. (2018). *Social Capital Online: Alienation and Accumulation*. London: University of Westminster Press.

Fisher, A.T., Sonn, C.C. & Bishop, B.J. (2002) Psychological Sense of Community Theory, Research, and Application. *Psychological Sense of Community*. Kluwer Academic, New York, 3-22.

Flaherty, L. M., Kevin, J., & Rubin, R. (1998). Internet and Face-to Face Communication: Not Functional Alternatives. *Communication Quarterly*, 46(3), 250-268.

Flanagin, A. J., & Merzger, M. (2001). Internet use in the contemporary media environment. *Human Computer Research*, 27, 153-181.

Flanagin, A. J. (2005). IM Online: Instant Messaging Use Among College Students. *Communication Research Reports*, 22(3), 175-187.

Franzen, A. 2000. "Does the Internet Make Us Lonely?". *European Sociological Review*, 16(4), 427- 438.

Fulk, J., Schmitz, J., & Ryu, D. (1995). Cognitive Elements in the Social Construction of Technology. *Management Communication Quarterly*, 8, 259-288.

Fulk, J., Schmitz, J. & Steinfield, C. W. (1990). A Social Influence Model of technology Use. In J. Fulk, & C. Steinfield (Eds.), *Organizations and Communication Technology* (pp.117-140). Newbury Park, CA: Sage.

Gackenbach, J. (1998). *Psychology and the Internet, intrapersonal, interpersonal, and transpersonal implications*. California: Academic Press.

Gallino, L. (1993). *Dizionario di sociologia*. Torino: Utet.

Gandy, M (2002). Between Borinquen and the Barrio: environmental justice and New York City's Puerto Rican community, 1969-1972. *Antipode* 34, 730-761

Gil de Zúñiga, H., Jung, N. and Valenzuela, S. (2012). Social Media Use for News and Individuals' Social Capital, Civic Engagement and Political Participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17, 319–336.

Gil de Zúñiga, H., Barnidge, M. & Scherman, A. (2017). Social Media Social Capital, Offline Social Capital, and Citizenship: Exploring Asymmetrical Social Capital Effects. *Political Communication*, 34, 44-68.

Gregory, P., Gregory, K., & Eddy, E. (2014). The instructional network: Using Facebook to enhance undergraduate mathematics instruction. *Journal of Computers in Mathematics and Science Teaching*, 33, 5–26.

Gross, M. (2004). Human Geography and Ecological Sociology: The Unfolding of a Human Ecology, 1890 to 1930--and Beyond. *Social Science History* 28 (4), 575.

Grossman, Lev. (2006). *The People's Network - Best Invention: YouTube*. Time, 168, no. 20, 13 Nov, pp. 61-65.

Golder, S. A., Wilkinson, D., & Huberman, B. A. (2007, June). *Rhythms of Social Interaction: Messaging within a Massive Online Network*. 3rd International Conference on Communities and Technologies, Palo Alto, California.

González-Bailón, S. (2013). Social Science in the Era of Big Data. *Policy and Internet*, 5 (2), 147-160.

Grimes, S. M. & Fields, D. (2012). *Kids online: A new research agenda for understanding social networking forums*. New York. The Joan Ganz Cooney Center at Sesame Workshop. Ανακτήθηκε στις 13/02/2015 από: <http://www.joanganzcooneycenter.org/reports-38.html>

Gross, R., Acquisti, A., & Heinz, H. J. I. (2005). *Information revelation and privacy in online social networks*. Paper presented at the 2005 ACM workshop on Privacy in the Electronic Society, New York.

Guest, A. M., & Susan K. Wierzbicki. S., K. (1999). Social Ties at the Neighborhood Level: Two Decades of GSS Evidence. *Urban Affairs Review*, 35, 92-111.

Güler, K. (2015). Social media-based learning in the design studio: A comparative study. *Computers & Education*, 87, 192–203.

Guo, Z., Lu, X., Li, Y., Li, Y. (2011). A Framework of Students' Reasons for Using CMC Media in Learning Contexts: A Structural Approach. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 62(11), 2182–2200.

Hair J.F, Anderson R.E, Tatham R.L, Black W.C (1995). *Multivariate data analysis with readings* (4th ed.). Prentice Hall: Englewood Cliffs, NJ.

Hampton, K. N., & Wellman, B. (2003). Neighboring in Netville: How the Internet helps connect people in a wired suburb. *City and Community*.

Hampton, K. N. and B. Wellman (2002b). "The Not So Global Village of Netville." In Wellman, B. and C. Haythornthwaite. (eds.) (2002), *The Internet in Everyday Life*. Oxford: Blackwell: in press

Hanifan, L. (1916). The rural school community center. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 67, 130–138.

Hartzel, K. (2003). How self-efficacy and gender issues affect software adoption and use. *Communications of the Association for Computing Machinery (ACM)*, 46(9), 167-171.

Hauben, M. & Hauben, R. Netizens (1997). *On the History and Impact of Usenet and the Internet* published by IEEE Computer Society Press.

Haythornwaite, C. & Wellman, B. (2002). The internet in everyday life: an introduction. In B. Wellman & C. Haythornwaite (eds) *The Internet in Everyday Life*. Malden, MA: Blackwell.

Haythornthwaite, C. (2005). Social networks and Internet connectivity effects. *Information, Communication, & Society*, 8(2), 125–147.

- Helliwell, J. F., & Putnam, R. D. (2004). The social context of well-being. *Philosophical Transactions of the Royal Society*, 359(1449), 1435–1446.
- Herring, S. C. (1996). Two variants of an electronic message system. In S. C. Herring (Ed.), *Computer-mediated communication. Linguistic, social and cross-cultural perspectives* (pp. 81-106). Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- Herzog, H. (1944). What do we really know about daytime serial listeners? In P.F. Lazarsfeld (ed.), *Radio Research 1942-3* (pp. 2–23). London: Sage.
- Hewitt, A., & Forte, A. (2006, November) *Crossing Boundaries: Identity Management and Student/Faculty Relationships on the Facebook*. Paper presented in CSCW'06, Banff, Alberta, Canada.
- Hillery, G.A. (1955). Definitions of community: areas of agreement. *Rural Sociological*, 20, 194-204.
- Hogan, B. (2008). Analyzing social networks via the Internet. In N. Fielding, R. Lee, & G. Blank (Eds.). *Sage Handbook of Online Research Methods*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hoyle, R.H. (2011). *Structural equation modeling for social and personality psychology*. London, UK: Sage Publications.
- Howard, P. N., Rainie, L., & Jones, S. (2001). Days and nights on the Internet: The impact of a diffusing technology. *American Behavioral Scientist*, 45(3), 383–404.

Hou, H.-T., Wang, S.-M., Lin, P.-C., & Chang, K.-E. (2015). Exploring the learner's knowledge construction and cognitive patterns of different asynchronous platforms: Comparison of an online discussion forum and Facebook. *Innovations in Education and Teaching International*, 52, 610–620.

Hsiao, C.H., Chang, J.J. & Tang, K.Y. (2015). Exploring the influential factors in continuance usage of mobile social apps: satisfaction, habit, and customer value perspectives. *Telematics and Informatics*, 33(2), 342-355.

Hwang, H. (2005). *Predictors of Instant Messaging: Gratifications sought, gratifications obtained and social presence*. Paper presented at the annual meeting of the International communication Association, New York.

Joinson, A. N. (2008) Looking at, looking up or keeping up with people?: motives and use of Facebook. In Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI), (Florence, Italy, 2008), *Association for Computing Machinery (ACM) Press*, 1027-1036.

Jones, S., & Madden, M. (2002). The Internet goes to college: How students are living in the future with today's technology. *Pew Internet and American Life Project*.

Ανακτήθηκε στις 10/9/2014 από: http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_College_Report.pdf

Kalpidou, M., Costin, D., & Morris, J. (2011). The Relationship between Facebook and the Well-Being of Undergraduate College Students. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 14(4), 183-189.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2009d). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53 (1), 59-68.

Karimi, L., Khodabandelou, R., Ehsani, M., & Ahmad, M. (2014). Applying the Uses and Gratifications Theory to Compare Higher Education Students' Motivation for Using Social Networking Sites: Experiences from Iran, Malaysia, United Kingdom, and South Africa. *Contemporary Educational Technology*, 5(1), 53-72.

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of Mass Communication by the Individual. In J. G. Blumler, & E. Katz (Eds.), *The Uses and Gratifications of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research* (pp.19-34). Beverly Hills, CA: Sage Publications.

Katz, J. E., Rice, R. E., & Aspden, P. (2001). The Internet, 1995–2000: Access, civic involvement, and social interaction. *American Behavioral Scientist*, 45(3), 405–419.

Katz, J. E., & Rice, R. E. (2002). Syntopia: access, civic involvement, and social interaction on the Net. In C. Haythornthwaite and B. Wellman (Ed.), *The Internet in everyday life* (pp. 114-138). Malden, MA: Blackwell.

Kaya, T. & Bicen, H. (2016). The effects of social media on students' behaviors; Facebook as a case study. *Computers in Human Behavior*, 59, 374-379.

Khan S., Gagné M., Yang L., Shapka J. (2016). Exploring the relationship between adolescents' self-concept and their offline and online social worlds. *Computers in Human Behavior*. 55(Pt B) 940–945.

Kiesler, S. (ed.). 1997. *Culture of the Internet*. Mahwah, N.J.

Knight McCord, J., Cleary, D., Grant, N., Herron, A., Jumbo, S., Lacey, T., Livingston, T., Robinson, S., Smith, R., Emanuel, R. (2016). What social media sites do college students use most. *Journal of Undergraduate Ethnic Minority Psychology*, 2 (21).

Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukhopadhyay, T., & Scherlis, W. (1998). Internet Paradox: a Social Technology that Reduces Social Involvement and Psychological Well-being? *American Psychologist*, 53(9), 1017–1031.

Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V., & Crawford, A. (2002). Internet Paradox Revisited. *Journal of Social Issues*, 58(1), 49–74.

Ku, Y., R. Chen, & H. Zhang (2013). Why do Users Continue using Social Networking Sites? an Exploratory Study of Members in the United States and Taiwan. *Information & Management* 50 (7), 571-581.

Kuh, G. D., Cruce, T. M., Shoup, R., Kinzie, J., & Gonyea, R. M. (2008). Unmasking the effects of student engagement on first-year college grades and persistence. *Journal of Higher Education*, 79 , 540–563.

Kubey, R. W., Lavin, M. J., & Barrows, J. R. (2001). Internet use and collegiate academic performance decrements: early findings. *Journal of Communication, 51*(2), 366-382.

Lancaster, S., Yen, C. D, Huang, H. A., & Hung, Y. S. (2007). The selection of instant messaging or e-mail. College student's perspectives for computer communication. *Information Management & Computer Security, 15*(1), 5-22.

Lampe, C., Ellison, N., & Steinfield, C. A. (2006) *Face(book) in the Crowd: Social Searching vs. Social Browsing*. In proceedings of Association for Computing Machinery (ACM) Special Interest Group on Computer-Supported Cooperative Work. ACM Press, 167–170.

Lampe, C., Wohn, D. Y., Vitak, J., & Ellison, N. & Wash, R. (2011). Student use of Facebook for organizing collaborative classroom activities. *International Journal of Computer-Supported Collaborative Learning, 6*(3), 329-347.

Lave, J., & Wenger, E. (1991). *Communities of Practice: Learning, Meaning and Identity*. New York: Cambridge University Press.

Lave, J (2003). Producing the future: getting to be British. *Antipode 35*, 492- 511

Lavigne, L., G., Vallerand, R. J., & Crevier-Braud, L. (2011). The Fundamental Need to Belong: On the Distinction Between Growth and Deficit-Reduction Orientations. *Personality and Social Psychology Bulletin, 37*(9), 1185–1201.

Lei L., Liu M. (2005). The relationship of adolescents' personality with their using social service of internet. *Acta Psychologica Sinica*, 37, 797–802.

Lenhart, A., Rainie, L., & Lewis, O. (2001), Teenage life online: the rise of the instant-message generation and the internet's impact on friendships and family relationships. *Pew Internet and American Life Project*. Ανακτήθηκε στις 3/10/2014 από: www.pewinternet.org

Leung, L. (2001). College student motives for chatting on ICQ. *New Media & Society*, 3, 483-500.

Leiner, B., Cerf, V., Clark, D., Kahn, R., Kleinrock, L., Lynch, D., Postel, J., Roberts, L. Wolff, S .(2003). A brief history of the Internet. Ανακτήθηκε στις 10 Μαρτίου, 2018 από: <https://www.internetsociety.org/internet/history-internet/brief-history-internet/>

Lin, N. (2001). *Social Capital: A Theory of Social Structure & Action*. New York: Cambridge University Press.

Lleras, C. (2005). Path analysis. In K. Kempf-Leonard (Ed.). *Encyclopedia of Social Measurement* (Vol. 3, 25-30). New York: Academic Press.

Lockard, J. (1997). Progressive Politics, Electronic Individualism and the Myth of Virtual Community', in D. Porter (ed.) *Internet Culture*. London: Routledge.

Mackenzie, A. & Dalby, S. (2003): *Moving mountains: community and resistance in the Isle of Harris, Scotland, and Cape Breton, Canada*. *Antipode* 35, 309-333.

Madge, C., Meek, J., Wellens, J., Hooley, T. (2009). Facebook, social integration and informal learning at university: “It is more for socializing and talking to friends about work than for actually doing work”. *Learning Media and Technology*, 34 (2) 141-155.

Manca S., & Ranieri M., (2016). Is Facebook still a suitable technology-enhanced learning environment? An updated critical review of the literature from 2012 to 2015. *Journal of Computer Assisted Learning*, 32, 503–528.

Maranto, G., & Barton, M. (2010). Paradox and Promise: MySpace, Facebook, and the Sociopolitics of Social Networking in the Writing Classroom. *Computers and Composition*, 27(1), 36-47.

Matthews, P. (2015) Neighbourhood belonging, social class and social media – providing ladders to the cloud. *Housing Studies*, 30 (1), 22 – 39.

Mazer, J. R., Murphy, R. E., & Simonds, C. J. (2007). I’ll see you on “Facebook”: The effects of computer-mediated teacher self-disclosure on student motivation, affective learning, and classroom climate. *Communication Education*, 56 (1), 1-17.

Mazman, G. & Usluel Y.K (2011). Gender Differences in Using Social Networks. The *Turkish Online Journal of Educational Technology*, volume 10, Issue2.

Matei, S., Ball-Rokeach, S. (2001). Real and Virtual Social ties. Connections in the Everyday Lives of Seven Ethnic Neighborhoods. *American Behavioral Scientist* 45, 550

- McCormick, N. B., & McCormick, J. W. (1992). Computer friends and foes: Content of undergraduate's electronic mail. *Computers in Human Behavior*, 8, 379-405.
- McKenna, K. Y. A., Green, & A. S. & Gleason, M. E. J. (2002). Relationship formation on the Internet: What's the big attraction? *Journal of Social Issues*, 58, 9-31.
- McMillian, D. W., & Chavis, D. M. (1986). Sense of community: A definition and theory. *Journal of Community Psychology*, 14, 6-22.
- McQuail, D. (2005). *Mcquail's Mass Communication Theory*. 5th ed. London: SAGE Publications
- Milgram, S (1967): The small world problem. *Psychology Today* 1, 62-67
- Miron, E., & Ravid, G. (2015). Facebook groups as an academic teaching aid: Case study and recommendations for educators. *Educational Technology & Society*, 18, 371-384.
- Morahan-Martin, J., & Schumacher, P. (2003). Loneliness and social uses of the Internet. *Computers and Human Behavior*, 19(6), 659-671.
- Morris, M., & Ogan, C. (1996). The Internet as mass medium. *Journal of Communication*, 46(1), 39-50.
- Mounts, N., Valentiner, D., Anderson, K., & Boswell, M. S., (2006). Shyness, sociability, and parental support for the college transition: Relation to adolescents' adjustment. *Journal of Youth and Adolescence*, 35(1), 71-80.

Muscanell, N.L., Guadagno, R.E (2012). Make new friends or keep the old: Gender and personality differences in social networking use. *Computers in Human Behavior*, 28, 107–112.

Newhagen, J. E., & Rafaeli, S. (1996). Why communication researchers should study the Internet: A dialogue. *Journal of Communication*, 46, 4-13.

Nie, N. H., Hillygus, D.S., & Erbring, L. (2002). Internet Use, Interpersonal Relations, and Sociability: a Time Diary Study. In B. Wellman, & C. Haythornthwaite (Eds.), *The Internet in Everyday Life* (pp 215-243). Malden, MA: Blackwell.

Nie, N.H., & Erbring, L. (2002). Internet and Society: A Preliminary Report. *IT&Society* (1:1), 275- 283.

Nisbet, R., & Perrin, R. G. (1977). *The social bond*. New York: Knopf.

Nisbet, R., (1966). *The Sociological Tradition*. New York: Basic Books.

Noll, M. (1997). *Highway of Dreams. A critical view along the Information Superhighway*. Lawrence Erlbaum Associates: Mahwah, New Jersey.

Oloo, F. L. (2013). " *Instagrification*": *Uses and gratification of instagram by university students for interpersonal communication* (Doctoral dissertation, Eastern Mediterranean University (EMU)-Doğu Akdeniz Üniversitesi (DAÜ)).

Oren, A., Nachmias, R., Mioduser, D. & Lahav, O. (2000). Learnnet-A model for virtual learning communities in the world wide web. *International Journal of Educational Telecommunications*, 6 (2), 141-157.

O'Reilly, T. (2005). *What Is Web 2.0 Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. Ανακτήθηκε στις 2/03/2018 από: <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>

Öztürk, E. (2015). Facebook as a new community of inquiry environment: An investigation in terms of academic achievement and motivation. *Journal of Baltic Science Education*, 14, 20–33.

Paige S.R, Stellefson M., Chaney B.H., Chaney J.D, Alber J.M, Chappell C., Barry A.E, (2017). Examining the Relationship between Online Social Capital and eHealth Literacy: Implications for Instagram Use for Chronic Disease Prevention among College Students. *American Journal of Health Education* 48 (4) 264-277.

Papacharissi, Z., & Rubin, A. M. (2000). Predictors of Internet use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44, 175-196.

Papacharissi, Z. (2011). *A Networked Self. Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. Routledge: New York.

Papacharissi, Z. & Mendelson, A. (2011). Toward a New(er) Sociability: Uses, Gratifications and Social Capital on Facebook. In S. Papathanassopoulos (Ed), *Media Perspectives for the 21st Century*, Routledge.

- Park, N. and Lee, H. (2014). Gender Differences in Social Networking on Smartphones: A Case Study of Korean College Student Smartphone Users. *International Telecommunications Policy Review*, 21(2), 1-18.
- Parks, M. R., & Floyd, K. (1996). Making friends in cyberspace, *Journal of Communication*, 46 (1), 80–97.
- Parks, M. (2011). Social network sites as virtual communities. In Z. Papacharissi (Ed.), *A networked self, Identity, Community, and Culture on Social Network Sites* (pp. 105-123). New York, NY: Routledge.
- Patra, S. K., Gadekar, R., & Krishnatray, P. (2013). Users' Gratification, Self-Schema and Facebook Behaviour: A Study of Selective Young Facebook Users. *Media Watch*, 4(1), 84-94.
- Pénard, T & Poussing, N. (2010). Internet Use and Social Capital: The Strength of Virtual Ties. *Journal of Economic Issues* 44(3), 569-595.
- Perkins, D. D., Florin, P., Rich, R. C., Wandersman, A., & Chavis, D. M. (1990). Participation and the social and physical environment of residential blocks: Crime and community context. *American Journal of Community Psychology*, 18(1), 83–115.
- Peter J., Valkenburg P. M., Schouten A. P. (2005). Developing a model of adolescent friendship formation on the internet. *Cyberpsychology Behavior* 8, 423–430.
- Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2006). Individual Difference in Perceptions of Internet Communication. *European Journal of Communication*, 21, 213-226.

PEW Internet and American Life Project (2000). Tracking Online Life: How Women Use the Internet to Cultivate Relationships with Family and Friends, *Online Internet Life Report*. May 10.

Pew Research Center (2018). *Social Media Use in 2018*. March 1.

Phillips, D. & Moberly, K. (2013). Moberly Spectacular Unhappiness: Social Life, Narcissistic Commodification, and Facebook. *Reconstruction* 13(3/4), 9.

Phillips, J. (2013) *Using Instagram in an educational context. Emerging Ed Tech*. Ανακτήθηκε στις 04/12/2017 από: <http://www.emergingedtech.com/2013/02/using-instagram-in-an-educational-context/>

Phua, J., Jin, S.V., & Kim, J. (2017). Gratifications of using Facebook, Twitter, Instagram, or Snapchat to follow brands: The moderating effect of social comparison, trust, tie strength, and network homophily on brand identification, brand engagement, brand commitment, and membership intention. *Computers in Human Behavior*, 72, 115-122.

Pinquart, M. (2003). Loneliness in married, widowed, divorced, and never-married older adults. *Journal of Social and Personal Relationships*, 20, 31–53.

Preece, J (2000). *Online Communities: Designing Usability, Supporting Sociability*. Chichester, UK: John Wiley and Sons.

Pooley, J. , Cohen, L. , & Pike, L. (2005). Can sense of community inform social capital? *The Social Science Journal*, 42(1), 71-79.

Preece, J. (2000). *Online communities: Designing usability, supporting sociability*. New York: J. Wiley & Sons.

Puhl, T., Tsovaltzi, D., & Weinberger, A. (2015). Blending Facebook into seminars for practicing argumentation: A long-term perspective on the effects of group awareness tools and scripts. *Computers in Human Behavior*, 53, 605–616.

Putnam, R. D. (1995). Bowling Alone: America's Declining Social Capital, *Journal of Democracy*, 6 (1), 65-78.

Putnam, R (2000): *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon and Shuster.

Putnam, R.D. & L.M. Feldstein (2003). *Better Together: Restoring the American Community*. New York: Simon & Schuster.

Raacke, J., & Bonds-Raacke, J. (2008). MySpace and Facebook: Applying the Uses and Gratifications Theory to Exploring Friend-Networking Sites. *CyberPsychology & Behavior*, 11(2), 169-175.

Radcliffe, S. (1999): Reimagining the nation: community, difference and national identity among indigenous and mestizo provincials in Ecuador. *Environment and Planning A* 31, 37-52.

Rainie, L., Fox, S., Horrigan, J., Lenhart, A. & Spooner, T. (2000). Tracking online life: How women use the Internet to cultivate relationships with family and friends. *Pew Internet and*

American Life Project. Ανακτήθηκε στις 3/10/2014 από:

http://www.pewinternet.org/PPF/r/11/report_display.aspx

Rainie, L., & Wellman B., (2012). *Networked: The New Social Operating System*. MIT Press: Massachusetts.

Rausch, J. L., & Hamilton, M. W. (2006). Goals and Distractions: Explanations of Early Attrition from Traditional University Freshmen . *The Qualitative Report*, 11(2), 317-334.]

Raza, S. A., Qazi, W., & Umer, A. (2017). Facebook Is a Source of Social Capital Building Among University Students: Evidence From a Developing Country. *Journal of Educational Computing Research*, 55(3), 295–322.

Recchiuti, K. (2003). *College students' uses and motives for e-mail, instant messaging, and online chat rooms*. Master's Thesis, University of Delaware. Ανακτήθηκε 4/10/2014 από:
<http://www.udel.edu/communication/web/thesisfiles/janicerecchiutithesis.pdf>

Resnick, P. (2001). Beyond bowling together: Socio-technical capital. In J. Carroll (Ed.), *HCI in the new millennium* (pp. 647-672). New York: Addison-Wesley.

Rheingold, H. (1993). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*, New York, Harper Collins.

Rheingold, H. (1994). *The virtual community*. London: Minerva.

Rheingold, H. (2000). *The virtual community : homesteading on the electronic frontier*. Cambridge, Mass. :MIT Press.

Rice, R. E.; & Love, G. (1987) .Electronic emotion: socioemotional content in a computer-mediated communication network. *Communication Research*, 14 (1), 85-108.

Rosengren, K. E., & Windahl, S. (1989). *Media Matter*. Norwood, New Jersey: Ablex.

Rosengren, K. E. (1974). Uses and gratifications: A paradigm outlined. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp.269-286). Beverly Hills: Sage.

Rovai, A. P., Wighting, M. J., & Lucking, R. (2004). The Classroom and School Community Inventory: Development, refinement, and validation of a self-report measure for educational research. *Internet and Higher Education* 7(4), 263-280.

Rubin, R. B. (1994). Unwillingness-to-communicate scale. In R. B. Rubin, P. Palmgreen, & H. E. Sypher (Eds.), *Communication research measures: A sourcebook* (pp. 382-386). New York: The Guilford Press.

Rubin, R. B., Perse, E. M., & Barbato, C. A. (1988). Conceptualization and measurement of interpersonal communication motives. *Human Communication Research* 14 (4), 602-628.

Ruggiero, T. E. (2000). Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. *Mass Communication & Society*, 3, 3-37.

Ruggiero, T. E., (2009). Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. *Mass Communication and Society*, 3(1), 3-37.

Sallem, A. & Ma, M. (2017). A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students? *Social Media Society*, (3)1.

Salwen, M. B., Stacks, D. W., & Rayburn, J. D. E. (1996). *"Uses and Gratifications." An Integrated Approach to Communication Theory and Research*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Sarason, S. B. (1974). *The psychological sense of community: Perspectives for community psychology*. San Francisco: Jossey- Bass.

Sarason, S.B. (1986) Commentary: The emergence of a conceptual center. *Journal of Community Psychology*, 14, 405-407.

Sarita, S., & Suleeman, J. (2017). The Relationship between the Need to Belong and Instagram SelfPresentation among Adolescents. *UI Proceedings on Social Science and Humanities*, 1.

Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010). *A beginner's guide to structural equation modeling* (3rd ed.). New York, NY, US: Routledge/Taylor & Francis Group.

Schutz, W. C. (1966). *The interpersonal underworld*. Palo Alto, CA: Science & Behavior Books.

Selfhout M. H. W., Branje S. J. T., Delsing M., ter Bogt T. F. M., Meeus W. H. J. (2009). Different types of internet use, depression, and social anxiety: the role of perceived friendship quality. *Journal of Adolescence*, 32 819–833.

Selwyn, N. (2007). “Screw blackboard....do it on Facebook!” *An investigation of students’ educational use of Facebook*”. Paper presented at the “Poke 1.0- Facebook Social Research Symposiun” University of London.

Sharma, S. (1996). *Applied Multivariate Techniques*. New York, USA: John Wiley and Sons, Inc.

Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behaviour*, 58, 89-97.

Shen, K., Vodanovich, S. & Khalifa, M. 2015, 'The role of intensity of Facebook usage in social capital development: An example with Arab students', in K. Lambrinouidakis, V. Morabito & M. Themistocleous (eds), *EMCIS 2015: European Mediterranean & Middle Eastern Conference on Information Systems*, pp. 1-14.

Sherman, R. C., End, C., Kraan, E., Cole, A., Campbell, J., Birchmeier, Z., & Klausner, J. (2000). The Internet gender gap among college students: Forgotten but not gone? *Cyberpsychology & Behavior*, 3, 885–894.

Shklovski, I., Kiesler, S. & Kraut, R. (2003). The Internet and social interaction: a meta-analysis and critique of studies, 1995–2003. in *Domesticating Information Technology* (eds) R. Kraut, M. Brynin, and S. Kiesler, Oxford University Press, Oxford.

Short, E.W., & Christie, B (1976). *The social psychology of telecommunications*. London: John Wiley.

Siemens, G. (2005). *Connectivism: A learning theory for the digital age*. *Instructional Technology and Distance Education*, 2(1), 3-10. Ανακτήθηκε στις 2/10/2017 από: <http://www.elearnspace.org/Articles/connectivism.htm>

Siemens, G. (2009, September 12). *What is connectivism?* Ανακτήθηκε στις 2/10/2017 από: https://docs.google.com/document/d/14pKVP0_ILdPty6MGMJW8eQVEY1zi_bZ0RpQ2C0cePIgc/edit?pli=1

Silk, J (1999): *Guest editorial: the dynamics of community, place and identity*, *Environment and Planning A* 31, 19-35.

Sidman, J. (2005), "In your Facebook". *Colorado Springs Independent*. Ανακτήθηκε στις 2/10/2017 από: www.csindy.com/csindy/2005-08-11/cover.html

Simmel G (1950). The metropolis and mental life. (Wolf K W, ed.) *The sociology of Georg Simmel*. New York: Free Press. 409-24.

Simmel, G. (1917). Die Geselligkeit. Beispiel der Reinen oder Formalen Soziologie, in *Grundfragen der Soziologie (Individuum und Gesellschaft)*, Berlin-Leipzig: Göschen.

Simmel, G. (January 01, 1903). *The metropolis and mental life*. Stimuli.

Slouka, M. (1995). *War of the Worlds*. Basic Books: New York.

Spears, R., & Lea, M. (1994). Panacea or panopticon? The hidden power in computer-mediated communication. *Communication Research*, 21, 427-459.

Spencer, J. (2012, July 2). *Ten ideas for using Instagram in the classroom [Web log post]*.

Ανακτήθηκε στις 2/03/2018 από: <http://www.educationrethink.com/2012/07/ten-ideasfor-using-instagram-in.html>

Spies Shapiro, L. A., & Margolin, G. (2014). Growing up wired: Social networking sites and adolescent psychosocial development. *Clinical Child and Family Psychology Review*, 17(1), 1-18.

Stafford, L., Kline, S., & Dimmick, J. (1999). Home email: Relational maintenance and gratification opportunities. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 43(4), 659–669.

Stafford, T. F., Stafford, M. P., Schkade, L. L. (2004). Determining uses and gratifications for the Internet. *Decision Sciences*, 35(2), 259-289.

Staheli, L. & Thompson, A. (1997): *Citizenship, community and struggles for public space*. The Professional Geographer 49, 28-38.

Stephenson-Abetz, J. & Holman, A. (2012). Home is Where the Heart is: Facebook and the Negotiation of “Old” and “New” During the Transition to College. *Western Journal of Communication* 76(2), 175-193.

Stoll, C. (1995). *Silicon Snake Oil*. Doubleday: New York.

Strater, K., Richter, H. (2007, July). *Examining Privacy and Disclosure in a Social Networking Community*. Symposium On Usable Privacy and Security (SOUPS) 2007, Pittsburgh, PA, USA.

Stutzman, F. (2006, July). *An evaluation of identity-sharing behavior in social network communities*. Paper presented at the iDMAa and IMS Code Conference, Oxford, Ohio.

Stutzman, F. (2008). *Longitudinal Analysis of Freshman Adoption of Facebook.com*. In Proceedings of iConference 2008. Los Angeles, CA.

Sutherland, K., Davis, C., Terton, U., & Visser, I. (2018). University student social media use and its influence on offline engagement in higher educational communities. *Student Success*, 9 (2), 13-24.

Tannen, D. (1994). *Gender and Discourse*. New York: Oxford University Press.

Tennent, L., Farrell, A., & Tayler, C. (2005). *Social capital and sense of community: What do they mean for young children's success at school?* Paper Presented at the AARE Annual Conference , Parramatta.

Ting, C. T. (2014). A Study of Motives, Usage, Self-presentation and Number of Followers on Instagram. *Discovery–SS Student E-Journal*, 3, 1- 35.

Tinto, V. (1987). *Leaving College: Rethinking the causes and Cures of Student Attrition*. Chicago: University of Chicago Press.

Tinto, V. (1997). Colleges as communities: Exploring the educational character of student persistence. *Journal of Higher Education*, 68, 599-623.

Tinto, V. (2005), Epilogue: Moving from theory to action. In A. Seidman (Ed.), *College student retention: Formula for student success*. Westport, CT: ACE/Praeger.

Thompson, B. (2004). *Exploratory and confirmatory factor analysis: Understanding concepts and applications*. Washington, DC: American Psychological Association.

Tönnies F. (2001) (ed. Jose Harris). *Community and Civil Society*, Cambridge University Press. Cambridge

Tufekci, Z., & Spence, K.(2008, December) *Emerging Gendered Behavior on Social Network Sites: Negotiating Between the Pull of the Social and the Fear of the Stalker*. Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, TBA, San Francisco, CA, Ανακτήθηκε στις 18/12/2016 από: http://www.allacademic.com/meta/p171815_index.html

Turkle, S. (1995). *Life on the screen: Identity in the age of the Internet*. New York: Simon & Schuster.

Turkle, Sherry. (1999). Cyberspace and Identity. *Contemporary Sociology-a Journal of Reviews*, 28, 643-648.

Turkle, S. (2011). *Alone together : why we expect more from technology and less from each other*. New York :Basic Books.

University of California, Los Angeles, Center for Communication Policy. (2003, January). *The UCLA Internet report: Surveying the digital future*. Ανακτήθηκε στις 12 Αυγούστου 2016 από: <http://www.ccp.ucla.edu>

Valenzuela, S., Park, N., & Kee, K (2008, April). *Lessons from Facebook: The Effect of Social Network Sites on College Students' Social Capital*. Paper submitted to the 9th International Symposium on Online Journalism in Austin, Texas.

Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2007). Online communication and adolescent well-being: Testing the stimulation versus the displacement hypothesis. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12 (4), article2. Ανακτήθηκε στις 3/9/2015 από: <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/valkenburg.html>

Vrocharidou, A., Asderaki, F. & Korres, K. (2011). *Facebook's academic utility in Greek Higher Education: The case of International and European Studies' students*. In Alexanders, N., Vlamos, P., Douligeris, Car., & Belesiotis, B. 3rd Conference on Informatics in Education 2012, Greek Computer Society, pp. 488-499.

Vrocharidou, A. & Efthymiou, I. (2012). Computer Mediated Communication for social and academic purposes: profiles of use and university students' gratifications. *Computers and Education* 58(1), 609-616.

Wajcman, J. (1995). Feminist Theories of Technology. In S. Jasanoff, G. Markle., J.C. Petersen., & T. J. Pinch (Eds.), *Handbook of Science and Technology Studies* (pp189-205). London: Sage Publications.

Walker, K. N., MacBride, A., & Vachon, M. L. S. (1977). Social Support Networks and the Crisis of Bereavement. *Social Science & Medicine*, 11, 35-41.

Walther, B. (1992). Interpersonal effects in computer-mediated interaction: A relational perspective. *Communication Research*, 19, 52–90.

Walther, J. (1996). Computer –mediated Communication: Impersonal, Interpersonal, and Hyperpersonal interaction. *Communication research*, 23, 3-43.

Wang, S., & Vasquez, C. (2014). The effect of target language use in social media on intermediate-level Chinese language learners' writing performance. *CALICO Journal*, 31, 78–102.

Wagner, K. (2015). Instagram is the fastest growing major social network. Ανακτήθηκε στις 3/02/2018 από: <http://recode.net/2015/01/09/instagram-is-the-fastest-growing-major-social-network/>.

Wasserman, I. M., & Richmond-Abbott, M. (2005). Gender and the Internet: Causes of variation in access, level, and scope of use. *Social Science Quarterly*, 86, 252–270.

Watts, D.J. 2003. *Six Degrees. The Science of a Connected Age*. London: William Heinemann.

Webber, M.M. (1963). Order in diversity: community without propinquity, in Wingo, L. (ed.) *Cities and space.*, (pp. 23–56). Johns Hopkins University Press. Baltimore.

Wenger, E. (1998). Communities of Practice: Stewarding Knowledge, unpublished manuscript.

Wenger, E. (2001). Communities of Practice. In N. J. Smelser and P. B. Baltes (eds.) *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*. New York: Elsevier. pp. 2339-2342.

Wellman, B. (1978). *The community question: the intimate networks of East Yorkers*. Centre for Urban & Community Studies, University of Toronto, Toronto.

Wellman, B (1979). The Community Question: The Intimate Networks of East Yorkers. *American Journal of Sociology*, 84(5), 1201-1231

Wellman, B., Peter C., & Hall, A. (1988). Networks as Personal Communities. In Wellman B. and Berkowitz. S.D. (eds) *Social Structures: A Network Approach* (pp. 130- 84). Cambridge: Cambridge University Press.

Wellman, B. (1979). The community question. *American Journal of Sociology*, 84, 1201–31.

Wellman, B. (1992). Men in networks: Private communities, domestic friendships. In P. M. Nardi (Ed.), *Men's friendships* (pp. 74-114). London: Sage.

Wellman, B. (2001). Physical Place and Cyberplace. *International Journal of Urban and Regional Research*, 25(2), 227-252.

Wellman, B., Quan-Haase, A., Witte, J., & Hampton, K. (2001). Does the Internet increase, decrease, or supplement social capital? Social networks, participation, and community commitment. *American Behavioral Scientist*, 45(3), 437-456.

Wellman, B., Salaff, J., Dimitrova, D., Garton, L., Gulia, M., & Haythornthwaite, C. (1996). Computer networks as social networks: Virtual community, computer-supported cooperative work and telework. *Annual Review of Sociology*, 22, 213–238.

Wellman, B., & Gulia, M. (1999). Net-surfers don't ride alone: Virtual communities as communities. In B. Wellman (Ed.), *Networks in the global village: Life in contemporary communities* (pp. 331 – 366). Boulder, CO: Westview Press.

Wellman, B. (1999). The network community: An introduction. In B. Wellman (Ed.), *Networks in the global village: Life in contemporary communities* (pp. 1 – 48). Boulder, CO: Westview Press.

Wellman, B., Haase, A. Q., Witte, J., & Hampton, K. (2001). Does the Internet Increase, Decrease, or Supplement Social Capital? Social Networks, Participation, and Community Commitment. *American Behavioral Scientist*, 45(3), 437-456.

Wellman, B. (2001a). *The Persistence and Transformation of Community: From neighbourhood groups to social networks*. Ottawa:Law Commission of Canada.

Wellman, B. (2001b). Physical Place and Cyber-Place: Changing portals and the rise of networked individualism. *International Journal for Urban and Regional Research*, 25(2), 227-252.

West, C., & Fenstermaker, S. (1993). *Power, inequity and the accomplishment of gender: An ethnomethodological view*. New York: Aldine.

Wilcox, P., Winn, S., & Gauld, M. F., (2005): 'It was nothing to do with the university, it was just the people': the role of social support in the first-Year experience of higher education. *Studies in Higher Education*, 30 (6), 707-722

Williams, D. (2006). On and off the 'net: Scales for social capital in an online era. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 593-628.

Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (1997). *Mass Media Research*. Wadsworth Publishing Company.

Wirth, L. (1938). Urbanism as a way of life. *American Journal of Sociology*, 44(1), 24.

Worsley, P. (1987). *The new introducing sociology*. Penguin: Ringwood, Australia.

Yerbury, H. (2012). Vocabularies of community. *Community Development Journal*, 47(2), 184 – 198.

Yorke, M. & Longden, B. (2008). The first-year experience of higher education in the UK. Final Report. Higher Education Academy, UK. Ανακτήθηκε στις 12/03/2016 από: HEA <http://www.heacademy.ac.uk/assets/York/documents/resources/publications/FYEFinalReport.pdf>

Zack, M. H., & McKenney, J. L. M. (1995), Social context and interaction in ongoing computer-supported management groups. *Organization Science*, 6(4), 394-422.

Zarkin, D. F. (1983). Physical attractiveness, sociability, athletic ability, and children's preference for their peers. *Journal of Psychology*, 115, 117-122.

Zhang, Y., Tang, L., & Leung, L. (2011). Gratifications, Collective Self-Esteem, Online Emotional Openness, and Trait-like Communication Apprehension as Predictors of Facebook Uses. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(12), 733-739.

Zins, J. E., Bloodworth, M. R., Weissberg, R. P., & Walberg, H. J. (2004). The scientific base linking social and emotional learning to school success. In J. E. Zins, R. P. Weissberg, M. C. Wang & H. J. Walberg (Eds.), *Building academic success on social and emotional learning: What does the research say?* (pp. 3-22). New York: Teachers College Press.

Zywika, J., & Danowski, J. (2008). The Faces of Facebookers: Investigating Social Enhancement and Social Compensation Hypothesis: Predicting Facebook TM and Offline Popularity from sociability and self-esteem, and mapping the meanings of popularity with semantic networks. *Journal of Computer-Mediated Communication* 14, 1-34.

Ελληνική Βιβλιογραφία

Βροχαρίδου, Α. (2009). *Η Επικοινωνία μέσω Υπολογιστή και οι Επιδράσεις της στην Κοινωνική και Ακαδημαϊκή Ζωή των φοιτητών/τητριών: Έμφυλες Διαστάσεις*. Μη δημοσιευμένη Διπλωματική Εργασία. Πανεπιστήμιο Αιγαίου.

Γιαννακόπουλος Κωνσταντίνος, 2005. *Εικονικές Κοινότητες. Μια κοινωνιολογική προσέγγιση του Διαδικτύου*. Αθήνα: Εκδόσεις: Παπαζήση.

Γιώτα, Κ. (2015). *Ο ρόλος της επικοινωνίας μέσω διαδικτύου με τη χρήση υπολογιστή στη διαδικασία κοινωνικής αλληλεπίδρασης και ανάπτυξης διαπροσωπικών σχέσεων*. Διδακτορική Διατριβή: Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Σχολή Επιστημών του Ανθρώπου, Τμήμα Παιδαγωγικό Ειδικής Αγωγής.

Διαμαντάκη, Κ. (2008). *Η Δυνητική Κοινότητα. Μια ανάλυση της κοινοτικής εμπειρίας στην Ύστερη Νεωτερικότητα*. Δημοσιευμένη Διδακτορική Διατριβή. Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο. Τμήμα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης.

Καστέλς Μ. (2005). *Ο γαλαξίας του Διαδικτύου. Στοχασμοί για το Διαδίκτυο, τις επιχειρήσεις και την κοινωνία*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.

Κούρτη, Ε., (2003). *Η Επικοινωνία στο Διαδίκτυο*. Αθήνα: Εκδόσεις: Ελληνικά Γράμματα.

Κυριαζή, Κ. (1998). *Η Κοινωνιολογική έρευνα: Κριτική επισκόπηση των μεθόδων και των τεχνικών*. Αθήνα: Ελληνικές Επιστημονικές Εκδόσεις.

Λις, Κ.Τ.Κ. (2017). Γλωσσικές πρακτικές των νέων σε τόπους κοινωνικής δικτύωσης: η περίπτωση του facebook. Διδακτορική Διατριβή: Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης (ΑΠΘ). Σχολή Οικονομικών και Πολιτικών Επιστημών. Τμήμα Δημοσιογραφίας και ΜΜΕ.

ΜακΚουέιλ, Ν., & Βίνταλ, Σ.(2001). *Σύγχρονα Μοντέλα Επικοινωνίας για τη μελέτη της μαζικής επικοινωνίας*. Αθήνα: Καστανιώτης.

Παναγιωτόπουλος, Χ. (1998). Το Internet. Στο Α. Κόκκος, Α. Λιοναράκης, Χ. Ματράλης, & Χ. Παναγιωτόπουλος, *Ανοιχτή και εξ αποστάσεως εκπαίδευση. Το εκπαιδευτικό υλικό και οι νέες τεχνολογίες*. Τόμος Γ. Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο.

10. Παραρτήματα

10.1 Ερευνητικό Εργαλείο-Ερωτηματολόγιο

Επικοινωνία Μέσω Υπολογιστή- Ιστοσελίδες Κοινωνικής Δικτύωσης και Φοιτητές/τήτριες: Οι κοινωνικές επιπτώσεις της χρήσης του Facebook και του Instagram στη φοιτητική κοινότητα

Έρευνα στα πλαίσια της Διδακτορικής Διατριβής της Βροχαρίδου Ανατολής: «Επικοινωνία μέσω υπολογιστή- Ιστοσελίδες Κοινωνικής Δικτύωσης και Φοιτητές/τήτριες: Οι κοινωνικές επιπτώσεις της χρήσης του Facebook και του Instagram στη Φοιτητική Κοινότητα

Αγαπητή φοιτήτρια, αγαπητέ φοιτητή,

Η συγκεκριμένη έρευνα αφορά φοιτητές και φοιτήτριες οι οποίοι/ες κάνουν χρήση εφαρμογών επικοινωνίας μέσω υπολογιστή, όπως οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης Facebook και Instagram. Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι να διερευνήσει τις κοινωνικές επιπτώσεις από τη χρήση του Facebook και του Instagram στη φοιτητική κοινότητα των Πανεπιστημιακών Τμημάτων της Σχολής Επιστημών της Διοίκησης που εδράζονται στη Χίο.

Σε καλούμε να συμβάλλεις στην επιτυχή ολοκλήρωση της σχετικής έρευνας διαθέτοντας λίγο από το χρόνο σου για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου που ακολουθεί. Μελέτησε προσεκτικά κάθε ερώτηση και απάντησε σύμφωνα με τις δικές σου απόψεις και εμπειρίες. Δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις σε αυτό το ερωτηματολόγιο.

Από την πλευρά μας, σε διαβεβαιώνουμε ότι, σε κάθε περίπτωση, προστατεύεται η ανώνυμη συμμετοχή σου και η εμπιστευτικότητα των στοιχείων που θα συλλεχθούν, τα οποία θα αξιοποιηθούν μόνο για τους στόχους της συγκεκριμένης έρευνας, σύμφωνα με τους κανόνες δεοντολογίας.

Ευχαριστούμε εκ των προτέρων για τη συμμετοχή σου,

*** Απαιτείται**

1. **Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε το Facebook;** * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

1-3 φορές την ημέρα

3-6 φορές την ημέρα

6-9 φορές την ημέρα

σχεδόν συνέχεια

Άλλο: _____

2. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε το Instagram; * Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1-3 φορές την ημέρα

3-6 φορές την ημέρα

6-9 φορές την ημέρα

σχεδόν συνέχεια

Άλλο: _____

3. Πόσους «φίλους» έχετε στο Facebook; * Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

0-150

150-300

300-450

450-600

600-750

750-900

Άλλο: _____

4. Πόσους «ακόλουθους» (followers) έχετε στο Instagram; * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

- 0-150
- 150-300
- 300-450
- 450-600
- 600-750
- 750-900
- Άλλο: _____

5. Πόσους «ακολουθείτε» (following) στο Instagram; * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

- 0-150
- 150-300
- 300-450
- 450-600
- 600-750
- 750-900
- Άλλο: _____

Χρησιμότητα του Facebook

Στην ενότητα αυτή περιλαμβάνονται ερωτήσεις για τη βοήθεια που προσφέρει η χρήση του Facebook για την επίτευξη αντίστοιχων σκοπών/λειτουργιών. Πόσο σας βοηθάει το Facebook στην επίτευξη των αντίστοιχων σκοπών / λειτουργιών; (Συμπληρώστε τον κατάλληλο αριθμό σύμφωνα με την παρακάτω κλίμακα: 1=καθόλου βοηθητικό και 5=εξαιρετικά βοηθητικό).



6. Για να παραμένω σε επαφή με φίλους/οικογένεια που ζουν μακριά * Να
επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

7. Για να ανταλλάσσω πληροφορίες με τους γνωστούς μου * Να
επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

8. Για να ανταλλάσσω πληροφορίες με τους συμφοιτητές μου * Να
επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

9. Για να ανταλλάσσω προσωπικά μηνύματα με πολύ κοντινούς μου ανθρώπους * Να
επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

10. Για να ανταλλάσσω προσωπικά μηνύματα με τους συμφοιτητές μου * Να
επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

11. Για να μοιράζομαι ιδέες, απόψεις και περιεχόμενο * Να
επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

12. Για να μοιράζομαι ιδέες, απόψεις και περιεχόμενο με τους συμφοιτητές μου * Να
επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

13. Για να αισθανθώ ότι νοιάζονται για εμένα ή για να εκφράσω ότι νοιάζομαι για αυτούς (μέσω των comments, likes, emoticons) *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

14. Για να αισθανθώ ότι οι συμφοιτητές μου νοιάζονται για εμένα ή για να εκφράσω ότι νοιάζομαι για αυτούς (μέσω των comments, likes, emoticons) *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

15. Για να παρουσιάσω τον εαυτό μου στους άλλους * Να

επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

16. Για να εκφράσω τη δημιουργικότητά μου με αναρτήσεις, φωτογραφίες και βίντεο * Να

επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

17. Για το συντονισμό κοινωνικών εκδηλώσεων με γνωστούς μου ανθρώπους * Να

επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

18. Για το συντονισμό κοινωνικών εκδηλώσεων με τους συμφοιτητές μου * Να

επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

19. Για να περάσω την ώρα μου * Να

επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

20. Για να λάβω πληροφορίες για άλλους ανθρώπους * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

21. Για να λάβω πληροφορίες για συμφοιτητές μου * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

22. Για να ανταλλάσσω προσωπικά μηνύματα με τους συμφοιτητές μου για θέματα σχετικά με τα μαθήματα * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

23. Για να ανταλλάσσω πληροφορίες με τους συμφοιτητές μου για θέματα σχετικά με τα μαθήματα σε ομάδες/σελίδες του Πανεπιστημιακού Τμήματος μου * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

24. Για να επικοινωνώ με διδάσκοντες για θέματα σχετικά με τα μαθήματά μου * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

25. Για να επικοινωνώ με πανεπιστημιακές οργανώσεις/ομάδες/συνδέσμους, στα οποία συμμετέχω * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

26. Για συντονισμό, κατά την εκτέλεση ομαδικών εργασιών με συμφοιτητές μου * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

27. Για να ανταλλάσσω πληροφορίες σχετικά με εκδηλώσεις ή νέα του Πανεπιστημιακού Τμήματος μου * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
--	---	---	---	---	---	--

καθόλου βοηθητικό

εξαιρετικά βοηθητικό

Χρησιμότητα του Instagram

Στην ενότητα αυτή περιλαμβάνονται ερωτήσεις για τη βοήθεια που προσφέρει η χρήση του Instagram για την επίτευξη αντίστοιχων σκοπών/λειτουργιών. Πόσο σας βοηθάει το Instagram στην επίτευξη των αντίστοιχων σκοπών / λειτουργιών; (Συμπληρώστε τον κατάλληλο αριθμό σύμφωνα με την παρακάτω κλίμακα: 1=καθόλου βοηθητικό και 5=εξαιρετικά βοηθητικό).



28. Για να παραμένω σε επαφή με φίλους/οικογένεια που ζουν μακριά * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

1 2 3 4 5

καθόλου βοηθητικό

εξαιρετικά βοηθητικό

29. Για να ανταλλάσσω πληροφορίες με τους γνωστούς μου * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

1 2 3 4 5

καθόλου βοηθητικό

εξαιρετικά βοηθητικό

30. Για να ανταλλάσσω πληροφορίες με τους συμφοιτητές μου * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

1 2 3 4 5

καθόλου βοηθητικό

εξαιρετικά βοηθητικό

31. Για να ανταλλάσσω προσωπικά μηνύματα με πολύ κοντινούς μου ανθρώπους * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

1 2 3 4 5

καθόλου βοηθητικό

εξαιρετικά βοηθητικό

32. Για να ανταλλάσσω προσωπικά μηνύματα με τους συμφοιτητές μου * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

33. Για να μοιράζομαι ιδέες, απόψεις και περιεχόμενο * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

34. Για να μοιράζομαι ιδέες, απόψεις και περιεχόμενο με τους συμφοιτητές μου * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

35. Για να αισθανθώ ότι νοιάζονται για εμένα ή για να εκφράσω ότι νοιάζομαι για αυτούς (μέσω των comments, likes, emoticons) * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

36. Για να αισθανθώ ότι οι συμφοιτητές μου νοιάζονται για εμένα ή για να εκφράσω ότι νοιάζομαι για αυτούς (μέσω των comments, likes, emoticons) *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

37. Για να παρουσιάσω τον εαυτό μου στους άλλους * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

38. Για να εκφράσω τη δημιουργικότητά μου με αναρτήσεις, φωτογραφίες και βίντεο * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό						εξαιρετικά βοηθητικό

39. Για το συντονισμό κοινωνικών εκδηλώσεων με γνωστούς μου ανθρώπους * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

40. Για το συντονισμό κοινωνικών εκδηλώσεων με τους συμφοιτητές μου * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

41. Για να περάσω την ώρα μου * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

42. Για να λάβω πληροφορίες για άλλους ανθρώπους * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

43. Για να λάβω πληροφορίες για συμφοιτητές μου * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

44. Για να ανταλλάσσω προσωπικά μηνύματα με τους συμφοιτητές μου για θέματα σχετικά με τα μαθήματα * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

45. Για να ανταλλάσσω πληροφορίες με τους συμφοιτητές μου για θέματα σχετικά με τα μαθήματα σε ομάδες/σελίδες του Πανεπιστημιακού Τμήματος μου * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

46. Για να επικοινωνώ με διδάσκοντες για θέματα σχετικά με τα μαθήματά μου * Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

47. Για να επικοινωνώ με πανεπιστημιακές οργανώσεις/ομάδες/συλλόγους, στα οποία συμμετέχω * Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

48. Για συντονισμό, κατά την εκτέλεση ομαδικών εργασιών με συμφοιτητές μου * Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

49. Για να ανταλλάσσω πληροφορίες σχετικά με εκδηλώσεις ή νέα του Πανεπιστημιακού Τμήματός μου * Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	
καθόλου βοηθητικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	εξαιρετικά βοηθητικό

Σύνδεση Κοινωνικού Κεφαλαίου

Κλίμακα Σύνδεσης Κοινωνικού Κεφαλαίου

Ο όρος Πανεπιστημιακό Τμήμα αφορά σε όλα τα άτομα που συμμετέχουν στη λειτουργία του, όπως φοιτητές, διοικητικό προσωπικό, εκπαιδευτικό προσωπικό.

50. Ενδιαφέρομαι για το τι συμβαίνει στο Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτώ * Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

51. Η διάδραση με τους ανθρώπους στο Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτώ, με κάνει να θέλω να δοκιμάσω νέα πράγματα * Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

52. Η διάδραση με τους ανθρώπους στο Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτώ, με κάνει να αισθάνομαι μέρος μιας μεγαλύτερης κοινότητας * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

53. Έχω τη διάθεση να αφιερώσω χρόνο για να υποστηρίξω γενικές δράσεις του Πανεπιστημιακού Τμήματος, όπου φοιτώ * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

54. Στο Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτώ, έρχομαι σε επαφή με νέα άτομα συνέχεια * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

55. Η διάδραση με τους ανθρώπους στο Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτώ, μου θυμίζει πως όλοι στον κόσμο είναι συνδεδεμένοι *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Γεφύρωση Κοινωνικού Κεφαλαίου

Κλίμακα Γεφύρωσης Κοινωνικού Κεφαλαίου

Ο όρος Πανεπιστημιακό Τμήμα αφορά σε όλα τα άτομα που συμμετέχουν στη λειτουργία του, όπως φοιτητές, διοικητικό προσωπικό, εκπαιδευτικό προσωπικό.

56. Υπάρχουν αρκετοί άνθρωποι στο Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτώ, που μπορώ να εμπιστευτώ για να λύσω τα προβλήματά μου * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

57. Αν χρειαζόμουν ένα επείγον δάνειο των 100 ευρώ, γνωρίζω κάποιον από το Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτώ, που θα μπορούσα να απευθυνθώ * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

58. Υπάρχει κάποιος στο Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτώ, που θα μπορούσα να ζητήσω τη συμβουλή του για σημαντικές μου αποφάσεις * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

59. Δε γνωρίζω τους ανθρώπους στο Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτώ, τόσο καλά, ώστε να κάνουν κάτι σημαντικό για μένα * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

Αίσθηση της Κοινότητας με το Πανεπιστημιακό Τμήμα φοίτησης

60. Λαμβάνω ότι χρειάζομαι στο Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτώ * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

61. Το Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτώ, με βοηθάει να καλύψω τις ανάγκες μου * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

62. Αισθάνομαι ως μέλος αυτού του Πανεπιστημιακού Τμήματος, όπου φοιτώ * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

63. Συμμετέχω στις αποφάσεις του Πανεπιστημιακού Τμήματος, όπου φοιτώ * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

64. Οι άνθρωποι στο Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτώ, μπορούν να επηρεάσουν ο ένας τον άλλον * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

65. **Αισθάνομαι να έχω σύνδεση με το Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτώ *** *Να
επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

66. **Έχω καλούς δεσμούς με τους άλλους στο Πανεπιστημιακό Τμήμα, όπου φοιτώ *** *Να
επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

Κοινωνικότητα

67. **Μου αρέσει να κάνω πράγματα μόνος μου *** *Να
επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

68. **Σχεδόν πάντα προτιμώ να διαβάζω με άλλους παρά μόνος μου *** *Να
επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

69. **Έχω πιο πολλούς φίλους από τους περισσότερους ανθρώπους *** *Να
επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

70. **Είμαι πολύ κοινωνικός ***

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

71. **Μου αρέσει να αισθάνομαι ανεξάρτητος από τους άλλους ανθρώπους *** *Να
επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

72. **Τείνω να είμαι μοναχικός ***

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

73. **Προτιμώ τα πάρτι με πολύ κόσμο *** *Να
επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

74. **Κάνω φίλους πολύ εύκολα και γρήγορα *** *Να
επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

75. **Τείνω να είμαι ντροπαλός ***

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	1	2	3	4	5	
Διαφωνώ απόλυτα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απόλυτα

Ατομικά Στοιχεία

76. **Φύλο ***

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

Άνδρας

Γυναίκα

77. **Πανεπιστημιακό Τμήμα Φοίτησης ***

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

α. Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων

β. Τμήμα Ναυτιλίας & Επιχειρηματικών Υπηρεσιών

γ. Τμήμα Μηχανικών Οικονομίας και Διοίκησης

δ. Τμήμα Οικονομικής Διοίκησης Τουρισμού

78. **Έτος φοίτησης ***

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

1ο

2ο

3ο

4ο

Άλλο: _____

