



**ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (ΠΑΤΡΑ)**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΣΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ,
ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΚΑΙ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΖΩΗ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΠΟΧΗ
ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ**



**ΜΠΑΡΑΚΟΥ ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ
ΝΑΣΤΟΥ ΦΩΤΕΙΝΗ
ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΗ ΔΗΜΗΤΡΑ**

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΧΑΛΚΙΟΠΟΥΛΟΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ

ΠΑΤΡΑ, 2016

Ευχαριστίες

Με την διεκπεραίωση της πτυχιακής μας εργασίας επιθυμούμε να ευχαριστήσουμε τον καθηγητή μας κ. Χαλκιάπουλο Κωνσταντίνο για την καθοδήγηση του με τις πολύτιμες συμβουλές του καθώς επίσης και την οικογένεια μας για την αμέριστη συμπαράσταση τους καθ'όλη τη διάρκεια των σπουδών μας.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία πραγματεύεται το ρόλο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην κοινωνική, προσωπική και επαγγελματική ζωή των νέων στην εποχή της κρίσης.

Στο πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η ιστορία του διαδικτύου και τα χαρακτηριστικά του. Στο δεύτερο κεφάλαιο αναλύονται οι γενικές επιπτώσεις της χρήσης του διαδικτύου. Στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και η επίδραση που έχουν στην προσωπική και κοινωνική ζωή των ατόμων. Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζεται ο ρόλος της κοινωνικής δικτύωσης στη σύγχρονη ανεργία.

Στο πέμπτο κεφάλαιο ξεκινά το ειδικό μέρος της πτυχιακής εργασίας με τη μεθοδολογία της έρευνας που πραγματοποιήθηκε. Στο έκτο κεφάλαιο αναπτύσσονται τα αποτελέσματα της έρευνας και στη συνέχεια τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την ανάλυση που προηγήθηκε.

Λέξεις κλειδιά: διαδίκτυο, εθισμός, οικονομική κρίση, κοινωνική δικτύωση.

SUMMARY

This thesis discusses the role of social media in social, personal and professional lives of young people in times of crisis.

In the first chapter of the internet history and characteristics. The second chapter analyzes the general impact of internet use. In the third chapter, the social media and the effect they have on the personal and social life of people. In the fourth chapter the role of social networking is presented in modern unemployment.

In the fifth chapter begins the special part of this work with the methodology of the survey conducted. In the sixth chapter, the results of the investigation and then the conclusions drawn from the above analysis.

Keywords: Internet, addiction, economic crisis, social networking.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	2
SUMMARY	4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^Ο ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ.....	7
1.1 ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ.....	7
1.2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^Ο ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΧΡΗΣΗΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ	11
2.1 ΤΥΠΟΙ ΕΘΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ	11
2.2 ΕΝΔΕΙΞΕΙΣ ΕΘΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ.....	12
2.3 ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ	13
2.4 ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΔΙΑΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ.....	14
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^Ο ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΚΑΙ Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥΣ ΣΤΗΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΖΩΗ	16
3.1 ΔΗΜΟΦΙΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ	16
3.2 ΟΦΕΛΗ ΚΑΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ.....	18
3.3 ΗΘΙΚΑ ΚΑΙ ΝΟΜΙΚΑ ΖΗΤΗΜΑΤΑ.....	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ^Ο Η ΑΝΕΡΓΙΑ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ	22
4.1 ΕΥΡΕΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΜΕΣΩ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ... ..	22
4.2 ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΡΤΗΣΗΣ.....	23
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ^Ο	25
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	25
5.1 ΠΡΟΛΟΓΟΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	25
5.2 ΒΑΣΙΚΟΣ ΣΤΟΧΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	25

5.3 ΕΙΔΟΣ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ	26
5.4 ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ	26
5.5 ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΚΑΙ ΔΕΙΓΜΑ.....	27
<i>5.5.1 Χαρακτηριστικά δείγματος</i>	<i>27</i>
<i>5.5.2 Μέθοδος δειγματοληψίας</i>	<i>28</i>
5.6 ΕΠΙΛΟΓΗ ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	29
5.7 ΤΟΠΟΣ ΚΑΙ ΧΡΟΝΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	30
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6	31
ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΗ.....	31
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	88
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	90
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	92
Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ.....	92

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

1.1 ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Στα τέλη της δεκαετίας του 1970, το Γραφείο Προηγμένων Ερευνητικών Προγραμμάτων του Υπουργείου Αμύνης των ΗΠΑ, το επονομαζόμενο ARPA (Advanced Research Projects Agency), χορήγησε την ανάπτυξη ενός δικτύου που ένωνε τέσσερις υπερυπολογιστές που ήταν τοποθετημένοι στα πανεπιστήμια στην California, το UCLA, στην Santa Barbara, το USCB, στο πανεπιστήμιο του Utah και στο Ινστιτούτο Ερευνών του Stanford. Το δίκτυο πήρε την ονομασία ARPANET και η δόμησή του είχε δημιουργηθεί έτσι ώστε αν κάποιο από τα τμήματα υπολειτούργουσε, δεν θα επηρέαζε τα υπόλοιπα τμήματα στον τρόπο λειτουργίας τους (Coupey, 2002).

Στα δύο χρόνια από τη δημιουργία του δικτύου ενώθηκαν 20 υπολογιστές επιπλέον, και αργότερα ενώθηκαν ακόμα 200, οι οποίοι αρκετοί ήταν τοποθετημένοι στην Ευρώπη. Στα μέσα της δεκαετίας του 1970 το δίκτυο μετονομάστηκε σε Internet και άρχισε να παίρνει διαστάσεις εκτός του στρατού. Σύμφωνα με υπολογισμούς την χρονική περίοδο του 1980 οι υπολογιστές έφταναν τον αριθμό των 100.000. Αποτελεί μια αφετηρία υψηλής ανάπτυξης του internet μέσα στον χώρο της τεχνολογίας. Την δεκαετία του 1990 έως και τα τέλη οι υπολογιστές που καταλάμβαναν πεδίο στο δίκτυο ήταν περισσότεροι από 180.000.000. Κάθε εταιρία αλλά και ελεύθερος επαγγελματίας κατέφυγε στις υπηρεσίες του internet και αυτό είχε σαν αποτέλεσμα να αυξάνει στο διπλάσιο τις συνδέσεις των υπολογιστών στο internet. Ξεκινούν το 1973 οι πρώτες διαδικτυακές συνδέσεις όπου δημιουργείτε ένα πρόγραμμα

ερευνητικής φύσης με την ονομασία Internetteing Project. Σκοπός αυτού του προγράμματος είναι να εμφανίσει στην αγορά καινούργιες μεθόδους μεταφοράς δεδομένων μεταξύ των δικτύων, διαφορετικές από αυτές που χρησιμοποιούσαν τα δίκτυα μέχρι τότε. Η προσπάθεια αυτή περιλάμβανε και την ενοποίηση δικτύων διαφορετικών τύπων όπου θα μπορούσαν να μεταφέρουν πληροφορίες και στοιχεία της ίδιας μορφής μεταξύ τους. Από αυτό το πρόγραμμα παράγεται μια καινούργια τεχνική από την οποία θα μετονομαστεί μετά το internet. Η μέθοδος αυτή ονομάζεται Πρωτόκολλο Διαδικτύωσης. (Δημητριάδης 2011). Η τεχνική αυτή έδινε την δυνατότητα σε πολλά δίκτυα να έχουν μια κοινή σύνδεση ώστε να αποτελούν το σώμα του διαδικτύου. Σύμφωνα λοιπόν με το Πρωτόκολλο Διαδικτύωσης όλοι οι υπολογιστές βρίσκονται στην ίδια μορφή και έτσι επιτυγχάνεται η συνεργασία τους και η μεταφορά δεδομένων μεταξύ τους. Την περίοδο εκείνη παράγεται ακόμα ένα πρόγραμμα που φέρει το όνομα Transmission Control Protocol (TCP) δηλαδή Πρωτόκολλο Ελέγχου Μετάδοσης όπου δεν κάνει κάτι άλλο από το να επεμβαίνει στις πληροφορίες και να τις περνά από έλεγχο. Εκτός αυτών των αλλαγών ξεκινά να οριοθετείτε και μία βάση που στοχεύει στην διακίνηση πληροφοριών και δεδομένων ανάμεσα στους υπολογιστές αλλά περιλαμβάνει και το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, το γνωστό σήμερα e-mail. Μέσα σε αυτήν την δεκαετία πραγματοποιούνται και δυο σημαντικές ενέργειες. Δυο ιδρύματα, το University College of London που εδρεύει στην Αγγλία και το Royal Radar Establishment της Νορβηγίας αναπτύσσουν σύνδεση με το APRANET και αποτελεί σημείο έναρξης και άλλων ιδρυμάτων. Μετά λοιπόν η εξέλιξη περνά στον ακαδημαϊκό χώρο και το δίκτυο επεκτείνεται σε παγκόσμιο επίπεδο. Η αρχή αυτής της φάσης ορίζεται την χρονική περίοδο της δεκαετίας του 1980. Συγκεκριμένα το 1983 το Υπουργείο Άμυνας των Η.Π.Α χρησιμοποιεί ως βάση του το Πρωτόκολλο Διαδικτύωσης και το

Πρωτόκολλο Ελέγχου Μετάδοσης και το αναβαθμίζει ως πρότυπο. Ο συνδυασμός αυτών των δυο προγραμμάτων συμπεριλαμβάνεται σε ένα λειτουργικό σύστημα που ονομάζεται Berkeley UNIX και με την χρήση αυτού του συστήματος αρχίζει η ραγδαία εξέλιξη των υπολογιστών στο δίκτυο. Αυτό μπορεί να αποτελούσε ένα θετικό γεγονός αλλά στην πορεία προέκυψε το εξής πρόβλημα. Το ARPANET δέχτηκε συνδέσεις από πολλά Πανεπιστήμια και είχε σαν αποτέλεσμα να το επιβαρύνει διαδικτυακά και έτσι πάρθηκε η απόφαση να χωριστεί σε δυο τμήματα. Το πρώτο υποσύνολο απευθυνόταν στην επικοινωνία στρατιωτικών πληροφοριών και ονομάστηκε MILNET ενώ το δεύτερο κομμάτι διατήρησε την ονομασία ARPANET αλλά η ύπαρξη του και ο ρόλος απευθυνόταν μόνο προς τα Πανεπιστήμια και κάθε έρευνα που σχετιζόταν με το δίκτυο (Nicholas κ.α.2010).

1.2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

Ο Παγκόσμιος Ιστός (World Wide Web) θεωρείται το μεγαλύτερο, το πιο γνωστό και το πιο εξελίξιμο κομμάτι του Διαδικτύου. Για την ακρίβεια, ο Παγκόσμιος Ιστός είναι το εργαλείο για γρήγορη εύρεση μεγάλου όγκου πληροφοριών που παρέχεται από το Διαδίκτυο. Αξιοποιεί ένα από τα πρωτόκολλα του Διαδικτύου που ονομάζεται, Hypertext Transfer Protocol ή αλλιώς HTTP.

Τα δεδομένα του Παγκόσμιου Ιστού παρουσιάζονται διαμορφωμένα με τη γλώσσα HTML (Hypertext Markup Language) σε μορφή ιστοσελίδων (webpages) και την κατάληξη .htm ή .html. Πλέον στις μέρες μας υπάρχουν εκατομμύρια ιστοσελίδες στο Internet, οι οποίες διαθέτουν όχι μόνο κείμενα αλλά και εικόνες, βίντεο, ήχο κ.ά.

Οι ιστοσελίδες είναι τοποθετημένες με μορφή αρχείου σε διακομιστές Ιστού (web Servers), οι οποίοι είναι εξειδικευμένοι υπολογιστές με

κατάλληλο λογισμικό και δικτυακές συνδέσεις που δίνουν την δυνατότητα να παρέχουν τις ιστοσελίδες σε οποιονδήποτε στον κόσμο (Γουλιτίδης, 2014).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΧΡΗΣΗΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

2.1 ΤΥΠΟΙ ΕΘΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Υπάρχουν πολλοί τύποι εθισμού που μπορεί να μην είναι μόνο επιβλαβείς για τη φυσική κατάσταση του ατόμου, αλλά μπορούν να οδηγήσουν σε αλλαγές στη συμπεριφορά του ατόμου. Αυτό με τη σειρά του μπορεί να επηρεάσει αρνητικά την κοινωνική ζωή του ατόμου και τη φυσιολογική του λειτουργία. Τύποι εθισμού στο Internet είναι οι παρακάτω:

Ø Net Gaming: Αφιέρωση πολύτιμου χρόνου σε κάθε είδους παιχνίδια στο Internet, σε e-καζίνο, ηλεκτρονικό shopping, κάθε λογής δημοπρασίες και αγοραπωλησίες μετοχών.

Ø Cyber-Relational Addiction: Συνεχής σύναψη φιλικών και άλλων σχέσεων μέσω των διαφόρων chatrooms.

Ø Cybersexual Addiction: Εθισμός σε παρακολούθηση, download, αγορά πορνογραφικού υλικού από το Διαδίκτυο. Φανταστικοί ρόλοι σε αντίστοιχα chatrooms.

Ø Information Overload: Τύπος καταναγκασμού που προκύπτει ακριβώς από τον πλούτο και την εξαιρετική ποικιλία πληροφόρησης που διατίθεται στο Διαδίκτυο. Ο χρήστης καταναλώνει υπερβολικό χρόνο στην αναζήτηση, συλλογή και οργάνωση της πληροφορίας (Laudon, 2011).

Το φαινόμενο είναι συχνότερο στα αγόρια, σε μονογονεϊκές ή δυσλειτουργικές οικογένειες, σε παιδιά με καταθλιπτικό συναίσθημα ή υπερκινητικότητα. Οι νέες κοινωνικές δομές (αύξηση της επίπτωσης του

διαζυγίου, μικρές οικογένειες σε μεγάλες κοινωνίες, μοναξιά, απουσία επίβλεψης από τους γονείς λόγω εργασίας έξω από το σπίτι) φαίνεται να συμβάλλουν στην ανάπτυξη του φαινομένου (Καλογρίδου – Κολυβά, 2011).

Οι νέες κοινωνικές συνθήκες (αύξηση της επίπτωσης του διαζυγίου, έλλειψη επικοινωνίας, απουσία επίβλεψης από τους γονείς λόγω εργασίας έξω από το σπίτι) παίζουν το ρόλο τους στην ανάπτυξη του φαινομένου(Nicholas κ.α.2010).

2.2 ΕΝΔΕΙΞΕΙΣ ΕΘΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Τα τυπικά συμπτώματα του εθισμού στο Διαδίκτυο είναι καταρχήν ψυχολογικά, με βασικά την ευφορία μπροστά στο pc και την ανικανότητα από το χρήστη να περιορίσει ή να διακόψει τη δραστηριότητα αλλά και σωματικά όπως ημικρανίες, διαταραχές ύπνου, μυοσκελετικές παθήσεις, ξηρά μάτια, μυωπία κ.α. Συμπεριφορές όπως οι ακόλουθες υποδηλώνουν υπερβολική χρήση του διαδικτύου και θα πρέπει να επιστήσουν την προσοχή:

Ø Το άτομο ξεχνιέται στον υπολογιστή και δεν έχει συναίσθηση του χρόνου που αναλώνει σ' αυτόν.

Ø Ασχολείται συνεχώς με το internet ή με δραστηριότητες σχετικές με αυτό. Προτιμά την ενασχόληση με το διαδίκτυο, από το να συναντά φίλους, με αποτέλεσμα να απομονώνεται.

Ø Πέφτει η σχολική απόδοση ή η απόδοση στο χώρο εργασίας.

Ø Λειτουργεί αμυντικά και εχθρικά όταν κάποιος φέρνει τη συζήτηση στο θέμα του διαδικτύου.

Ø Το διαδίκτυο, τον/την απασχολεί ακόμα και την ώρα του φαγητού ή την ώρα του διαβάσματος ή όταν βρίσκεται στον κινηματογράφο. Συχνά ξενυχτά προκειμένου να μένει συνδεδεμένος/ή στο διαδίκτυο.

Ø Λέει συχνά «καλά, θα παραμείνω στον υπολογιστή μόνο ένα λεπτό ακόμη». Κρύβει από γονείς και φίλους πόσες ώρες περνά στο διαδίκτυο και συχνά δεν το ομολογεί ούτε στον εαυτό του.

Ø Δείχνει άγχος, ανησυχία, εξάρσεις θυμού ή βίας ή καταθλιπτική συμπεριφορά όταν δε βρίσκεται στο διαδίκτυο.

Ø Αδιαφορεί για πράγματα που παλιά τον/την ευχαριστούσαν.

Έχει διαπιστωθεί ότι οι εξαρτημένοι παραμελούν την οικογένεια και τους φίλους τους, διακατέχονται από άσχημα συναισθήματα όταν απέχουν από τον υπολογιστή τους, ψεύδονται σε συγγενείς και φίλους για τις δραστηριότητες και αντιμετωπίζουν προβλήματα στο σχολείο ή το χώρο εργασίας.

Το προφίλ του εθισμένου εφήβου στην Ελλάδα αφορά στο 100% των περιπτώσεων αγόρια, που παίζουν διαδικτυακά παιχνίδια, με μέσο όρο καθημερινής χρήσης 5.5 ώρες (min=3, max=10) και μ.ο ηλικίας τα 15 χρόνια, ενώ είναι συχνές και οι επισκέψεις τους σε Ιντερνέτ καφέ. Όλοι διαθέτουν ηλεκτρονικό υπολογιστή, ενώ υπάρχει σε όλες τις περιπτώσεις Ευρυζωνική σύνδεση Ιντερνέτ στο σπίτι (Πολλάλης, 2007).

2.3 ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

Τα άτομα που ξοδεύουν πολύ χρόνο στο διαδίκτυο, δεν επενδύουν χρόνο στην κοινωνικοποίηση με φίλους, επικοινωνούν λιγότερο μέσα στην οικογένεια και νιώθουν μοναξιά και μελαγχολία. Παρόλα αυτά, πολλές φορές το διαδίκτυο ουσιαστικά φέρνει τα άτομα πιο κοντά γεφυρώνοντας τα γεωγραφικά σύνορα. Το e-mail, οι online κοινότητες (onlincommunities) και η χρήση του διαδικτύου μπορούν να ενώσουν τα άτομα εικονικά, αλλά μπορούν κάλλιστα να επιφέρουν φυσική απομόνωση (Τζωρτζάκης 2002).

Το διαδίκτυο έχει τη μοναδική ικανότητα να συνδέει οποιονδήποτε χρήστη με έναν άλλο ώστε να μοιραστούν πιστεύω, απόψεις, στόχους, προβλήματα, ενδιαφέροντα. Αν και οι έρευνες φανερώνουν ότι το διαδίκτυο έχει επηρεάσει την ποιότητα κοινωνικών δραστηριοτήτων και του τρόπου ζωής των ατόμων, θα πρέπει να τονιστεί ότι το διαδίκτυο δεν προκαλεί απαραίτητα απομόνωση σε όσους το χρησιμοποιούν. Προσωπικοί παράγοντες συνδράμουν ώστε να παρουσιαστεί το ιδιαίτερο φαινόμενο της απομόνωσης. Το διαδίκτυο θα μπορούσε κανείς να πει ότι απλά τονίζει την υπάρχουσα κατάσταση.

Οι προβλέψεις σχετικά με την εξέλιξη του διαδικτύου μιλούν για ανθρώπους που έχουν μόνο διαδικτυακούς φίλους, των οποίων τα πραγματικά ονόματα δεν είναι γνωστά. Σε αυτόν τον πλασματικό κόσμο, οι κοινωνικές σχέσεις δεν είναι βασισμένες στην πραγματικότητα, αλλά βασίζονται σε διαδικτυακές επαφές με χρήστες που οι ανώνυμες ενέργειές τους μπορεί να αποδειχθούν αναξιόπιστες. Οι εργαζόμενοι θα δουλεύουν από το σπίτι, οπότε δε θα έχουν καμία αλληλεπίδραση με τους συναδέλφους τους, και η κοινωνική τους ζωή θα είναι ανακατεμένη με τη δουλειά τους(Nicholas κ.α.2010).

2.4 ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΔΙΑΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

Ο χρόνος που δαπανά ο σύγχρονος άνθρωπος στο διαδίκτυο είναι ολοένα και περισσότερος. Οι κίνδυνοι της κατάχρησης του διαδικτύου είναι προβλήματα όρασης, επαναλαμβανόμενη καταπόνηση της μέσης και ψυχολογικά προβλήματα, όπως ο εθισμός στο διαδίκτυο. Αυτά τα προβλήματα στη φυσική κατάσταση και τη ψυχολογία του ατόμου θα πρέπει να αντιμετωπίζονται με ιδιαίτερη σοβαρότητα.

Τα τελευταία χρόνια, οι επιπτώσεις στην υγεία από τη χρήση του διαδικτύου έχουν αναλυθεί διεξοδικά. Υπάρχει βέβαια και η άποψη ότι

δεν υπάρχουν κίνδυνοι υγείας από μια δραστηριότητα που δεν απαιτεί φυσική προσπάθεια. Εξαιτίας της αυξημένης χρήσης και εξάρτησης από το διαδίκτυο, πολλοί άνθρωποι αγνοούν σημαντικές ευθύνες που σχετίζονται με την προσωπική τους ζωή (Γουλιτίδης, 2014).

Η αύξηση της χρήσης του διαδικτύου έχει ως αποτέλεσμα μια σταδιακή μείωση των προσωπικών συναισθημάτων. Οι φυσικοί παράγοντες κινδύνου που εμπλέκονται στην εξάρτηση από το διαδίκτυο είναι συγκριτικά ελάχιστοι, αλλά αξιοσημείωτοι. Γενικά, οι εξαρτημένοι χρήστες συνηθίζουν να χρησιμοποιούν το διαδίκτυο οπουδήποτε από 40 έως 80 ώρες κάθε εβδομάδα, με μεμονωμένες συνδέσεις που μπορεί να διαρκέσουν μέχρι 20 ώρες. Για να μπορεί να υπάρξει μια τόσο υπερβολική σε χρόνο χρήση, οι συνήθειες ύπνου θα πρέπει να διαταραχθούν.

Σε ακραίες περιπτώσεις, χάπια καφεΐνης χρησιμοποιούνται για να διευκολύνουν την παραμονή στο διαδίκτυο για μεγαλύτερα χρονικά διαστήματα (Πολλάλης, 2007).

Ένας τέτοιος εκφραλισμός του ύπνου προκαλεί αίσθημα υπερβολικής κόπωσης, με αποτέλεσμα οι ακαδημαϊκές ή επαγγελματικές λειτουργίες του ατόμου να είναι εξασθετισμένες και να παρατηρείται πτώση στο ανοσοποιητικό του σύστημα, καθιστώντας τον ασθενή ευάλωτο σε αρρώστιες.

Επιπρόσθετα, οι παρατεταμένες ώρες καθιστικής ζωής που προκαλεί η υπερβολική χρήση του διαδικτύου μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα την έλλειψη φυσικής άσκησης. Ακόμη μπορεί να οδηγήσει σε υψηλό κίνδυνο για εμφάνιση συνδρόμου κόπωσης του καρπού, πόνους στη μέση, ή πόνους στα μάτια (Μάτσα 2009).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΚΑΙ Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥΣ ΣΤΗΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΖΩΗ

3.1 ΔΗΜΟΦΙΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΔΙΚΤΥΑ

Οι χρήστες του Facebook είναι περισσότεροι από αυτούς του MySpace και θεωρείται αναμφισβήτητα αρχηγός σε σχέση με άλλων ιστότοπων ίδιας κατηγορίας. Το δίκτυο εμπεριέχει εκατοντάδες άλλα δίκτυα που στηρίζονται στα σχολεία, τις εταιρείες και περιοχές. Αν και οι εγγραφές είναι ελεύθερες για οποιονδήποτε χρήστη, ο ιστότοπος συνεχίζει να βοηθάει σπουδαστικές κοινότητες δίνοντας βάση στη δικτύωση μέσω της ομαδοποίησης και του ακτιβισμού.

Τα προφίλ δίνουν τη δυνατότητα στους χρήστες να ανεβάζουν φωτογραφίες, σχόλια και εφαρμογές. Επίσης, έχει από τις πιο αξιόπιστες επιλογές προστασίας ιδιωτικού απορρήτου στο Διαδίκτυο. Το Facebook δίνει ώθηση να γίνεται χρήση του ιστότοπου για την ενίσχυση των σχέσεων μεταξύ των ατόμων που γνωρίζονται ή με φίλους των φίλων τους. Σε λίγα λεπτά μπορεί να διεκπεραιωθεί η επικοινωνία μεταξύ παλιών φίλων, συγγενών και γνωστών. Η μόνη έλλειψη που μπορεί να θεωρηθεί είναι η μη επιλογή σχεδιασμού. Όμως το μεγαλύτερο ποσοστό χρηστών θεωρούν επαρκή το σχεδιασμό και την ολοκληρωτική αίσθηση του ιστότοπου έτσι όπως είναι. Η προτίμηση των χρηστών ανάμεσα στο Facebook και το MySpace είναι επιλογή interface(Nicholas κ.α.2010).

Το MySpace είναι ένας ιστότοπος κοινωνικής δικτύωσης, ο οποίος δημιουργήθηκε το καλοκαίρι του 2003. Στο MySpace οι χρήστες έχουν την ευκαιρία να επεξεργαστούν την εμφάνιση και τα στοιχεία που θα προβάλλονται στα προφίλ τους, καθώς επίσης μπορεί να έρθει σε επαφή

με φίλους τους και να μοιράζονται μαζί τους υλικό, όπως εικόνες, μηνύματα κ.ά.. Αν και το Facebook θεωρείται το γνωστότερο κοινωνικό δίκτυο, το MySpace θεωρείται πρώτο στο κομμάτι της μουσικής, καθώς τα άτομα που το χρησιμοποιούν έχουν την δυνατότητα να αναρτούν τραγούδια και να κατασκευάζουν τις δικές τους λίστες αναπαραγωγής.

Το Twitter είναι μια microblogging υπηρεσία ελεύθερης κοινωνικής δικτύωσης (free social net working service) που επιτρέπει στους χρήστες του να στέλνουν και να διαβάζουν μηνύματα γνωστά ως tweets. Με τον όρο tweets εννοούμε τα text-based posts τα οποία είναι μέχρι 140 χαρακτήρες, παρουσιάζονται στο προφίλ του συντάκτη και στην συνέχεια παραδίδονται στους ονομαζόμενους "followers" οι οποίοι είναι οι συνδρομητές που «ακολουθούν» τον συγγραφέα. Τα άτομα τα οποία δέχονται τα μηνύματα, έχουν την δυνατότητα να επιτρέπουν ανοικτή πρόσβαση ή να τα περιορίζουν μόνο στους φίλους τους. Το Twitter, τα SMS από κινητά τηλέφωνα καθώς και κάποιες άλλες εξωτερικές εφαρμογές όπως το third-party Twitter applications είναι οι τρόποι που μπορούν οι χρήστες να στέλνουν και να λαμβάνουν tweets (Σιώμος, 2012).

Για κάθε αναζήτηση ή αποθήκευση υλικού όπως είναι οι ταινίες ο πιο γνωστός τρόπος στο διαδίκτυο παγκοσμίως είναι η εφαρμογή YouTube. Χρησιμοποιείται από πολλούς χρήστες οι οποίοι πλέον το χρησιμοποιούν και ως μέσο κοινωνικής δικτύωσης . Η ανάπτυξη του έγινε το Φεβρουάριο του 2005 ενώ την ονομασία του την χάρισε το περιοδικό Time "Invention of the Year 2006" τον Νοέμβριο του 2006. Με το ποσό των 1,65 δισεκατομμυρίων δολαρίων τον Οκτώβριο του ίδιου έτους η Google αγοράζει την εφαρμογή YouTube και σήμερα είναι υπό την ιδιοκτησία της. Το Σαν Μπρούνο της Καλιφόρνιας είναι η τοποθεσία που έχει την βάση της αυτή η εταιρία και με την χρήση των υπηρεσιών της Adobe Flash Video δίνει την δυνατότητα ενός καταλόγου διαφόρων

ενεργειών από τους χρήστες όπως είναι τα vinteo, η μουσική και κάθε άλλο περιεχόμενο όπως το videoblogging .

Το LinkedIn είναι ένας ιστότοπος κοινωνικής δικτύωσης, που έχει ως ειδικότητα τις επιχειρηματικές ενέργειες. Οι χρήστες μπορούν να κατασκευάσουν ένα δίκτυο από νέες ή παλιές επαφές, επονομαζόμενες ως συνδέσεις (connections). Επιπλέον, όταν τοποθετηθεί μία νέα επαφή, τοποθετούνται ταυτόχρονα οι συνδέσεις αυτής καθώς και οι συνδέσεις αυτών των συνδέσεων. Έτσι, παρέχεται στον επαγγελματία μία μεγάλη λίστα επαγγελματικών επαφών.

Μέσα σε μόλις ένα μήνα από τη δημιουργία του, οι χρήστες του Google Plus έφτασαν τα 25 εκατομμύρια παγκοσμίως ενώ η αντίστοιχη εφαρμογή της ΙΚΔ για κινητά τηλέφωνα έφτασε στη δεύτερη θέση των πιο δημοφιλών εφαρμογών στο Apple App Store. Σημειώνεται πως ακόμα πρόκειται για την δοκιμαστική έκδοση της νέας αυτής υπηρεσίας(Nicholas κ.α.2010).

3.2 ΟΦΕΛΗ ΚΑΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ

Τα κοινωνικά δίκτυα παρέχουν πολλά θετικά στα άτομα που τα χρησιμοποιούν. Κάποια από τα πλεονεκτήματα είναι:

- Η ευκαιρία να αναπτυχθούν σχέσεις μεταξύ ατόμων κι ας είναι σε διαφορετικά μέρη ο ένας με τον άλλον, καθώς το Διαδίκτυο γεφυρώνει τις αποστάσεις.
- Οι χρήστες έχουν την επιλογή να διαλέξουν ανάμεσα σε ομάδες, που έχουν κοινά ενδιαφέροντα, απόψεις κ.ά..
- Έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν νέους πολιτισμούς και τρόπους ζωής και να επεκτείνουν τις γνώσεις τους.

- Οι χρήστες μπορούν να οργανώσουν ενέργειες για να επιτύχουν ένα κοινό στόχο μέσω του Διαδικτύου συγκεντρώνοντας άλλους ανθρώπους από οποιοδήποτε μέρος.

- Επιπλέον διευκολύνεται η αναζήτηση πληροφοριών και αρχείων (φωτογραφίες, μουσική, κ.ά.), όπου παλιότερα δεν ήταν τόσο εύκολο να τα βρουν.

- Οι χρήστες μπορούν σε μικρό χρονικό διάστημα να πληροφορούνται για τα γεγονότα που συμβαίνουν σε όλη την υφήλιο, καθώς τα νέα μεταφέρονται από το ένα μέρος του κόσμου στο άλλο, μέσω των χρηστών. Οι χρήστες έχουν την δυνατότητα να επιλέξουν τα νέα για τα οποία θέλουν να ενημερωθούν.

- Επίσης οι χρήστες μπορούν να διασκεδάσουν από το διαδίκτυο βλέποντας βίντεο, παίζοντας παιχνίδια κ.ά. (Γουλιτίδης, 2014).

Όμως, τα πλεονεκτήματα που παρέχονται από το διαδίκτυο, συνοδεύονται με αρκετούς κινδύνους που έχουν σχέση με την κοινωνική δικτύωση. Μερικά από τα αρνητικά επηρεάζουν την κοινωνική δικτύωση στην πραγματικότητα. Κάποια από τα αρνητικά που παρουσιάζονται στο διαδίκτυο είναι:

- Αρκετές είναι οι φορές που η ανάπτυξη της επικοινωνίας με άλλους άγνωστους χρήστες μπορεί να επιφέρει προβλήματα στην πνευματική υγεία των ατόμων, αφού μέσω των κοινωνικών δικτύων οι χρήστες επικοινωνούν και με άτομα που δεν γνωρίζουν.

- Η προβολή της προσωπικής ζωής καθώς και στοιχεία σχετικά με την ταυτότητά τους αποτελούν κίνδυνο για την παραβίασή της, από άγνωστα άτομα, τα οποία τους δίνεται ελεύθερα η πρόσβαση στα προσωπικά δεδομένα του καθενός.

- Η πιθανότητα να παραπλανηθεί κάποιος εξαιτίας ψευδών στοιχείων από άλλον χρήστη είναι πολύ μεγάλη. Στο Διαδίκτυο είναι

εύκολο να δοθούν ψευδή στοιχεία από τους χρήστες με σκοπό την παραπλάνηση των υπολοίπων. Η επικοινωνία με χρήστες του Διαδικτύου που δεν γνωρίζονται μεταξύ τους μπορεί να φέρει σοβαρούς κινδύνους από ότι θα έφερνε στον πραγματικό κόσμο, διότι στο διαδίκτυο δεν υπάρχει άμεση επαφή και δυσκολεύεται να αντιδράσει.

- Αρκετοί χρήστες ενοχλούνται καθημερινώς από άγνωστα άτομα που χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο και αυτό γίνεται επειδή το Διαδίκτυο δεν παρέχει την αρμόδια προστασία για τέτοιες καταστάσεις.

- Επίσης συχνό φαινόμενο που παρατηρείται στο Διαδίκτυο, είναι ο κίνδυνος κλοπής και απώλειας των προσωπικών δεδομένων των ατόμων που χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο. Η ανάμειξη και η χρήση προσωπικών στοιχείων των ατόμων που χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο σε sites που οι χρήστες δεν ξέρουν την ασφάλειά τους, είναι εύκολο να διαρρεύσουν τα στοιχεία τους χωρίς την συγκατάθεσή τους.

- Επιπλέον η λανθασμένη επιρροή λόγω συνεχούς προβολής σε υλικό που δεν είναι αξιόπιστο, όπως εφαρμογές που βλάπτουν τον υπολογιστή, sites πορνογραφικού περιεχομένου, ή sites προσέγγισης των χρηστών σε διάφορες ομάδες με ιδιαίτερες απόψεις και ιδεολογίες, sites με ρατσιστικές απόψεις κ.ά..

- Εξίσου σημαντικός κίνδυνος είναι και ο καταγισμός από διαφημίσεις σε διάφορα sites με σκοπό την αύξηση των κερδών του συγκεκριμένου ιστότοπου που προβάλλονται.

Από έρευνες που πρόβαλε η εφημερίδα «Ελευθεροτυπία» το ποσοστό των Ελλήνων χρηστών που έχουν δημιουργήσει λογαριασμό σε ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης, ξεπερνούν το 60%, εν συγκρίσει με τον Ευρωπαϊκό μέσο όρο που φτάνει το ποσοστό του 45%. Η Ελλάδα έχει τοποθετηθεί τρίτη σε όλη την Ευρώπη, ενώ τις πρώτες θέσεις κατέχουν η Δανία και η Νορβηγία (Nicholas κ.α.2010).

3.3 ΗΘΙΚΑ ΚΑΙ ΝΟΜΙΚΑ ΖΗΤΗΜΑΤΑ

Η καταπάτηση των πνευματικών δικαιωμάτων, η πορνογραφία, η αγορά παράνομων αγαθών και πολλά άλλα είναι καταστάσεις, οι οποίες συναντώνται αρκετά συχνά στο Διαδίκτυο και η παρεμπόδισή τους είναι αρκετά δύσκολη. Λόγου χάριν, η λέξη «sex» θεωρείται από τις πιο γνωστές στις μηχανές αναζήτησης. Αρκετές φορές, ο φόβος αυτός, που κάποιοι πιστεύουν πως είναι ανούσιος, είναι πιθανό να ευνοηθεί από αδικοπραξίες ή αποκρουστικές περιστάσεις (τις περισσότερες φορές παιδεραστία κ.ά.). Επίσης, ο έλεγχος του Διαδικτύου είναι ελλιπής έως και ανεπαρκής, λόγω της έλλειψης μη συγκροτημένης νομικής βάσης η οποία θα διέπει το περιεχόμενο των εν δυνάμει αναρτήσεων πριν αυτές δημοσιευτούν. Αυτή η κίνηση μπορεί να θεωρηθεί λογοκρισία από κάποιους χρήστες, διότι όπως χαρακτηρίζεται «το Διαδίκτυο ελέγχεται από τους χρήστες του» (Βλαχοπούλου,2003).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Η ΑΝΕΡΓΙΑ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

4.1 ΕΥΡΕΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΜΕΣΩ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Οι χρήστες του Facebook ανέρχονται σε πάνω από 1 δισεκατομμύριο, του Twitter σε 500 εκατομμύρια, ενώ γίνονται πάνω από 3 εκατομμύρια κοινοποιήσεις παρουσίας μέσω του Foursquare! Κατά συνέπεια αν κάποιος δε δείξει τη δέουσα προσοχή, είναι αυτομάτως εκτεθειμένος και μπορεί εύκολα ένας τρίτος να έχει πρόσβαση στα δημοσιοποιημένα προσωπικά του δεδομένα.

Ο τομέας της εργασίας, λοιπόν, δύσκολα θα παρέμενε ανεπηρέαστος υπό τέτοιες συνθήκες. Σύμφωνα με διεξαχθείσες έρευνες:

Το 77% των εργοδοτών αναζητούν πληροφορίες στα κοινωνικά δίκτυα πριν προσλάβουν κάποιον υποψήφιο εργαζόμενο και το 35% αυτών έχουν απορρίψει υποψηφίους λόγω των δημοσιεύσεών τους.

1 στους 5 εργοδότες ψάχνει υποψηφίους εργαζομένους μέσα από τα sites κοινωνικής δικτύωσης καθώς και παρατηρεί τον τρόπο με τον οποίο αυτοί προβάλλουν την εικόνα και την προσωπικότητά τους σε αυτά.

Τα 2/3 αυτών παραδέχονται ότι δεν μένουν ανεπηρέαστοι από το προφίλ κάποιου, ενώ το 25% δηλώνει ότι η γνώμη για κάποιον υποψήφιο μεταβλήθηκε αφού επισκέφθηκε την σελίδα του με αποτέλεσμα ο υποψήφιος υπάλληλος να μην προσληφθεί τελικά.

Τα ανωτέρω αφορούν κυρίως στους νέους με φάσμα ηλικιών 16-34 ετών. Ένας στους δέκα νέους υπαλλήλους χάνει τη δουλειά του λόγω των δημοσιεύσεων που αναρτά στο μέσο που χρησιμοποιεί (Nicholas κ.α.2010).

4.2 ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΡΤΗΣΗΣ

Η σημασία των ψηφιακών δεξιοτήτων έχει τεκμηριωθεί σε πολλά σημεία αυτής της μελέτης και τονίζεται επανειλημμένως από όλους τους φορείς έρευνας και πολιτικής. Σε ό,τι αφορά στις ανάγκες της αγοράς εργασίας για ψηφιακές δεξιότητες, διακρίνουμε, με «κάθετη» προσέγγιση, τις εξειδικευμένες δεξιότητες που απαιτούνται σε κάθε κλάδο ή επάγγελμα της οικονομίας. Για παράδειγμα, ονομάζουμε δεξιότητες ΤΠΕ (Τεχνολογίες Υπολογιστών και Επικοινωνιών), με τη στενή έννοια, εκείνες τις δεξιότητες που είναι αναγκαίες για την παραγωγή και υποστήριξη συστημάτων και υπηρεσιών πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών. Αυτές οι δεξιότητες είναι αναγκαίες τόσο στους κλάδους πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών, όσο και σε κάθε κλάδο της οικονομίας, στο βαθμό που απασχολούν τέτοια στελέχη, κατεξοχήν (αλλά όχι αποκλειστικά) στα αντίστοιχα τμήματα πληροφορικής. Περαιτέρω, αναγνωρίζουμε εξειδικευμένα σύνολα ψηφιακών δεξιοτήτων που απαιτούνται σε συγκεκριμένες επαγγελματικές κατηγορίες. Για παράδειγμα, το μάρκετινγκ, η διαφήμιση και η επικοινωνία σήμερα έχουν μεταμορφωθεί με σαρωτικό τρόπο από την τεχνολογία. Υπάρχει πληθώρα ειδικοτήτων και υποειδικοτήτων στις οποίες ζητούνται εξειδικευμένα στελέχη. Παρόμοια είναι η τάση που σχετίζεται με τις τεχνολογίες και τις εφαρμογές big data, business analytics, data science, machine learning, κλπ. Κατ' επέκταση, υπάρχουν ειδικές ανάγκες σε κλάδους ή λειτουργίες όπως η εφοδιαστική αλυσίδα, οι πωλήσεις, η εξυπηρέτηση πελατών, οι χρηματοπιστωτικές συναλλαγές, και άλλα. Τέλος, διακρίνουμε, με «οριζόντια» προσέγγιση, την ανάγκη όλοι οι

εργαζόμενοι, και οι πολίτες γενικότερα, να κατέχουν επαρκή γενική ψηφιακή παιδεία (digital literacy), ώστε να είναι λειτουργικοί και να μπορούν να συμμετέχουν ισότιμα στη σύγχρονη οικονομία και κοινωνία γενικότερα. Εδώ εντάσσονται δεξιότητες όπως η χρήση υπολογιστών, ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, η πλοήγηση στο Διαδίκτυο, η αξιοποίηση βασικών εφαρμογών επεξεργασίας κειμένου, λογιστικών φύλλων, παρουσιάσεων, κλπ. Το παρακάτω διάγραμμα συνοψίζει αυτήν την ταξινόμηση των ψηφιακών δεξιοτήτων. Είναι προφανές ότι όλες οι παραπάνω κατηγορίες ψηφιακών δεξιοτήτων αποτελούν προϋπόθεση απασχολησιμότητας στην αγορά εργασίας, πηγή οικονομικής αξίας στην οικονομία γενικότερα, και συστατικό στοιχείο της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων.

Επομένως, είναι ζωτικής σημασίας, τόσο για τις επιχειρήσεις όσο και για τα ίδια τα φυσικά πρόσωπα, να επενδύουν στην αιχμή της τεχνολογίας και στις αντίστοιχες ψηφιακές δεξιότητες. Αντίστροφα, η έλλειψη ψηφιακών δεξιοτήτων μεγεθύνει το χάσμα των κενών θέσεων εργασίας σε περίοδο μεγάλης ανεργίας και εξηγεί την υστέρηση στην παραγωγικότητα των επιχειρήσεων και της οικονομίας σε σχέση με τον παγκόσμιο ανταγωνισμό. Από όλες τις ψηφιακές δεξιότητες, οριζόντιες και κάθετες, οι ειδικοί συμφωνούν ότι η πιο θεμελιακή είναι ο προγραμματισμός, η δημιουργία λογισμικού. Είναι ενδεικτικό ότι στις περισσότερες χώρες του κόσμου γίνεται μεγάλη προσπάθεια να ξεκινάει η μάθηση των βασικών εννοιών και κάποιας γλώσσας προγραμματισμού από μικρές ηλικίες. Γενικότερα, η μαζική εκμάθηση δεξιοτήτων προγραμματισμού μπορεί να αποτελέσει μοχλό ραγδαίας ανάπτυξης, καινοτομίας και απασχόλησης (Ζέρβας, 2000).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

5.1 ΠΡΟΛΟΓΟΣ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Προκειμένου να πραγματοποιήσει ένας ερευνητής μια έρευνα πρέπει αρχικά να πραγματοποιήσει μια έρευνα βάση βιβλιογραφίας, έτσι και εδώ έγινε αυτή η διαδικασία. Αυτή η διαδικασία έλαβε χώρα σε προηγούμενα κεφάλαια, ενώ το κεφάλαιο που έπεται έχει σκοπό να παρουσιαστεί ο τρόπος που πραγματοποιήθηκε η παρούσα έρευνα. Το κεφάλαιο που προλογίζεται στο παρόν σημείο πρόκειται να αναφερθεί στο πώς οργανώθηκε η έρευνα, πιο συγκεκριμένα θα αναλυθεί ο τύπος των ερωτήσεων της έρευνας, τα ερευνητικά ερωτήματα που καλούνται οι ερωτηθέντες να απαντήσουν, ο πληθυσμός και το δείγμα, αλλά και τα εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν, επίσης παρουσιάζεται ο χρόνος διεξαγωγής της έρευνας. Επιπροσθέτως αναλύεται ο τρόπος που οι στατιστικοί μέθοδοι χρησιμοποιήθηκαν ώστε τα δεδομένα που υπήρξαν να αναλυθούν.

5.2 ΒΑΣΙΚΟΣ ΣΤΟΧΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Ο κύριος στόχος που είχε η παρούσα έρευνα ήταν να παρατηρηθούν οι απόψεις που είχαν οι ερωτηθέντες σχετικά με το ρόλο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και πως αυτά επηρεάζουν την καθημερινότητα τους αλλά και εάν οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης βοηθούν τους ερωτηθέντες.

5.3 ΕΙΔΟΣ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ

Το ερωτηματολόγιο της έρευνας απαρτιζόταν από ποιοτικές ερωτήσεις ενώ για να ενταχθούν στο ερωτηματολόγιο της έρευνας έγινε χρήση του πρόσθετου του Google, Google Docs.

5.4 ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ

Όπως είναι αναμενόμενο όταν ο κάθε ερευνητής δεν έχει τη δυνατότητα να μπορέσει να κάνει προβλέψεις για τα αποτελέσματα της έρευνας, πρέπει να διατυπώσει ως διερευνητικά ερωτήματα τους στόχους της έρευνας, όπως αναφέρεται σε μια πληθώρα ερευνών και στην διεθνή βιβλιογραφία ένα διερευνητικό ερώτημα πρέπει να διέπεται από τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

- Ø Ευκολία στην απάντηση του
- Ø Σύνδεση και συνοχή με τα υπόλοιπα ερωτήματα
- Ø Η συσχέτιση μεταξύ των ερωτημάτων
- Ø Η σαφήνεια των ερωτημάτων

Τα ερευνητικά ερωτήματα της παρούσας έρευνας ήταν τα ακόλουθα:

- Ø Αν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζουν την καθημερινότητα των ερωτηθέντων
- Ø Αν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης βοηθούν τους ερωτηθέντες στην καθημερινότητα τους
- Ø Αν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν ασφάλεια στους ερωτηθέντες

5.5 ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΚΑΙ ΔΕΙΓΜΑ

Ο πληθυσμός της συγκεκριμένης έρευνας αποτελούνταν από χρήστες του διαδικτύου. Όπως έχει αναφερθεί από τους Cohen, Manion και Morrison κατά το έτος 2008, ως πληθυσμός μιας έρευνας μπορεί να αναφερθεί το σύνολο εκείνων των περιπτώσεων ή και ατόμων τα οποία καλούνται να μελετηθούν στην εκάστοτε έρευνα. Ταυτόχρονα ο Robson (2007) αναφέρει πως ένας πληθυσμός αναφέρεται στην πλειοψηφία των περιπτώσεων της έρευνας αλλά δεν περιορίζεται στους ανθρώπους.

5.5.1 Χαρακτηριστικά δείγματος

Το μέγεθος του δείγματος της παρούσας έρευνας είναι 194 άτομα, από αυτά τα 47 άτομα σε ποσοστό 24,2% ήταν άνδρες ενώ τα 147 άτομα σε ποσοστό 75,8% ήταν γυναίκες. Το δείγμα επίσης διαχωρίζεται σε 146 άτομα που σε ποσοστό 75,3% ήταν από 18 έως 24 ετών, 35 άτομα που σε ποσοστό 18% ήταν από 25 έως 31 ετών, 7 άτομα που σε ποσοστό 3,6% ήταν από 32 έως 38 ετών, ενώ τα υπόλοιπα 6 άτομα σε ποσοστό 3,1% απάντησαν πως η ηλικία τους ήταν από 39 έως 45 ετών.

Επιπροσθέτως ανάλογα με το μηνιαίο εισόδημα τους το δείγμα διαχωρίζεται σε 117 άτομα που σε ποσοστό 60,3% απάντησαν πως το μηνιαίο τους εισόδημα δεν υπερβαίνει τα 300€, την ίδια στιγμή 40 άτομα που σε ποσοστό 20,6% απάντησαν πως το μηνιαίο εισόδημα τους κυμαινόταν από 301 έως 500€. Επιπροσθέτως 17 άτομα που σε ποσοστό 8,8% απάντησαν πως κάθε μήνα το εισόδημα τους κυμαίνεται από 501 έως 700€ και από 701 έως 999€ μηνιαίο εισόδημα απάντησαν πως έχουν 15 άτομα σε ποσοστό 7,7%. Τέλος μόνο 5 άτομα σε ποσοστό 2,6%

απάντησαν πως το μηνιαίο τους εισόδημα υπερβαίνει τα 1000€ Επίσης παρατηρήθηκε πως 47 άτομα σε ποσοστό 24,2% ήταν εργαζόμενοι, 19 άτομα σε ποσοστό 9,8% ήταν άνεργοι και οι υπόλοιποι 128 ερωτηθέντες σε ποσοστό 66% απάντησαν πως ήταν Φοιτητές.

Ταυτόχρονα είναι εμφανές πως 11 άτομα σε ποσοστό 5,7% δεν χρησιμοποιούν το διαδίκτυο καθόλου, 31 άτομα σε ποσοστό 16% κάνουν χρήση του διαδικτύου για το πολύ μια ώρα. Την ίδια στιγμή 38 άτομα σε ποσοστό 19,6% απάντησαν πως χρησιμοποιούν το διαδίκτυο σε καθημερινή βάση για 2 ώρες, ενώ 33 άτομα απάντησαν πως κάνουν χρήση του διαδικτύου για 3 ώρες κάθε μέρα. Η χρήση του διαδικτύου για 4 ώρες παρατηρήθηκε πως γινόταν από 34 άτομα σε ποσοστό 17,5%, όμως 15 άτομα σε ποσοστό 7,7% απάντησαν πως κάνουν καθημερινή χρήση του διαδικτύου για 5 ώρες. Τέλος 6 ώρες καθημερινή χρήση του διαδικτύου απάντησαν πως κάνουν 32 άτομα σε ποσοστό 16,5%. Ένα ακόμα χαρακτηριστικό του δείγματος είναι πως 155 άτομα σε ποσοστό 79,9% απάντησαν ότι κάνουν χρήση του διαδικτύου για λόγους που σχετίζονται με τη σχολή/ εργασία τους ενώ οι υπόλοιποι 39 σε ποσοστό 20,1% δεν πραγματοποιούν χρήση του διαδικτύου για αυτό το λόγο. Τέλος 173 άτομα σε ποσοστό 89,2% απάντησαν πως είναι μέλη κάποιου ιστότοπου Κοινωνικής Δικτύωσης και οι υπόλοιποι 21 ερωτηθέντες σε ποσοστό 10,8% αρνήθηκαν στο προαναφερθέν ερώτημα.

5.5.2 Μέθοδος δειγματοληψίας

Κατά τους(Cohen et al., 2008) αναφέρεται πως υφίστανται δύο κύριες μέθοδοι δειγματοληψίας, η πρώτη ονομάζεται δειγματοληψία πιθανοτήτων ή τυχαίο δείγμα και η δεύτερη μη πιθανοτήτων ή αλλιώς δείγμα σκοπιμότητας. Στην συγκεκριμένη έρευνα έγινε χρήση της πρώτης μεθόδου αφού πραγματοποιήθηκε σε άτομα του δείγματος που

έπρεπε να είναι χρήστες του διαδικτύου ενώ η μέθοδος της έρευνας είναι απλή τυχαία δειγματοληψία.

Οι Cohen, Lawrence και Morrison το έτος 2008, τόνισαν επίσης πως σε ένα δείγμα πιθανοτήτων, κάθε άτομο μιας ευρύτερης κοινωνίας έχει τις ίδιες πιθανότητες να επιλεγεί ως δείγμα μιας έρευνας ενώ ένα άτομο είναι θέμα τύχης να μην επιλεγεί.

5.6 ΕΠΙΛΟΓΗ ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ

Ο κάθε ερευνητής έχει τη δυνατότητα επιλογής μιας πληθώρας εργαλείων έρευνας κατά κύριο λόγο όμως πραγματοποιείται η χρήση κάποιου ερωτηματολογίου, λόγω του γεγονότος ότι το ερωτηματολόγιο θεωρείται ίσως το πιο διαδεδομένο και ταυτόχρονα εύχρηστο εργαλείο συλλογής δεδομένων (Cohen et al., 2008). Λαμβάνοντας υπόψιν αυτό και στην συγκεκριμένη έρευνα χρησιμοποιήθηκε ερωτηματολόγιο σαν ερευνητικό εργαλείο.

Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε απαρτιζόταν από 16 ερωτήσεις ονοματικές με διττές απαντήσεις, διαστήματος και πενταβάθμιας κλίμακας. Οι απαντήσεις σε 15 ερωτήσεις ήταν εξ ολοκλήρου κλειστού τύπου, ενώ σε μια υπήρχε η δυνατότητα οι ερωτηθέντες να δώσουν και τη δική τους απάντηση. Στις 15 ερωτήσεις κλειστού τύπου ο ερωτηθέντας καλείται να επιλέξει την απάντηση που τον αντιπροσωπεύει ενώ στην άλλη μπορούσε να απαντήσει επιπρόσθετα. Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε είναι το ακόλουθο: https://docs.google.com/forms/d/1Ei7QQOcWInBGVEx-BuV_UesOgGMjwHSsEwpz5ITkDTg/viewform ενώ παρατίθεται στο παράρτημα της έρευνας.

5.7 ΤΟΠΟΣ ΚΑΙ ΧΡΟΝΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Το χρονικό περιθώριο διεξαγωγής της παρούσας έρευνας ήταν από τις 2 Απριλίου του τρέχοντος έτους έως τις 27 Μαΐου του ίδιου έτους. Διεξήχθη μέσω του διαδικτύου και απευθυνόταν σε χρήστες του. Το ερωτηματολόγιο αναρτήθηκε σε Ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης και έλαβε τις απαντήσεις που αναφέρθηκαν πιο πάνω.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΗ

Αφότου ολοκληρώθηκε η συλλογή απαντήσεων της παρούσας εργασίας πραγματοποιήθηκε μέσω του προγράμματος SPSS η στατιστική ανάλυση της έρευνας. Αρχικά πραγματοποιήθηκε κωδικοποίηση των δεδομένων που λήφθηκαν από το αρχείο Microsoft Excel το οποίο ήταν λήψη από την εφαρμογή Google Docs. Τα κωδικοποιημένα αυτά δεδομένα εισάχθηκαν στην SPSS έκδοση 18^η και αφότου έγιναν οι κατάλληλες διαδικασίες υπήρξε ως έξοδος διαγράμματα και πίνακες που αναλύονται στη συνέχεια.

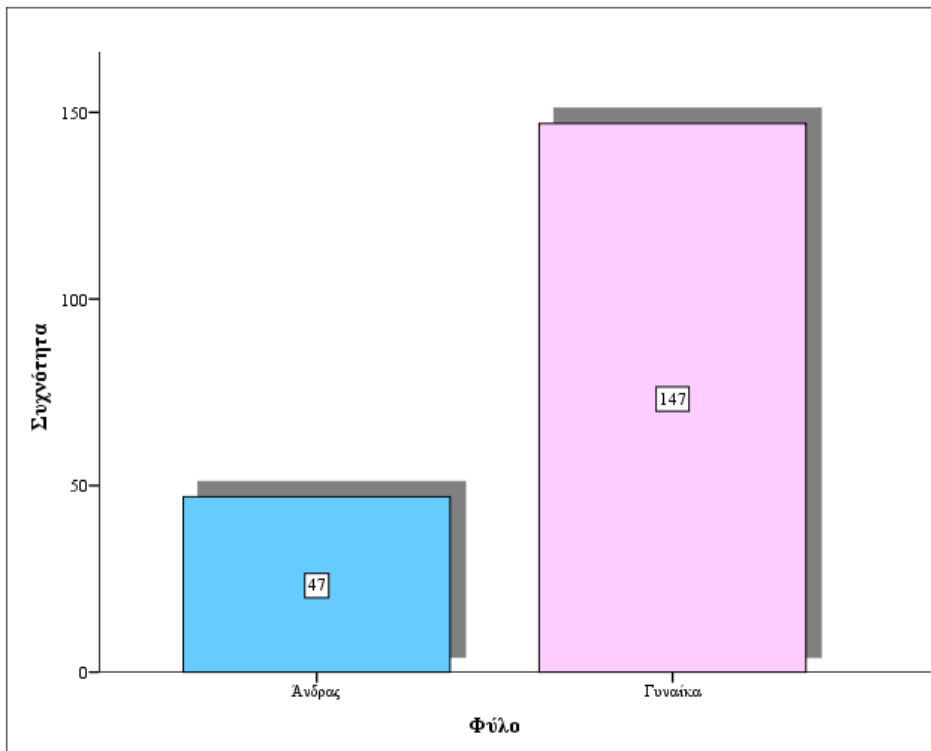
I. Φύλο

Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας της πρώτης ερώτησης που αναλύει τις απαντήσεις των ερωτηθέντων σχετικά με το φύλο τους, είναι εμφανές ότι 47 άτομα σε ποσοστό 24,2% ήταν ανδρικού φύλου ενώ 147 άτομα σε ποσοστό 75,8% απάντησαν πως είναι γυναικείου φύλου.

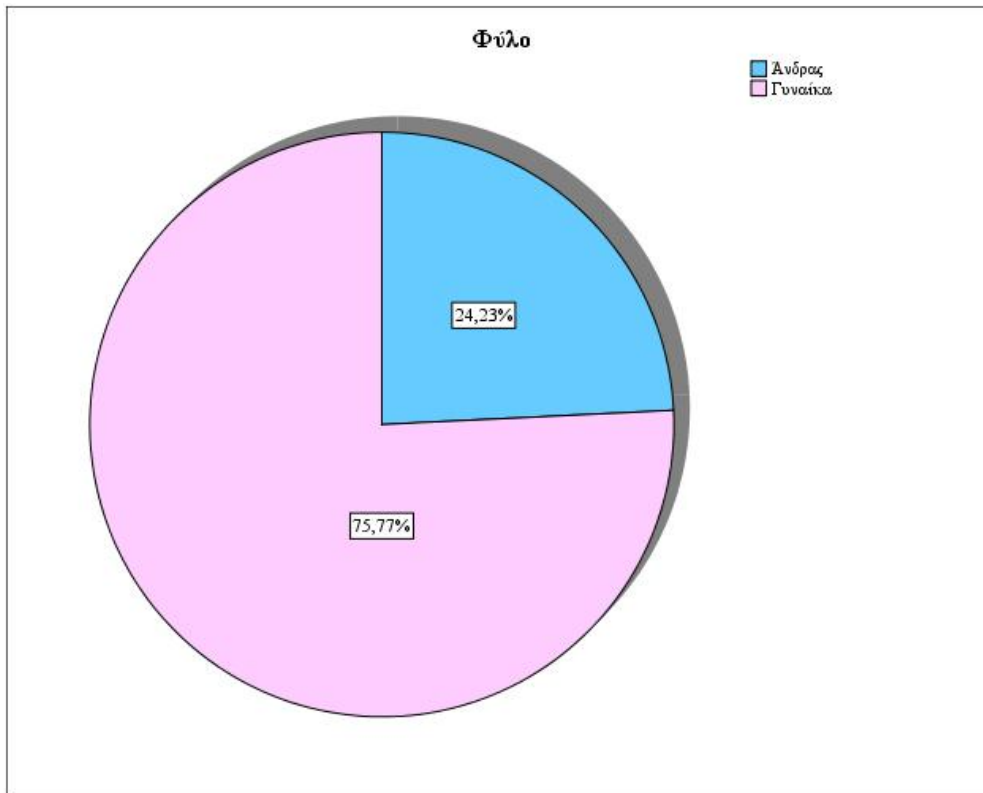
Φύλο

	Frequency	Percent
Άνδρας	47	24,2
Γυναίκα	147	75,8
Total	194	100,0

Πίνακας των αποτελεσμάτων που προέκυψαν από την ανάλυση των απαντήσεων της 1^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το φύλο των ερωτηθέντων. Όπως είναι εμφανές στην πρώτη στήλη του πίνακα φαίνονται οι απαντήσεις της ερώτησης, στη δεύτερη στήλη φαίνεται η συχνότητα που διαθέτει η κάθε απάντηση ενώ στην τρίτη στήλη εμφανίζονται τα ποσοστά τους.



Πρώτο γράφημα που προέκυψε από την ανάλυση των απαντήσεων της 1^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το φύλο των ερωτηθέντων. Όπως είναι εμφανές στο γράφημα τύπου Ράβδων (Bar Chart) φαίνεται η συχνότητα που διαθέτει η κάθε απάντηση.



Δεύτερο γράφημα που προέκυψε από την ανάλυση των απαντήσεων της 1^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το φύλο των ερωτηθέντων. Όπως είναι εμφανές στο γράφημα τύπου Πίτας (Pie Chart) φαίνεται το ποσοστό που διαθέτει η κάθε απάντηση.

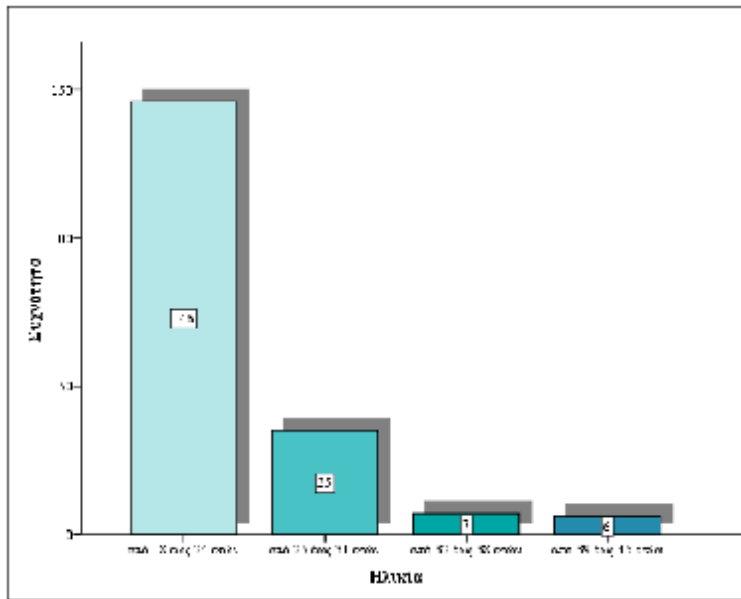
II. Ηλικία

Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας της δεύτερης ερώτησης που αναλύει τις απαντήσεις των ερωτηθέντων σχετικά με την ηλικία τους, είναι εμφανές ότι 146 άτομα σε ποσοστό 75,3% ήταν από 18 έως 24 ετών, 35 άτομα σε ποσοστό 18% ήταν από 25 έως 31 ετών, 7 άτομα σε ποσοστό 3,6% ήταν από 32 έως 38 ετών, ενώ τα υπόλοιπα 6 άτομα σε ποσοστό 3,1% απάντησαν πως η ηλικία τους ήταν από 39 έως 45 ετών.

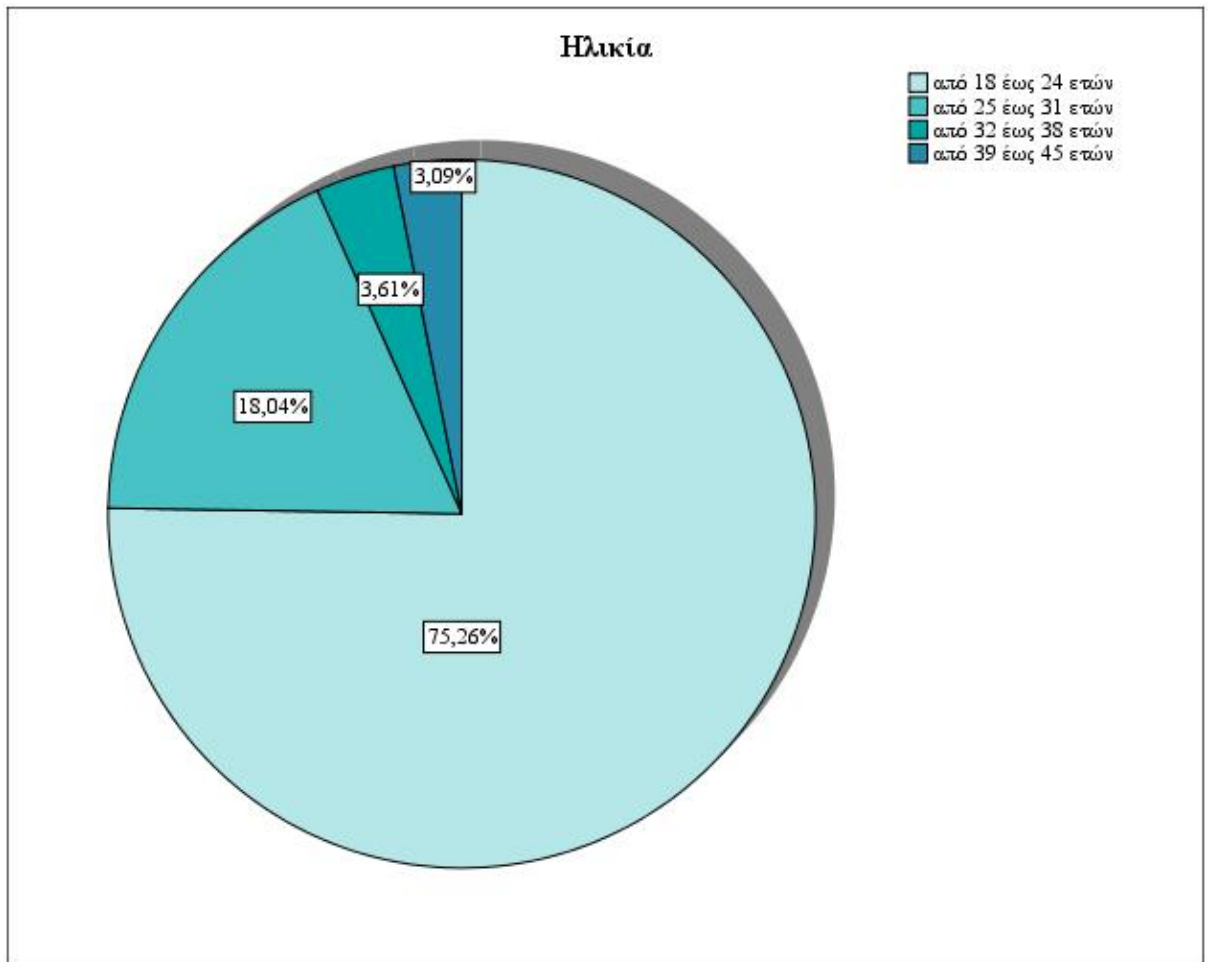
Ηλικία

	Frequency	Percent
από 18 έως 24 ετών	146	75,3
από 25 έως 31 ετών	35	18,0
από 32 έως 38 ετών	7	3,6
από 39 έως 45 ετών	6	3,1
Total	194	100,0

Πίνακας των αποτελεσμάτων που προέκυψαν από την ανάλυση των απαντήσεων της 2^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε την ηλικία των ερωτηθέντων. Όπως είναι εμφανές στην πρώτη στήλη του πίνακα φαίνονται οι απαντήσεις της ερώτησης, στη δεύτερη στήλη φαίνεται η συχνότητα που διαθέτει η κάθε απάντηση ενώ στην τρίτη στήλη εμφανίζονται τα ποσοστά τους.



Πρώτο γράφημα που προέκυψε από την ανάλυση των απαντήσεων της 2^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε την ηλικία των ερωτηθέντων. Όπως είναι εμφανές στο γράφημα τύπου Ράβδων (Bar Chart) φαίνεται η συχνότητα που διαθέτει η κάθε απάντηση.



Δεύτερο γράφημα που προέκυψε από την ανάλυση των απαντήσεων της 2^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε την ηλικία των ερωτηθέντων. Όπως είναι εμφανές στο γράφημα τύπου Πίτας (Pie Chart) φαίνεται το ποσοστό που διαθέτει η κάθε απάντηση.

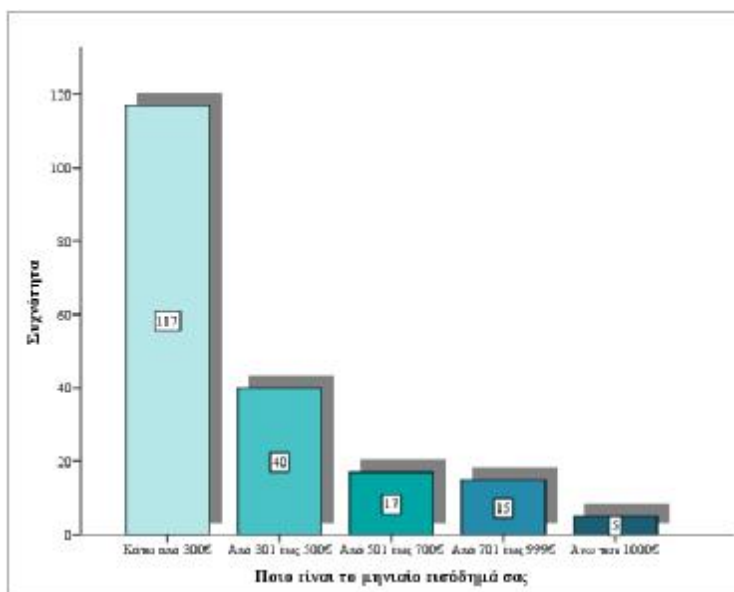
III. Ποιο είναι το μηνιαίο εισόδημά σας

Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας της τρίτης ερώτησης που αναλύει τις απαντήσεις των ερωτηθέντων σχετικά με την ηλικία τους, είναι εμφανές ότι 117 άτομα σε ποσοστό 60,3% απάντησαν πως το μηνιαίο τους εισόδημα δεν υπερβαίνει τα 300€, την ίδια στιγμή 40 άτομα σε ποσοστό 20,6% απάντησαν πως το μηνιαίο εισόδημα τους κυμαινόταν από 301 έως 500€. Επιπροσθέτως 17 άτομα σε ποσοστό 8,8% απάντησαν πως κάθε μήνα το εισόδημα τους κυμαίνεται από 501 έως 700€ και από 701 έως 999€ μηνιαίο εισόδημα απάντησαν πως έχουν 15 άτομα σε ποσοστό 7,7%. Τέλος μόνο 5 άτομα σε ποσοστό 2,6% απάντησαν πως το μηνιαίο τους εισόδημα υπερβαίνει τα 1000€

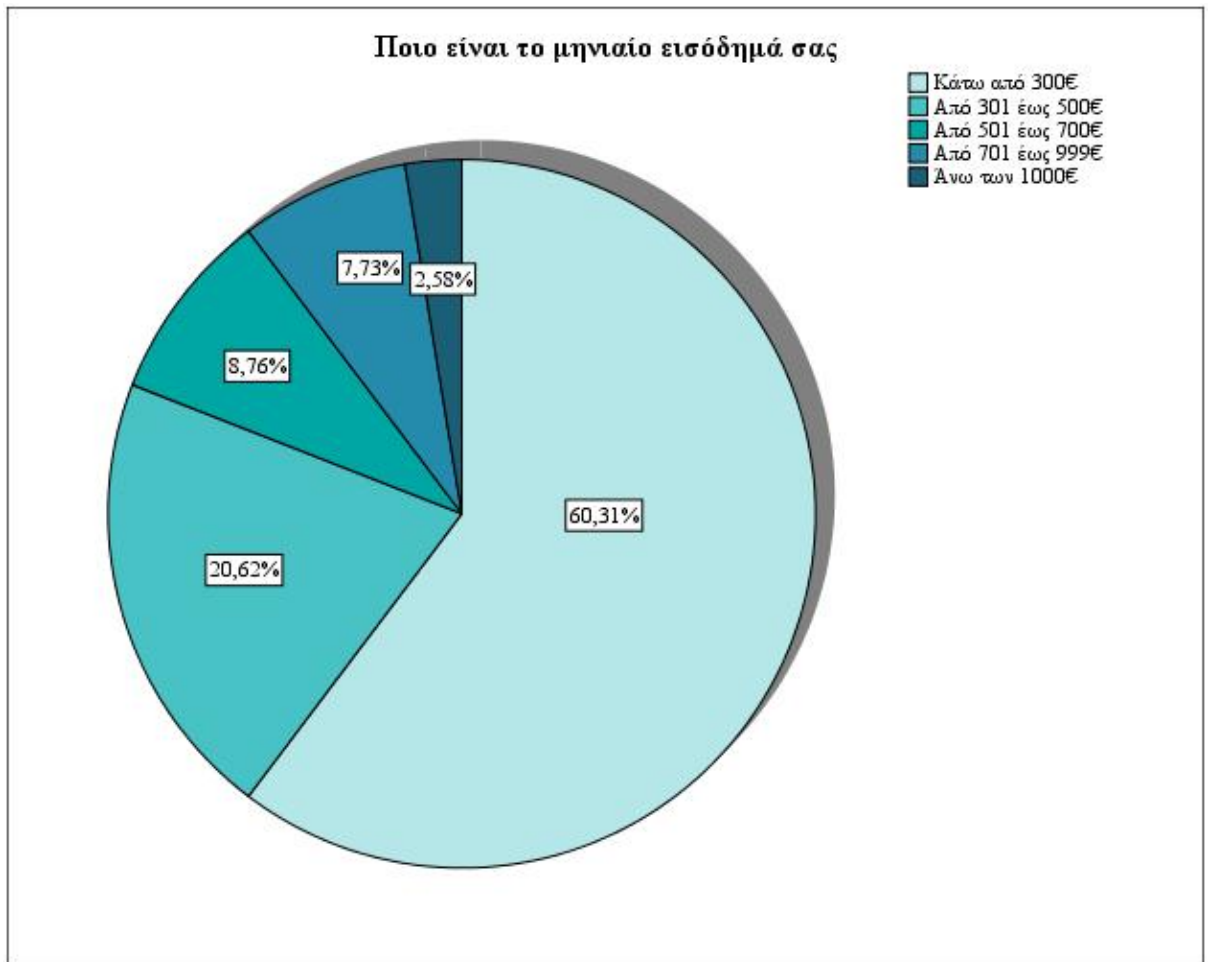
Ποιο είναι το μηνιαίο εισόδημά σας

	Freque ncy	Perce nt
Κάτω από 300€	117	60,3
Από 301 έως 500€	40	20,6
Από 501 έως 700€	17	8,8
Από 701 έως 999€	15	7,7
Άνω των 1000€	5	2,6
Total	194	100,0

Πίνακας των αποτελεσμάτων που προέκυψαν από την ανάλυση των απαντήσεων της 3^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το μηνιαίο εισόδημα των ερωτηθέντων. Όπως είναι εμφανές στην πρώτη στήλη του πίνακα φαίνονται οι απαντήσεις της ερώτησης, στη δεύτερη στήλη φαίνεται η συχνότητα που διαθέτει η κάθε απάντηση ενώ στην τρίτη στήλη εμφανίζονται τα ποσοστά τους.



Πρώτο γράφημα που προέκυψε από την ανάλυση των απαντήσεων της 3^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το μηνιαίο εισόδημα των ερωτηθέντων. Όπως είναι εμφανές στο γράφημα τύπου Ράβδων (Bar Chart) φαίνεται η συχνότητα που διαθέτει η κάθε απάντηση.



Δεύτερο γράφημα που προέκυψε από την ανάλυση των απαντήσεων της 3^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το μηνιαίο εισόδημα των ερωτηθέντων. Όπως είναι εμφανές στο γράφημα τύπου Πίτας (Pie Chart) φαίνεται το ποσοστό που διαθέτει η κάθε απάντηση.

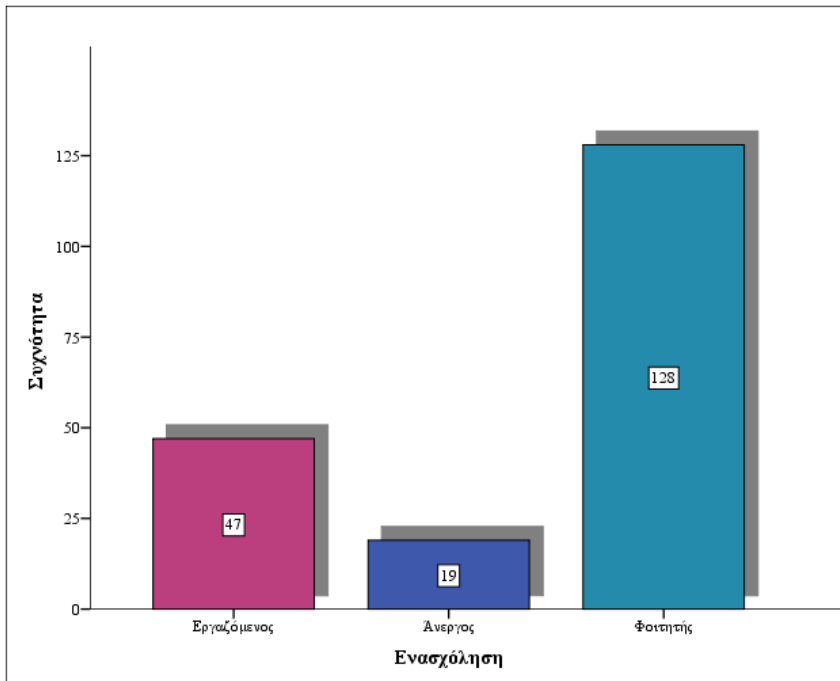
IV. Ποια είναι η ενασχόληση σας

Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας της τέταρτης ερώτησης που αναλύει τις απαντήσεις των ερωτηθέντων σχετικά με την ενασχόληση τους, είναι εμφανές ότι 47 άτομα σε ποσοστό 24,2% απάντησαν πως εργάζονται, 19 άτομα σε ποσοστό 9,8% απάντησαν πως είναι άνεργοι και οι υπόλοιποι 128 ερωτηθέντες σε ποσοστό 66% απάντησαν πως είναι Φοιτητές.

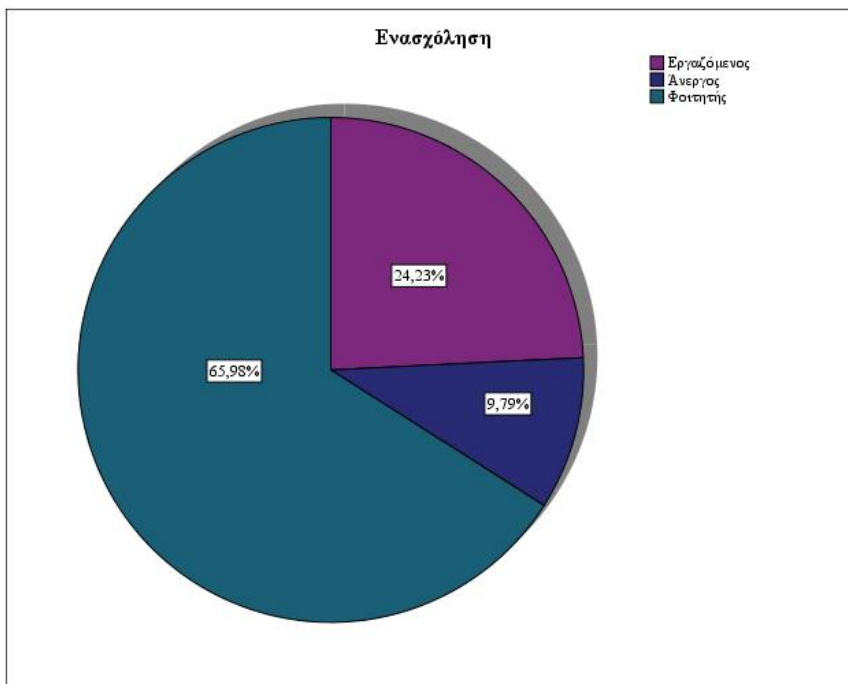
Ενασχόληση

	Frequency	Percent
Εργαζόμενος	47	24,2
Άνεργος	19	9,8
Φοιτητής	128	66,0
Total	194	100,0

Πίνακας των αποτελεσμάτων που προέκυψαν από την ανάλυση των απαντήσεων της 4^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε την ενασχόληση των ερωτηθέντων. Όπως είναι εμφανές στην πρώτη στήλη του πίνακα φαίνονται οι απαντήσεις της ερώτησης, στη δεύτερη στήλη φαίνεται η συχνότητα που διαθέτει η κάθε απάντηση ενώ στην τρίτη στήλη εμφανίζονται τα ποσοστά τους.



Πρώτο γράφημα που προέκυψε από την ανάλυση των απαντήσεων της 4^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε την ενασχόληση των ερωτηθέντων. Όπως είναι εμφανές στο γράφημα τύπου Ράβδων (Bar Chart) φαίνεται η συχνότητα που διαθέτει η κάθε απάντηση.



Δεύτερο γράφημα που προέκυψε από την ανάλυση των απαντήσεων της 4^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε την ενασχόληση των

ερωτηθέντων. Όπως είναι εμφανές στο γράφημα τύπου Πίτας (Pie Chart) φαίνεται το ποσοστό που διαθέτει η κάθε απάντηση.

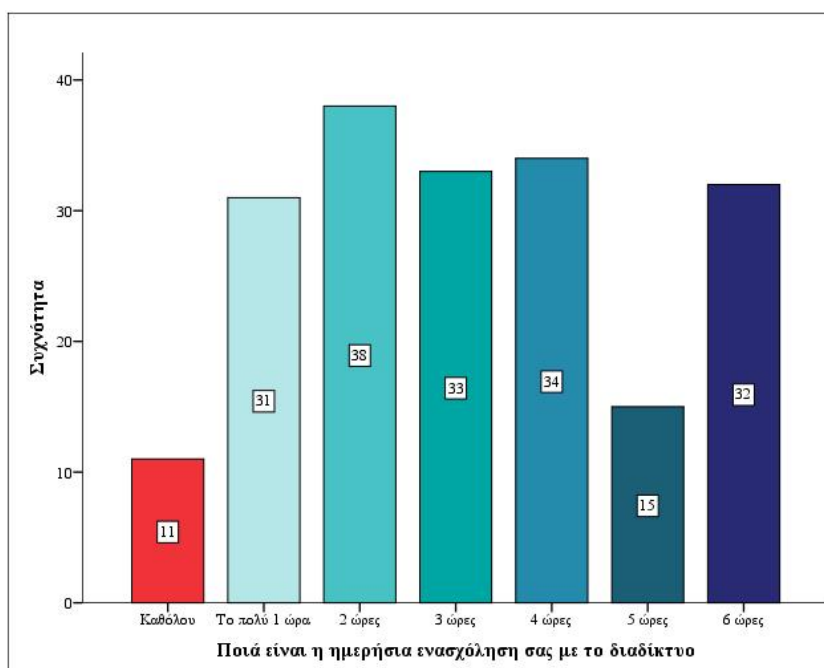
V. Ποια είναι η ημερήσια ενασχόληση σας με το διαδίκτυο

Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας της πέμπτης ερώτησης που αναλύει τις απαντήσεις των ερωτηθέντων σχετικά με την ημερήσια ενασχόληση τους με το διαδίκτυο, είναι εμφανές ότι 11 άτομα σε ποσοστό 5,7% δεν χρησιμοποιούν το διαδίκτυο καθόλου, 31 άτομα σε ποσοστό 16% κάνουν χρήση του διαδικτύου για το πολύ μια ώρα. Την ίδια στιγμή 38 άτομα σε ποσοστό 19,6% απάντησαν πως χρησιμοποιούν το διαδίκτυο σε καθημερινή βάση για 2 ώρες, ενώ 33 άτομα απάντησαν πως κάνουν χρήση του διαδικτύου για 3 ώρες κάθε μέρα. Η χρήση του διαδικτύου για 4 ώρες παρατηρήθηκε πως γινόταν από 34 άτομα σε ποσοστό 17,5%, όμως 15 άτομα σε ποσοστό 7,7% απάντησαν πως κάνουν καθημερινή χρήση του διαδικτύου για 5 ώρες. Τέλος 6 ώρες καθημερινή χρήση του διαδικτύου απάντησαν πως κάνουν 32 άτομα σε ποσοστό 16,5%.

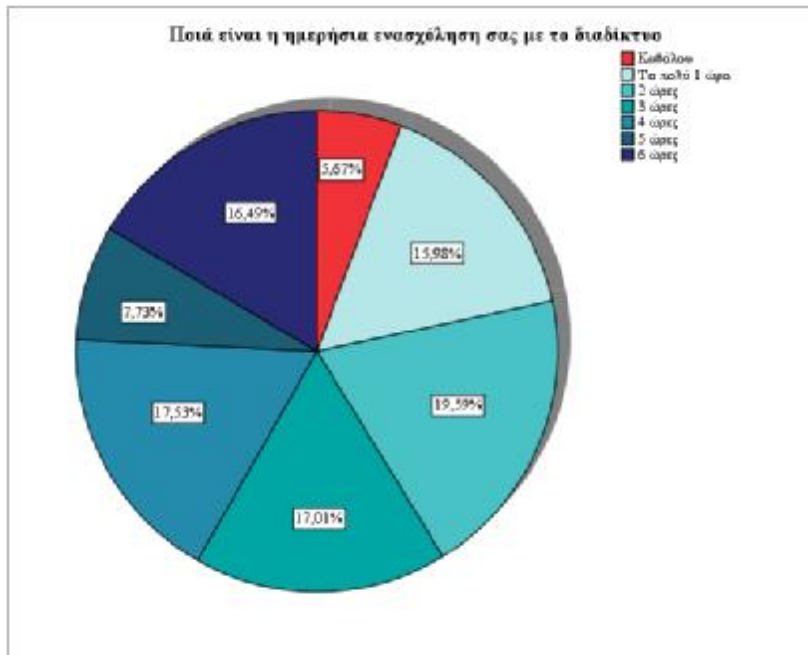
Ποια είναι η ημερήσια ενασχόληση σας με το διαδίκτυο

	Frequency	Percent
Καθόλου	11	5,7
Το πολύ 1 ώρα	31	16,0
2 ώρες	38	19,6
3 ώρες	33	17,0
4 ώρες	34	17,5
5 ώρες	15	7,7
6 ώρες	32	16,5
Total	194	100,0

Πίνακας των αποτελεσμάτων που προέκυψαν από την ανάλυση των απαντήσεων της 5^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε την ημερήσια ενασχόληση των ερωτηθέντων με το διαδίκτυο. Όπως είναι εμφανές στην πρώτη στήλη του πίνακα φαίνονται οι απαντήσεις της ερώτησης, στη δεύτερη στήλη φαίνεται η συχνότητα που διαθέτει η κάθε απάντηση ενώ στην τρίτη στήλη εμφανίζονται τα ποσοστά τους.



Πρώτο γράφημα που προέκυψε από την ανάλυση των απαντήσεων της 5^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε την ημερήσια ενασχόληση των ερωτηθέντων με το διαδίκτυο. Όπως είναι εμφανές στο γράφημα τύπου Ράβδων (Bar Chart) φαίνεται η συχνότητα που διαθέτει η κάθε απάντηση.



Δεύτερο γράφημα που προέκυψε από την ανάλυση των απαντήσεων της 5^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε την ημερήσια ενασχόληση των ερωτηθέντων με το διαδίκτυο. Όπως είναι εμφανές στο γράφημα τύπου Πίτας (Pie Chart) φαίνεται το ποσοστό που διαθέτει η κάθε απάντηση.

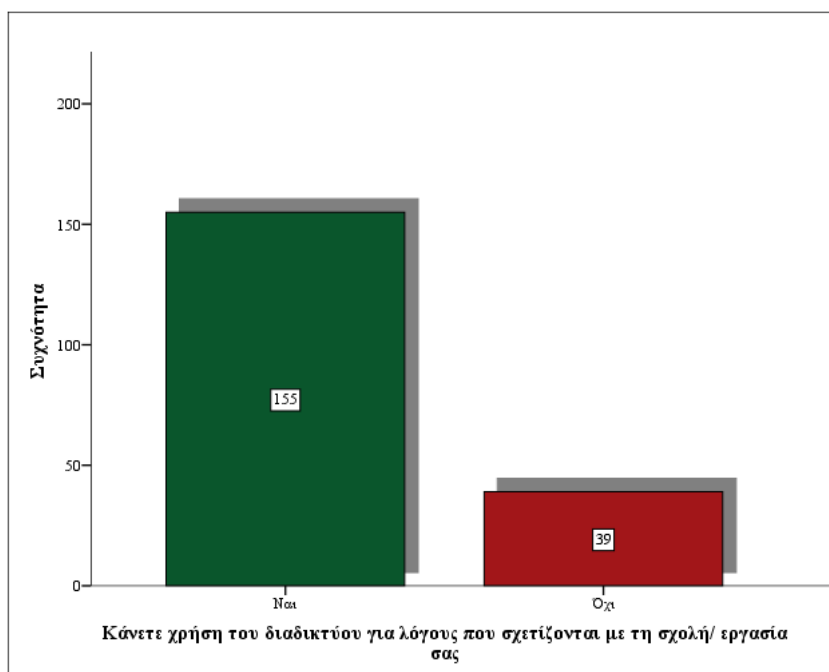
VI. Κάνετε χρήση του διαδικτύου για λόγους που σχετίζονται με τη σχολή/ εργασία σας

Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας της έκτης ερώτησης που αναλύει τις απαντήσεις των ερωτηθέντων σχετικά με το εάν κάνουν χρήση του διαδικτύου για λόγους που σχετίζονται με τη σχολή/ εργασία τους, είναι εμφανές ότι 155 άτομα σε ποσοστό 79,9% απάντησαν θετικά στο προαναφερθέν ερώτημα και οι υπόλοιποι 39 σε ποσοστό 20,1% αρνήθηκαν το ότι κάνουν χρήση του διαδικτύου για λόγους που σχετίζονται με τη σχολή/ εργασία τους.

Κάνετε χρήση του διαδικτύου για λόγους που σχετίζονται με τη σχολή/ εργασία σας

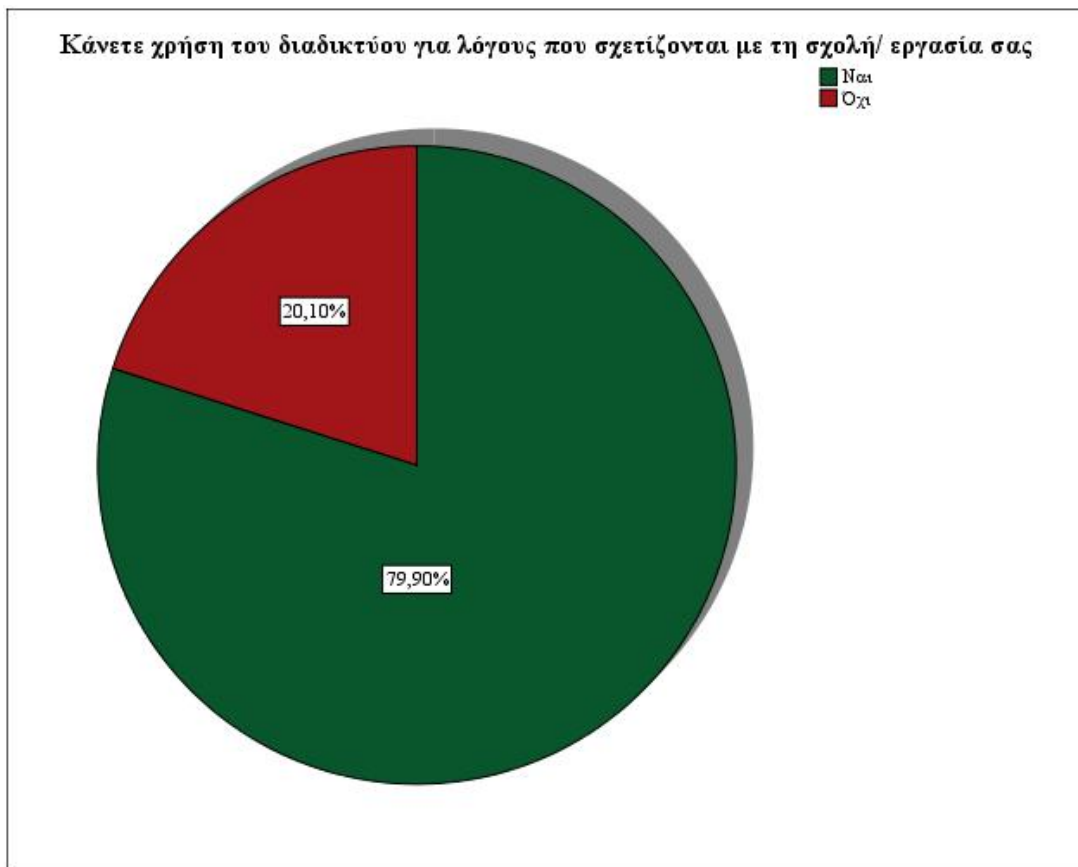
	Frequency	Percent
Ναι	155	79,9
Όχι	39	20,1
Total	194	100,0

Πίνακας των αποτελεσμάτων που προέκυψαν από την ανάλυση των απαντήσεων της 6^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το εάν οι ερωτηθέντες κάνουν χρήση του διαδικτύου για λόγους που σχετίζονται με τη σχολή/ εργασία τους. Όπως είναι εμφανές στην πρώτη στήλη του πίνακα φαίνονται οι απαντήσεις της ερώτησης, στη δεύτερη στήλη φαίνεται η συχνότητα που διαθέτει η κάθε απάντηση ενώ στην τρίτη στήλη εμφανίζονται τα ποσοστά τους.



Πρώτο γράφημα που προέκυψε από την ανάλυση των απαντήσεων της 6^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το εάν οι ερωτηθέντες κάνουν χρήση του διαδικτύου για λόγους που σχετίζονται με τη σχολή/ εργασία τους.

Όπως είναι εμφανές στο γράφημα τύπου Ράβδων (Bar Chart) φαίνεται η συχνότητα που διαθέτει η κάθε απάντηση.



Δεύτερο γράφημα που προέκυψε από την ανάλυση των απαντήσεων της 6^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το εάν οι ερωτηθέντες κάνουν χρήση του διαδικτύου για λόγους που σχετίζονται με τη σχολή/ εργασία τους. Όπως είναι εμφανές στο γράφημα τύπου Πίτας (Pie Chart) φαίνεται το ποσοστό που διαθέτει η κάθε απάντηση.

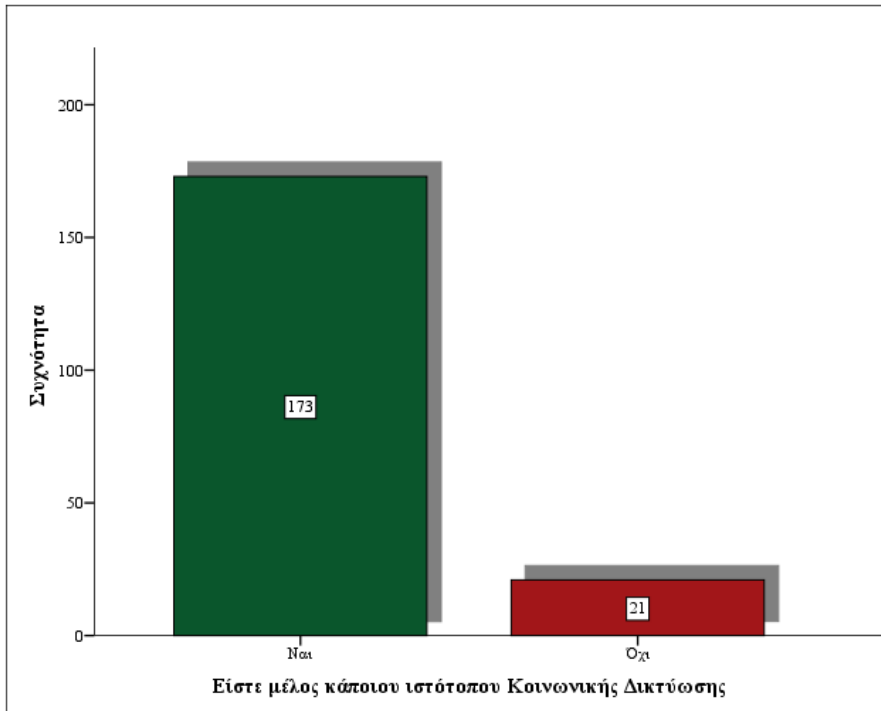
VII. Είστε μέλος κάποιου ιστότοπου Κοινωνικής Δικτύωσης

Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας της έβδομης ερώτησης που αναλύει τις απαντήσεις των ερωτηθέντων σχετικά με το εάν είναι μέλη κάποιου ιστότοπου Κοινωνικής Δικτύωσης, είναι εμφανές ότι 173 άτομα σε ποσοστό 89,2% απάντησαν πως είναι μέλη κάποιου ιστότοπου Κοινωνικής Δικτύωσης και οι υπόλοιποι 21 ερωτηθέντες σε ποσοστό 10,8% αρνήθηκαν στο προαναφερθέν ερώτημα.

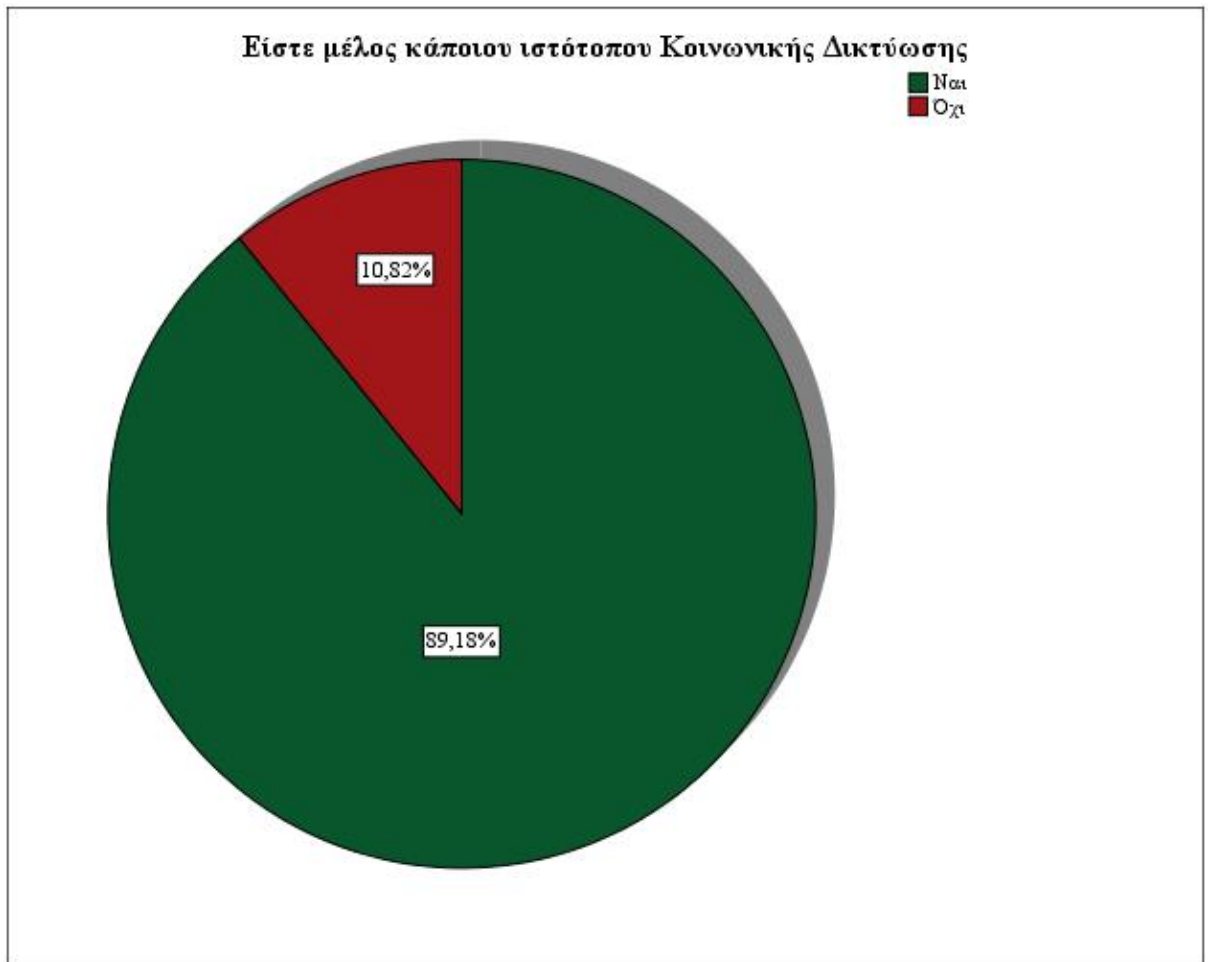
Είστε μέλος κάποιου ιστότοπου Κοινωνικής Δικτύωσης

	Frequency	Percent
Ναι	173	89,2
Όχι	21	10,8
Total	194	100,0

Πίνακας των αποτελεσμάτων που προέκυψαν από την ανάλυση των απαντήσεων της 7^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το εάν οι ερωτηθέντες είναι μέλη κάποιου ιστότοπου Κοινωνικής Δικτύωσης. Όπως είναι εμφανές στην πρώτη στήλη του πίνακα φαίνονται οι απαντήσεις της ερώτησης, στη δεύτερη στήλη φαίνεται η συχνότητα που διαθέτει η κάθε απάντηση ενώ στην τρίτη στήλη εμφανίζονται τα ποσοστά τους.



Πρώτο γράφημα που προέκυψε από την ανάλυση των απαντήσεων της 7^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το εάν οι ερωτηθέντες είναι μέλη κάποιου ιστότοπου Κοινωνικής Δικτύωσης. Όπως είναι εμφανές στο γράφημα τύπου Ράβδων (Bar Chart) φαίνεται η συχνότητα που διαθέτει η κάθε απάντηση.



Δεύτερο γράφημα που προέκυψε από την ανάλυση των απαντήσεων της 7^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το εάν οι ερωτηθέντες είναι μέλη κάποιου ιστότοπου Κοινωνικής Δικτύωσης. Όπως είναι εμφανές στο γράφημα τύπου Πίτας (Pie Chart) φαίνεται το ποσοστό που διαθέτει η κάθε απάντηση.

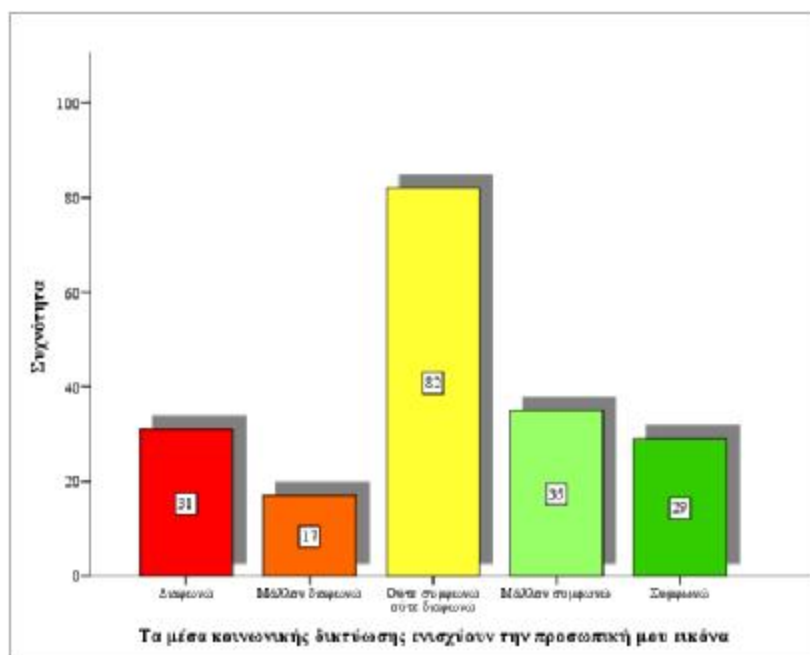
VIII. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενισχύουν την προσωπική μου εικόνα

Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας της όγδοης ερώτησης που αναλύει τις απαντήσεις των ερωτηθέντων σχετικά με το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι με το ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενισχύουν την προσωπική τους εικόνα, είναι εμφανές ότι 31 άτομα σε ποσοστό 16% απάντησαν πως Διαφωνούν με το προαναφερθέν ερώτημα, ενώ 17 άτομα σε ποσοστό 8,8% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενισχύουν την προσωπική τους εικόνα. Ταυτόχρονα 82 άτομα σε ποσοστό 42,3% απάντησαν διατηρώντας μια ουδέτερη στάση πως ούτε συμφωνούν ή διαφωνούν με το ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενισχύουν την προσωπική τους εικόνα. Την ίδια στιγμή 35 άτομα σε ποσοστό 18% απάντησαν πως Μάλλον συμφωνούν με το προαναφερθέν ερώτημα ενώ τέλος τα άτομα που Συμφώνησαν ήταν 29 άτομα σε ποσοστό 14,9%.

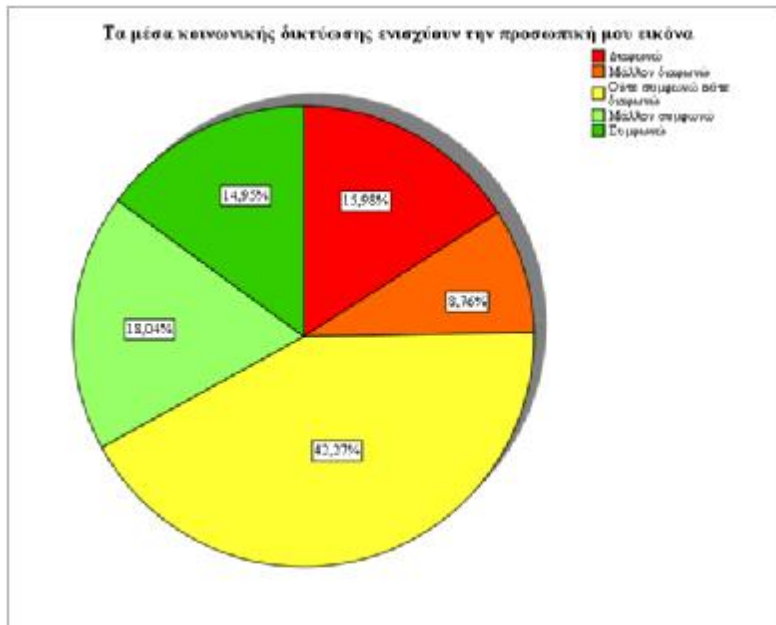
Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενισχύουν την προσωπική μου εικόνα

	Frequency	Percent
Διαφωνώ	31	16,0
Μάλλον διαφωνώ	17	8,8
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	82	42,3
Μάλλον συμφωνώ	35	18,0
Συμφωνώ	29	14,9
Total	194	100,0

Πίνακας των αποτελεσμάτων που προέκυψαν από την ανάλυση των απαντήσεων της 8^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι οι ερωτηθέντες με το ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενισχύουν την προσωπική τους εικόνα. Όπως είναι εμφανές στην πρώτη στήλη του πίνακα φαίνονται οι απαντήσεις της ερώτησης, στη δεύτερη στήλη φαίνεται η συχνότητα που διαθέτει η κάθε απάντηση ενώ στην τρίτη στήλη εμφανίζονται τα ποσοστά τους.



Πρώτο γράφημα που προέκυψε από την ανάλυση των απαντήσεων της 8^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι οι ερωτηθέντες με το ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενισχύουν την προσωπική τους εικόνα. Όπως είναι εμφανές στο γράφημα τύπου Ράβδων (Bar Chart) φαίνεται η συχνότητα που διαθέτει η κάθε απάντηση.



Δεύτερο γράφημα που προέκυψε από την ανάλυση των απαντήσεων της 8^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι οι ερωτηθέντες με το ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενισχύουν την προσωπική τους εικόνα. Όπως είναι εμφανές στο γράφημα τύπου Πίτας (Pie Chart) φαίνεται το ποσοστό που διαθέτει η κάθε απάντηση.

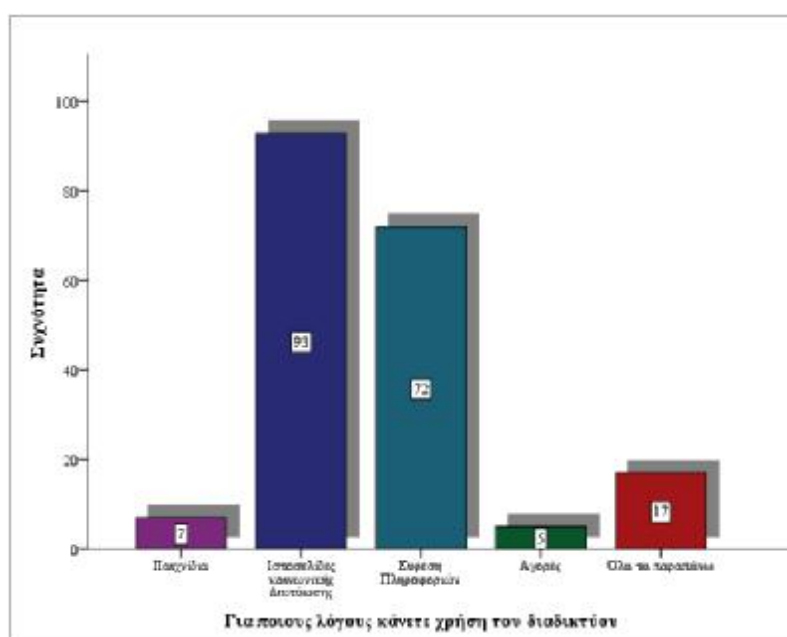
ΙΧ. Για ποιους λόγους κάνετε χρήση του διαδικτύου

Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας της ένατης ερώτησης που αναλύει τις απαντήσεις των ερωτηθέντων σχετικά με τους λόγους που κάνουν χρήση του διαδικτύου, είναι εμφανές ότι 7 άτομα σε ποσοστό 3,6% απάντησαν πως χρησιμοποιούν το διαδίκτυο ώστε να παίξουν κάποιο διαδικτυακό παιχνίδι, 93 άτομα σε ποσοστό 47,5% απάντησαν πως κάνουν χρήση του διαδικτύου για να συνδέονται σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης. Επιπροσθέτως 72 άτομα σε ποσοστό 37,1% αναζητούν πληροφορίες με τη χρήση του διαδικτύου, ενώ μόνο 5 άτομα σε ποσοστό 2,6% απάντησαν πως πραγματοποιούν αγορές μέσω διαδικτύου. Τέλος 17 άτομα σε ποσοστό 8,8% απάντησαν πως χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για όλους τους προαναφερθέντες λόγους.

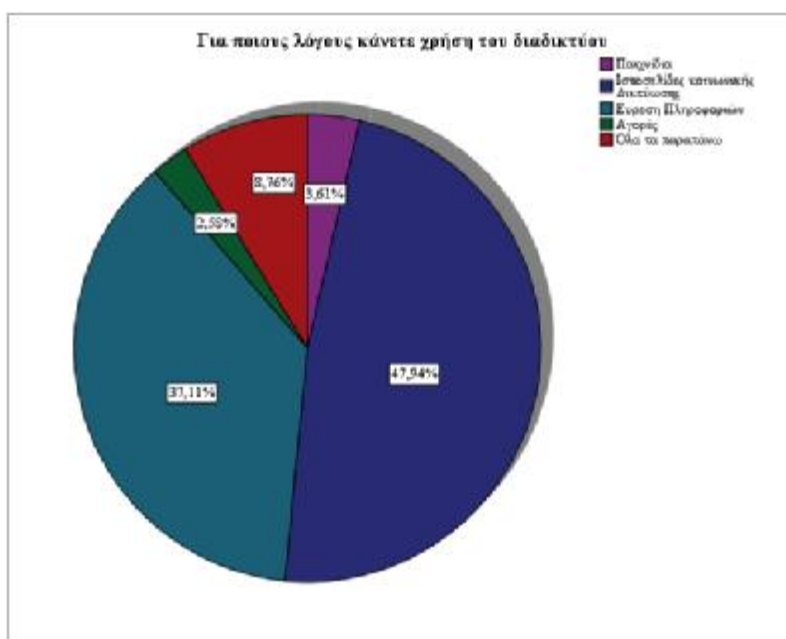
Για ποιους λόγους κάνετε χρήση του διαδικτύου

	Frequency	Percent
Παιχνίδια	7	3,6
Ιστοσελίδες κοινωνικής Δικτύωσης	93	47,9
Εύρεση Πληροφοριών	72	37,1
Αγορές	5	2,6
Όλα τα παραπάνω	17	8,8
Total	194	100,0

Πίνακας των αποτελεσμάτων που προέκυψαν από την ανάλυση των απαντήσεων της 9^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε τους λόγους που οι ερωτηθέντες κάνουν χρήση του διαδικτύου. Όπως είναι εμφανές στην πρώτη στήλη του πίνακα φαίνονται οι απαντήσεις της ερώτησης, στη δεύτερη στήλη φαίνεται η συχνότητα που διαθέτει η κάθε απάντηση ενώ στην τρίτη στήλη εμφανίζονται τα ποσοστά τους.



Πρώτο γράφημα που προέκυψε από την ανάλυση των απαντήσεων της 9^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε τους λόγους που οι ερωτηθέντες κάνουν χρήση του διαδικτύου. Όπως είναι εμφανές στο γράφημα τύπου Ράβδων (Bar Chart) φαίνεται η συχνότητα που διαθέτει η κάθε απάντηση.



Δεύτερο γράφημα που προέκυψε από την ανάλυση των απαντήσεων της 9^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε τους λόγους που οι ερωτηθέντες κάνουν χρήση του διαδικτύου. Όπως είναι εμφανές στο γράφημα τύπου Πίτας (Pie Chart) φαίνεται το ποσοστό που διαθέτει η κάθε απάντηση.

X. Οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης καλύπτουν τις κοινωνικές μου επιθυμίες

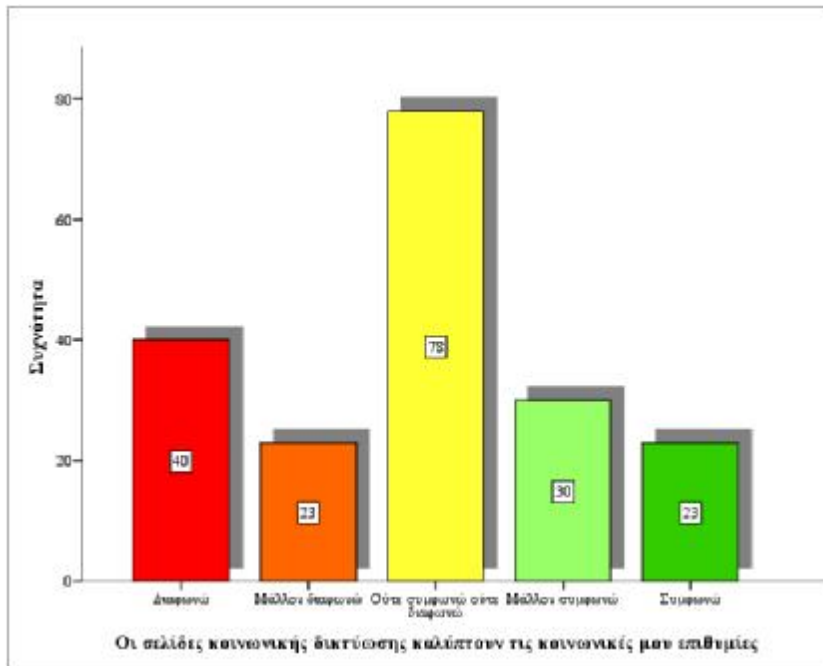
Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας της δέκατης ερώτησης που αναλύει τις απαντήσεις των ερωτηθέντων σχετικά με το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι με το ότι οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης καλύπτουν τις κοινωνικές τους επιθυμίες, είναι εμφανές ότι 40 άτομα σε ποσοστό 20,6% απάντησαν πως Διαφωνούν με το προαναφερθέν ερώτημα, ενώ 23 άτομα

σε ποσοστό 11,9% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης καλύπτουν τις κοινωνικές τους επιθυμίες. Ταυτόχρονα 78 άτομα σε ποσοστό 40,2% απάντησαν διατηρώντας μια ουδέτερη στάση πως ούτε συμφωνούν ή διαφωνούν με το ότι οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης καλύπτουν τις κοινωνικές τους επιθυμίες. Την ίδια στιγμή 30 άτομα σε ποσοστό 15,5% απάντησαν πως Μάλλον συμφωνούν με το προαναφερθέν ερώτημα ενώ τέλος τα άτομα που Συμφώνησαν ήταν 23 άτομα σε ποσοστό 11,9%.

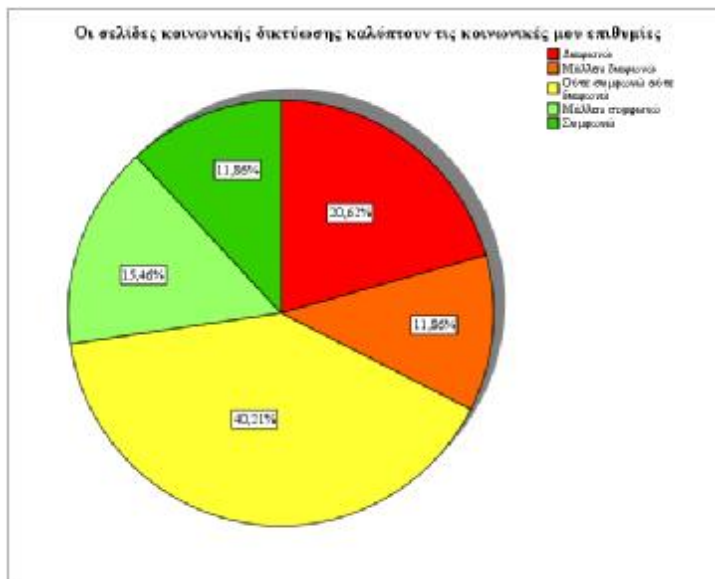
Οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης καλύπτουν τις κοινωνικές μου επιθυμίες

	Frequency	Percent
Διαφωνώ	40	20,6
Μάλλον διαφωνώ	23	11,9
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	78	40,2
Μάλλον συμφωνώ	30	15,5
Συμφωνώ	23	11,9
Total	194	100,0

Πίνακας των αποτελεσμάτων που προέκυψαν από την ανάλυση των απαντήσεων της 10^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι οι ερωτηθέντες με το ότι οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης καλύπτουν τις κοινωνικές τους επιθυμίες. Όπως είναι εμφανές στην πρώτη στήλη του πίνακα φαίνονται οι απαντήσεις της ερώτησης, στη δεύτερη στήλη φαίνεται η συχνότητα που διαθέτει η κάθε απάντηση ενώ στην τρίτη στήλη εμφανίζονται τα ποσοστά τους.



Πρώτο γράφημα που προέκυψε από την ανάλυση των απαντήσεων της 10^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι οι ερωτηθέντες με το ότι οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης καλύπτουν τις κοινωνικές τους επιθυμίες. Όπως είναι εμφανές στο γράφημα τύπου Ράβδων (Bar Chart) φαίνεται η συχνότητα που διαθέτει η κάθε απάντηση.



Δεύτερο γράφημα που προέκυψε από την ανάλυση των απαντήσεων της 10^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι οι ερωτηθέντες με το ότι οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης καλύπτουν τις κοινωνικές τους επιθυμίες. Όπως είναι εμφανές στο γράφημα τύπου Πίτας (Pie Chart) φαίνεται το ποσοστό που διαθέτει η κάθε απάντηση.

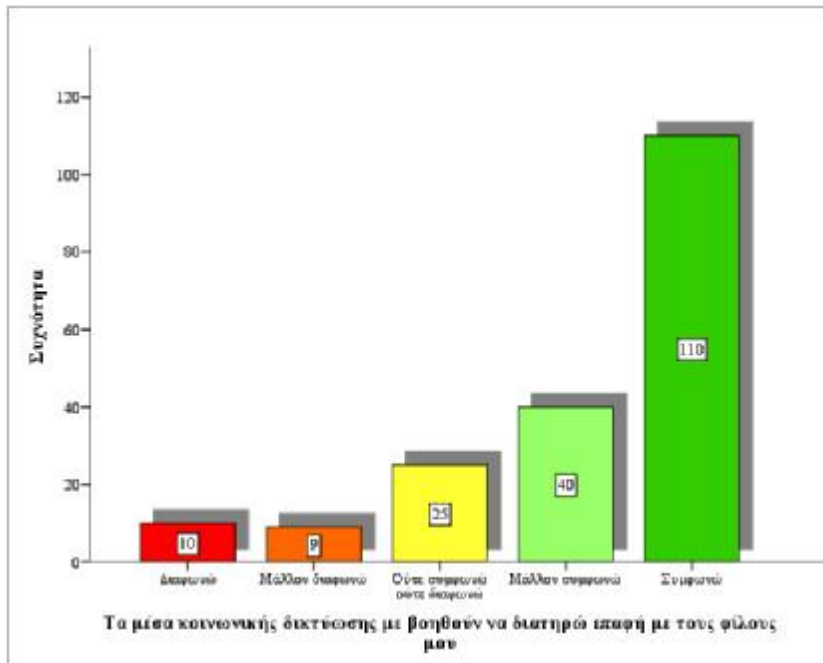
XI. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με βοηθούν να διατηρώ επαφή με τους φίλους μου

Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας της ενδέκατης ερώτησης που αναλύει τις απαντήσεις των ερωτηθέντων σχετικά με το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι με το ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τους βοηθούν να διατηρήσουν επαφή με τους φίλους τους, είναι εμφανές ότι 40 άτομα σε ποσοστό 20,6% απάντησαν πως Διαφωνούν με το προαναφερθέν ερώτημα, ενώ 23 άτομα σε ποσοστό 11,9% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τους βοηθούν να διατηρήσουν επαφή με τους φίλους τους. Ταυτόχρονα 78 άτομα σε ποσοστό 40,2% απάντησαν διατηρώντας μια ουδέτερη στάση πως ούτε συμφωνούν ή διαφωνούν με το ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τους βοηθούν να διατηρήσουν επαφή με τους φίλους τους. Την ίδια στιγμή 30 άτομα σε ποσοστό 15,5% απάντησαν πως Μάλλον συμφωνούν με το προαναφερθέν ερώτημα ενώ τέλος τα άτομα που Συμφώνησαν ήταν 23 άτομα σε ποσοστό 11,9%.

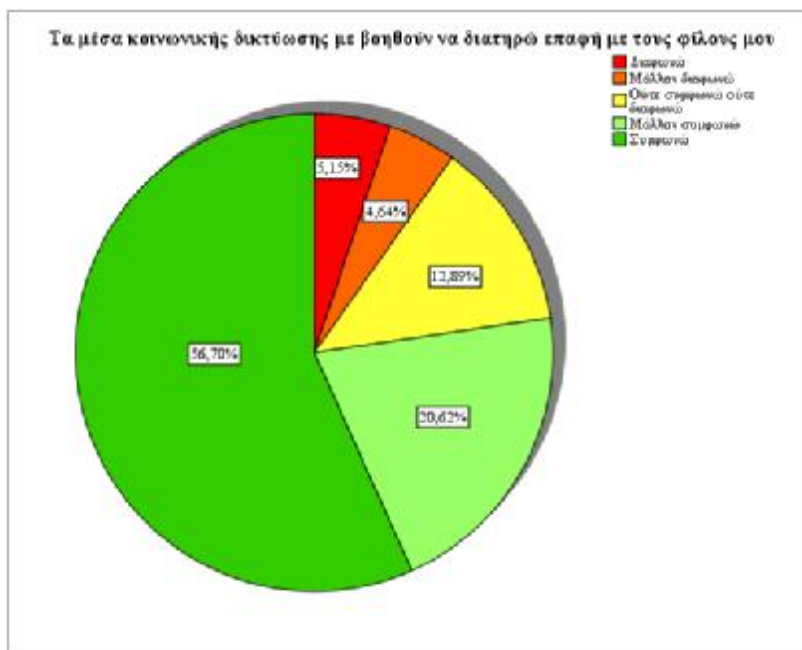
Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με βοηθούν να διατηρώ επαφή με τους φίλους μου

	Frequency	Percent
Διαφωνώ	10	5,2
Μάλλον διαφωνώ	9	4,6
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	25	12,9
Μάλλον συμφωνώ	40	20,6
Συμφωνώ	110	56,7
Total	194	100,0

Πίνακας των αποτελεσμάτων που προέκυψαν από την ανάλυση των απαντήσεων της 11^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι οι ερωτηθέντες με το ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τους βοηθούν να διατηρήσουν επαφή με τους φίλους τους. Όπως είναι εμφανές στην πρώτη στήλη του πίνακα φαίνονται οι απαντήσεις της ερώτησης, στη δεύτερη στήλη φαίνεται η συχνότητα που διαθέτει η κάθε απάντηση ενώ στην τρίτη στήλη εμφανίζονται τα ποσοστά τους.



Πρώτο γράφημα που προέκυψε από την ανάλυση των απαντήσεων της 11^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι οι ερωτηθέντες με το ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τους βοηθούν να διατηρήσουν επαφή με τους φίλους τους. Όπως είναι εμφανές στο γράφημα τύπου Ράβδων (Bar Chart) φαίνεται η συχνότητα που διαθέτει η κάθε απάντηση.



Δεύτερο γράφημα που προέκυψε από την ανάλυση των απαντήσεων της 11^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι οι ερωτηθέντες με το ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τους βοηθούν να διατηρήσουν επαφή με τους φίλους τους. Όπως είναι εμφανές στο γράφημα τύπου Πίτας (Pie Chart) φαίνεται το ποσοστό που διαθέτει η κάθε απάντηση.

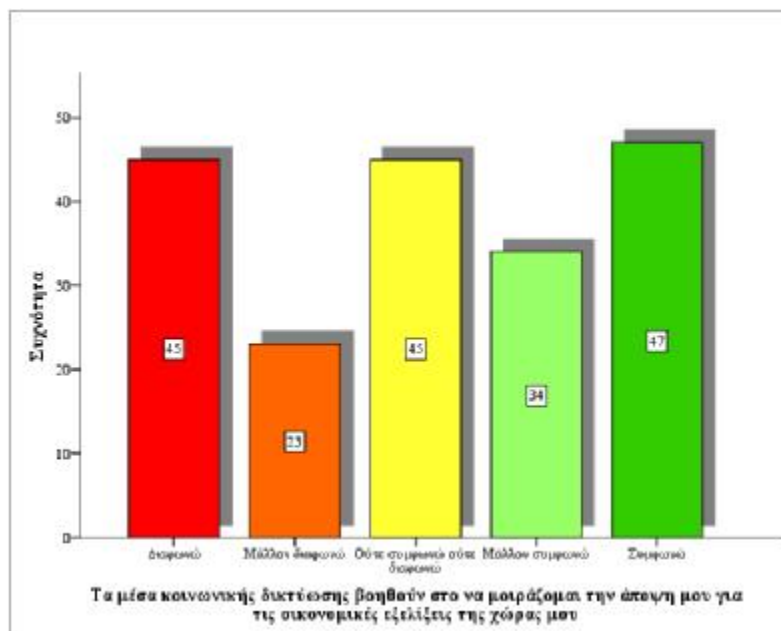
XII. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης βοηθούν στο να μοιράζομαι την άποψη μου για τις οικονομικές εξελίξεις της χώρας μου

Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας της δωδέκατης ερώτησης που αναλύει τις απαντήσεις των ερωτηθέντων σχετικά με το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι με το ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης βοηθούν στο να μοιράζονται την άποψη τους για τις οικονομικές εξελίξεις της χώρας τους, είναι εμφανές ότι 45 άτομα σε ποσοστό 23,2% απάντησαν πως Διαφωνούν με το προαναφερθέν ερώτημα, ενώ 23 άτομα σε ποσοστό 11,9% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης βοηθούν στο να μοιράζονται την άποψη τους για τις οικονομικές εξελίξεις της χώρας τους. Ταυτόχρονα 45 άτομα σε ποσοστό 23,2% απάντησαν διατηρώντας μια ουδέτερη στάση πως ούτε συμφωνούν ή διαφωνούν με το ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης βοηθούν στο να μοιράζονται την άποψη τους για τις οικονομικές εξελίξεις της χώρας τους. Την ίδια στιγμή 34 άτομα σε ποσοστό 17,5% απάντησαν πως Μάλλον συμφωνούν με το προαναφερθέν ερώτημα ενώ τέλος τα άτομα που Συμφώνησαν ήταν 47 άτομα σε ποσοστό 24,2%.

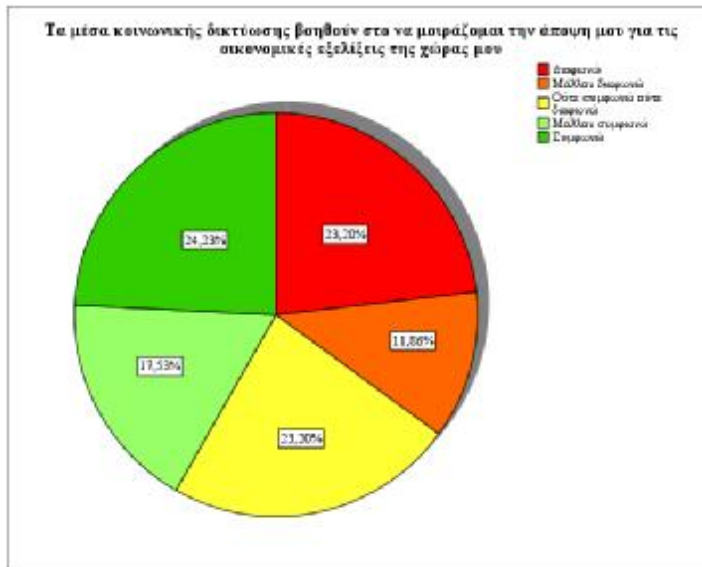
Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης βοηθούν στο να μοιράζομαι την άποψη μου για τις οικονομικές εξελίξεις της χώρας μου

	Frequency	Percent
Διαφωνώ	45	23,2
Μάλλον διαφωνώ	23	11,9
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	45	23,2
Μάλλον συμφωνώ	34	17,5
Συμφωνώ	47	24,2
Total	194	100,0

Πίνακας των αποτελεσμάτων που προέκυψαν από την ανάλυση των απαντήσεων της 12^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι οι ερωτηθέντες με το ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης βοηθούν στο να μοιράζονται την άποψη τους για τις οικονομικές εξελίξεις της χώρας τους. Όπως είναι εμφανές στην πρώτη στήλη του πίνακα φαίνονται οι απαντήσεις της ερώτησης, στη δεύτερη στήλη φαίνεται η συχνότητα που διαθέτει η κάθε απάντηση ενώ στην τρίτη στήλη εμφανίζονται τα ποσοστά τους.



Πρώτο γράφημα που προέκυψε από την ανάλυση των απαντήσεων της 12^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι οι ερωτηθέντες με το ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης βοηθούν στο να μοιράζονται την άποψη τους για τις οικονομικές εξελίξεις της χώρας τους. Όπως είναι εμφανές στο γράφημα τύπου Ράβδων (Bar Chart) φαίνεται η συχνότητα που διαθέτει η κάθε απάντηση.



Δεύτερο γράφημα που προέκυψε από την ανάλυση των απαντήσεων της 12^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι οι ερωτηθέντες με το ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης βοηθούν στο να μοιράζονται την άποψη τους για τις οικονομικές εξελίξεις της χώρας τους. Όπως είναι εμφανές στο γράφημα τύπου Πίτας (Pie Chart) φαίνεται το ποσοστό που διαθέτει η κάθε απάντηση.

XIII. Η υφιστάμενη οικονομική κρίση με έχει στρέψει στην χρήση των σελίδων κοινωνικής δικτύωσης ως μέσο ψυχαγωγίας

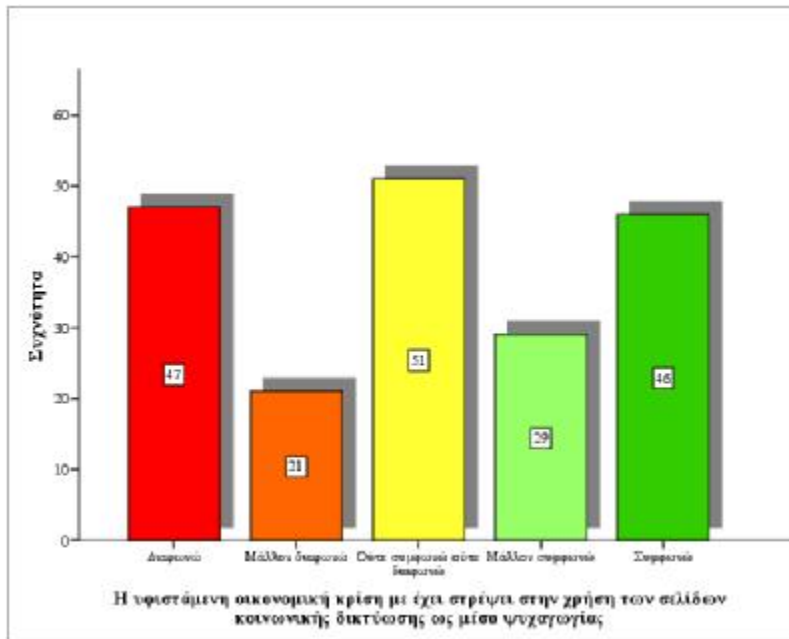
Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας της δέκατης τρίτης ερώτησης που αναλύει τις απαντήσεις των ερωτηθέντων σχετικά με το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι με το ότι η υφιστάμενη οικονομική κρίση τους έχει στρέψει στην χρήση των σελίδων κοινωνικής δικτύωσης ως μέσο ψυχαγωγίας, είναι εμφανές ότι 47 άτομα σε ποσοστό 24,2% απάντησαν πως Διαφωνούν με το προαναφερθέν ερώτημα, ενώ 21 άτομα σε ποσοστό 10,8% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι η υφιστάμενη οικονομική κρίση τους έχει στρέψει στην χρήση των σελίδων κοινωνικής δικτύωσης ως μέσο ψυχαγωγίας. Ταυτόχρονα 51 άτομα σε ποσοστό 26,3% απάντησαν διατηρώντας μια ουδέτερη στάση πως ούτε

συμφωνούν ή διαφωνούν με το ότι η υφιστάμενη οικονομική κρίση τους έχει στρέψει στην χρήση των σελίδων κοινωνικής δικτύωσης ως μέσο ψυχαγωγίας. Την ίδια στιγμή 29 άτομα σε ποσοστό 14,9% απάντησαν πως Μάλλον συμφωνούν με το προαναφερθέν ερώτημα ενώ τέλος τα άτομα που Συμφώνησαν ήταν 46 άτομα σε ποσοστό 23,7%.

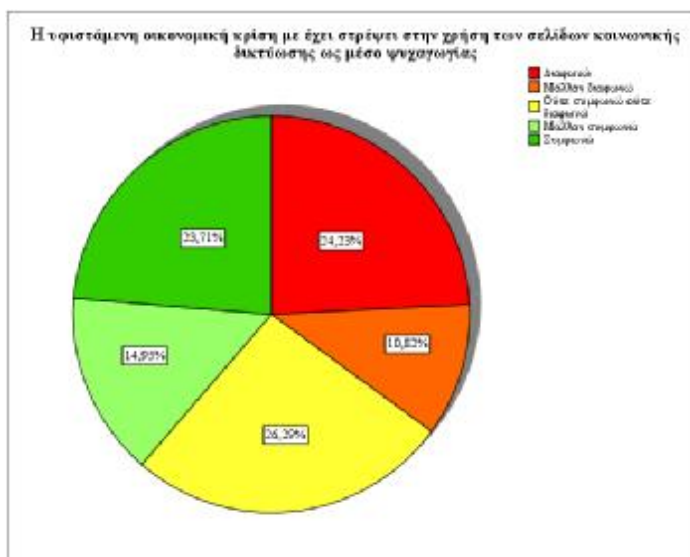
Η υφιστάμενη οικονομική κρίση με έχει στρέψει στην χρήση των σελίδων κοινωνικής δικτύωσης ως μέσο ψυχαγωγίας

	Frequency	Percent
Διαφωνώ	47	24,2
Μάλλον διαφωνώ	21	10,8
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	51	26,3
Μάλλον συμφωνώ	29	14,9
Συμφωνώ	46	23,7
Total	194	100,0

Πίνακας των αποτελεσμάτων που προέκυψαν από την ανάλυση των απαντήσεων της 13^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι οι ερωτηθέντες με το ότι η υφιστάμενη οικονομική κρίση τους έχει στρέψει στην χρήση των σελίδων κοινωνικής δικτύωσης ως μέσο ψυχαγωγίας. Όπως είναι εμφανές στην πρώτη στήλη του πίνακα φαίνονται οι απαντήσεις της ερώτησης, στη δεύτερη στήλη φαίνεται η συχνότητα που διαθέτει η κάθε απάντηση ενώ στην τρίτη στήλη εμφανίζονται τα ποσοστά τους.



Πρώτο γράφημα που προέκυψε από την ανάλυση των απαντήσεων της 13^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι οι ερωτηθέντες με το ότι η υφιστάμενη οικονομική κρίση τους έχει στρέψει στην χρήση των σελίδων κοινωνικής δικτύωσης ως μέσο ψυχαγωγίας. Όπως είναι εμφανές στο γράφημα τύπου Ράβδων (Bar Chart) φαίνεται η συχνότητα που διαθέτει η κάθε απάντηση.



Δεύτερο γράφημα που προέκυψε από την ανάλυση των απαντήσεων της 13^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι

οι ερωτηθέντες με το ότι η υφιστάμενη οικονομική κρίση τους έχει στρέψει στην χρήση των σελίδων κοινωνικής δικτύωσης ως μέσο ψυχαγωγίας. Όπως είναι εμφανές στο γράφημα τύπου Πίτας (Pie Chart) φαίνεται το ποσοστό που διαθέτει η κάθε απάντηση.

XIV. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν ευκολία στην αναζήτηση εργασίας

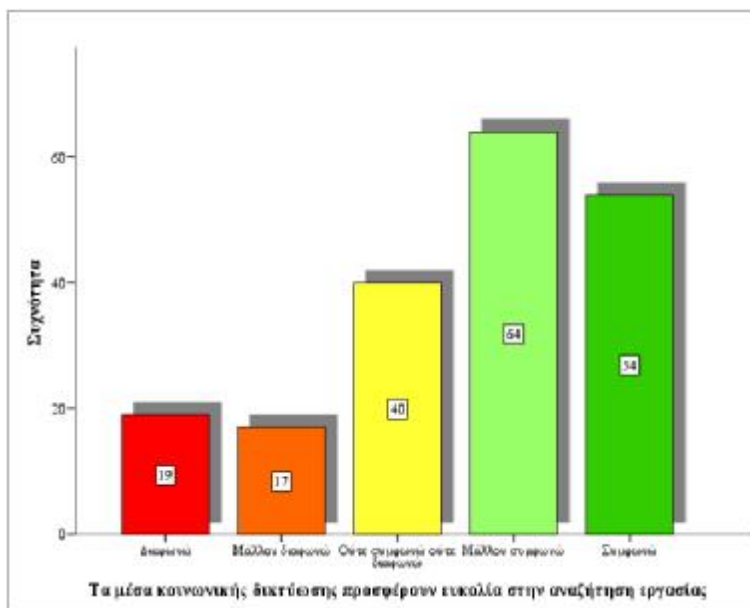
Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας της δέκατης τέταρτης ερώτησης που αναλύει τις απαντήσεις των ερωτηθέντων σχετικά με το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι με το ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν ευκολία στην αναζήτηση εργασίας, είναι εμφανές ότι 19 άτομα σε ποσοστό 9,8% απάντησαν πως Διαφωνούν με το προαναφερθέν ερώτημα, ενώ 17 άτομα σε ποσοστό 8,8% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν ευκολία στην αναζήτηση εργασίας. Ταυτόχρονα 40 άτομα σε ποσοστό 20,6% απάντησαν διατηρώντας μια ουδέτερη στάση πως ούτε συμφωνούν ή διαφωνούν με το ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν ευκολία στην αναζήτηση εργασίας. Την ίδια στιγμή 64 άτομα σε ποσοστό 33% απάντησαν πως Μάλλον συμφωνούν με το προαναφερθέν ερώτημα ενώ τέλος τα άτομα που Συμφώνησαν ήταν 54 άτομα σε ποσοστό 27,8%.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν ευκολία στην αναζήτηση εργασίας

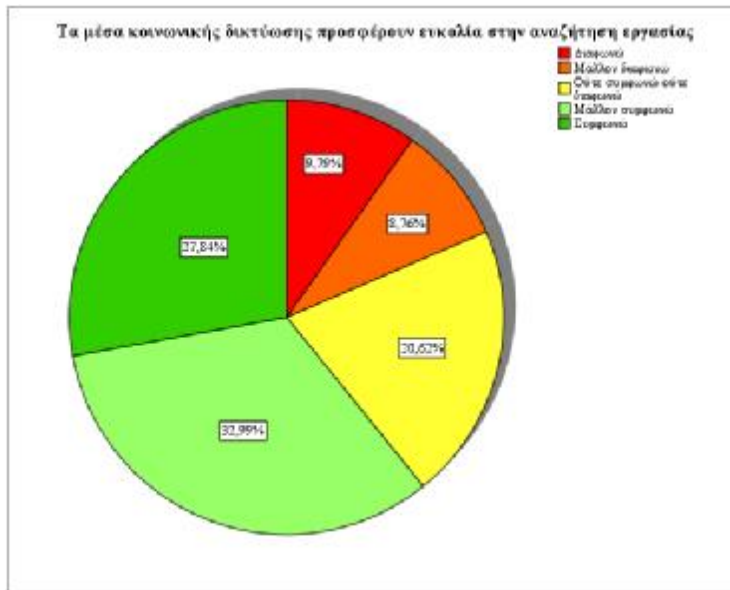
	Frequency	Percent
Διαφωνώ	19	9,8
Μάλλον διαφωνώ	17	8,8
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	40	20,6

Μάλλον συμφωνώ	64	33,0
Συμφωνώ	54	27,8
Total	194	100,0

Πίνακας των αποτελεσμάτων που προέκυψαν από την ανάλυση των απαντήσεων της 14^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι οι ερωτηθέντες με το ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν ευκολία στην αναζήτηση εργασίας. Όπως είναι εμφανές στην πρώτη στήλη του πίνακα φαίνονται οι απαντήσεις της ερώτησης, στη δεύτερη στήλη φαίνεται η συχνότητα που διαθέτει η κάθε απάντηση ενώ στην τρίτη στήλη εμφανίζονται τα ποσοστά τους.



Πρώτο γράφημα που προέκυψε από την ανάλυση των απαντήσεων της 14^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι οι ερωτηθέντες με το ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν ευκολία στην αναζήτηση εργασίας. Όπως είναι εμφανές στο γράφημα τύπου Ράβδων (Bar Chart) φαίνεται η συχνότητα που διαθέτει η κάθε απάντηση.



Δεύτερο γράφημα που προέκυψε από την ανάλυση των απαντήσεων της 14^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι οι ερωτηθέντες με το ότι η υφιστάμενη οικονομική κρίση τους έχει στρέψει στην χρήση των σελίδων κοινωνικής δικτύωσης ως μέσο ψυχαγωγίας. Όπως είναι εμφανές στο γράφημα τύπου Πίτας (Pie Chart) φαίνεται το ποσοστό που διαθέτει η κάθε απάντηση.

XV. Οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης δεν είναι αξιόπιστες

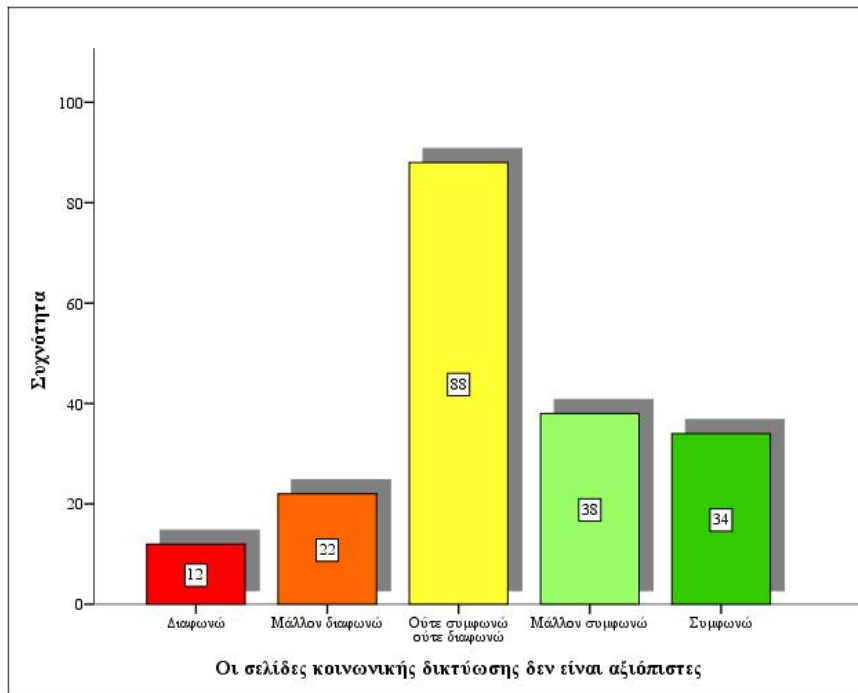
Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας της δέκατης πέμπτης ερώτησης που αναλύει τις απαντήσεις των ερωτηθέντων σχετικά με το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι με το ότι οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης δεν είναι αξιόπιστες, είναι εμφανές ότι 12 άτομα σε ποσοστό 6,2% απάντησαν πως Διαφωνούν με το προαναφερθέν ερώτημα, ενώ 22 άτομα σε ποσοστό 11,3% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης δεν είναι αξιόπιστες. Ταυτόχρονα 88 άτομα σε ποσοστό 45,4% απάντησαν διατηρώντας μια ουδέτερη στάση πως ούτε συμφωνούν ή διαφωνούν με το ότι οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης δεν

είναι αξιόπιστες. Την ίδια στιγμή 38 άτομα σε ποσοστό 19,6% απάντησαν πως Μάλλον συμφωνούν με το προαναφερθέν ερώτημα ενώ τέλος τα άτομα που Συμφώνησαν ήταν 34 άτομα σε ποσοστό 17,5%.

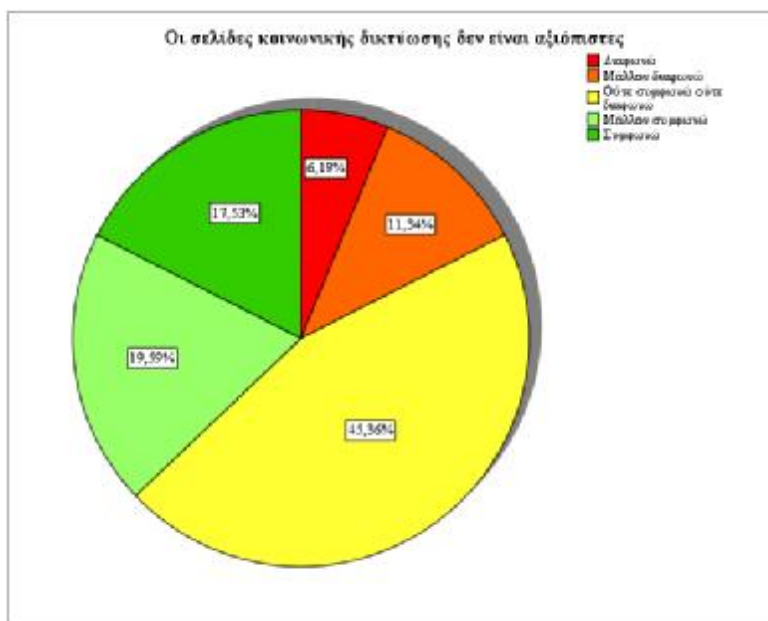
Οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης δεν είναι αξιόπιστες

	Frequency	Percent
Διαφωνώ	12	6,2
Μάλλον διαφωνώ	22	11,3
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	88	45,4
Μάλλον συμφωνώ	38	19,6
Συμφωνώ	34	17,5
Total	194	100,0

Πίνακας των αποτελεσμάτων που προέκυψαν από την ανάλυση των απαντήσεων της 15^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι οι ερωτηθέντες με το ότι οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης δεν είναι αξιόπιστες. Όπως είναι εμφανές στην πρώτη στήλη του πίνακα φαίνονται οι απαντήσεις της ερώτησης, στη δεύτερη στήλη φαίνεται η συχνότητα που διαθέτει η κάθε απάντηση ενώ στην τρίτη στήλη εμφανίζονται τα ποσοστά τους.



Πρώτο γράφημα που προέκυψε από την ανάλυση των απαντήσεων της 15^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι οι ερωτηθέντες με το ότι οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης δεν είναι αξιόπιστες. Όπως είναι εμφανές στο γράφημα τύπου Ράβδων (Bar Chart) φαίνεται η συχνότητα που διαθέτει η κάθε απάντηση.



Δεύτερο γράφημα που προέκυψε από την ανάλυση των απαντήσεων της 15^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι οι ερωτηθέντες με το ότι οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης δεν είναι αξιόπιστες. Όπως είναι εμφανές στο γράφημα τύπου Πίτας (Pie Chart) φαίνεται το ποσοστό που διαθέτει η κάθε απάντηση.

XVI. Είναι επιβλαβής η έκθεση της προσωπικής ζωής των χρηστών στις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης

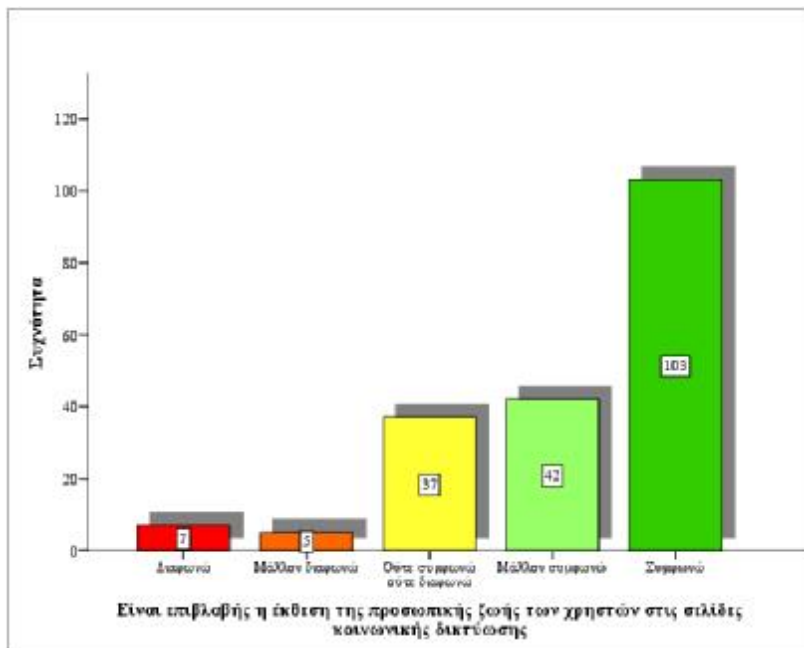
XVII. Αφότου παρατηρηθεί ο πίνακας της δέκατης έκτης ερώτησης που αναλύει τις απαντήσεις των ερωτηθέντων σχετικά με το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι με το ότι είναι επιβλαβής η έκθεση της προσωπικής ζωής των χρηστών στις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης, είναι εμφανές ότι 7 άτομα σε ποσοστό 3,6% απάντησαν πως Διαφωνούν με το προαναφερθέν ερώτημα, ενώ 5 άτομα σε ποσοστό 2,6% απάντησαν πως μάλλον διαφωνούν με το ότι η έκθεση της προσωπικής ζωής των χρηστών στις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης. Ταυτόχρονα 37 άτομα σε ποσοστό 19,1% απάντησαν διατηρώντας μια ουδέτερη στάση πως ούτε συμφωνούν ή διαφωνούν με το ότι η έκθεση της προσωπικής ζωής των χρηστών στις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης. Την ίδια στιγμή 42 άτομα σε ποσοστό 21,6% απάντησαν πως Μάλλον συμφωνούν με το προαναφερθέν ερώτημα ενώ τέλος τα άτομα που Συμφώνησαν ήταν 103 άτομα σε ποσοστό 53,1%.

Είναι επιβλαβής η έκθεση της προσωπικής ζωής των χρηστών στις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης

	Frequency	Percent
Διαφωνώ	7	3,6
Μάλλον διαφωνώ	5	2,6

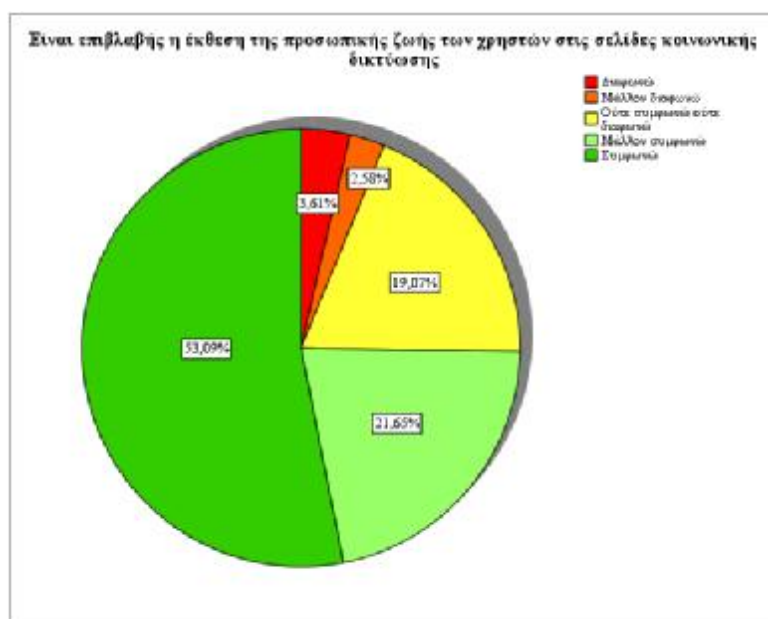
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	37	19,1
Μάλλον συμφωνώ	42	21,6
Συμφωνώ	103	53,1
Total	194	100,0

Πίνακας των αποτελεσμάτων που προέκυψαν από την ανάλυση των απαντήσεων της 16^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι οι ερωτηθέντες με το ότι η έκθεση της προσωπικής ζωής των χρηστών στις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης. Όπως είναι εμφανές στην πρώτη στήλη του πίνακα φαίνονται οι απαντήσεις της ερώτησης, στη δεύτερη στήλη φαίνεται η συχνότητα που διαθέτει η κάθε απάντηση ενώ στην τρίτη στήλη εμφανίζονται τα ποσοστά τους.



Πρώτο γράφημα που προέκυψε από την ανάλυση των απαντήσεων της 16^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι οι ερωτηθέντες με το ότι η έκθεση της προσωπικής ζωής των χρηστών στις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης. Όπως είναι εμφανές στο γράφημα τύπου

Ράβδων (Bar Chart) φαίνεται η συχνότητα που διαθέτει η κάθε απάντηση.



Δεύτερο γράφημα που προέκυψε από την ανάλυση των απαντήσεων της 16^{ης} ερώτησης η οποία διερευνούσε το κατά πόσο συμφωνούν ή όχι οι ερωτηθέντες με το ότι η έκθεση της προσωπικής ζωής των χρηστών στις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης. Όπως είναι εμφανές στο γράφημα τύπου Πίτας (Pie Chart) φαίνεται το ποσοστό που διαθέτει η κάθε απάντηση.

CROSSTABULATION ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ

1ο Crosstabulation

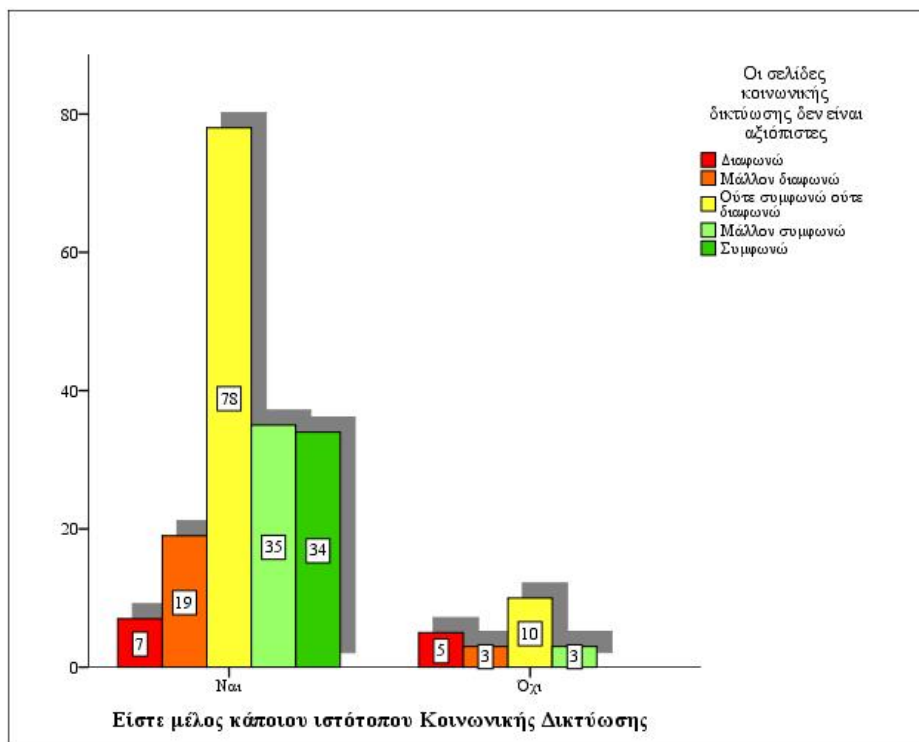
Από το γράφημα και πίνακα που ακολουθούν φαίνεται πως 26 στους 173 ερωτηθέντες διαφωνούν στο ότι οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης δεν είναι αξιόπιστες και είναι μέλη κάποιου ιστότοπου Κοινωνικής δικτύωσης ενώ 8 στους 21 απάντησαν το ίδιο. Τα άτομα που συμφώνησαν ήταν 69 στα 173 στην πρώτη περίπτωση και 3 στα 21 στη δεύτερη. Εδώ φαίνεται πως τα άτομα που δεν είναι μέλη ιστότοπων κοινωνικής δικτύωσης θεωρούν ότι οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης είναι αξιόπιστες σε μεγαλύτερο βαθμό.

Είστε μέλος κάποιου ιστότοπου Κοινωνικής Δικτύωσης / Οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης δεν είναι αξιόπιστες

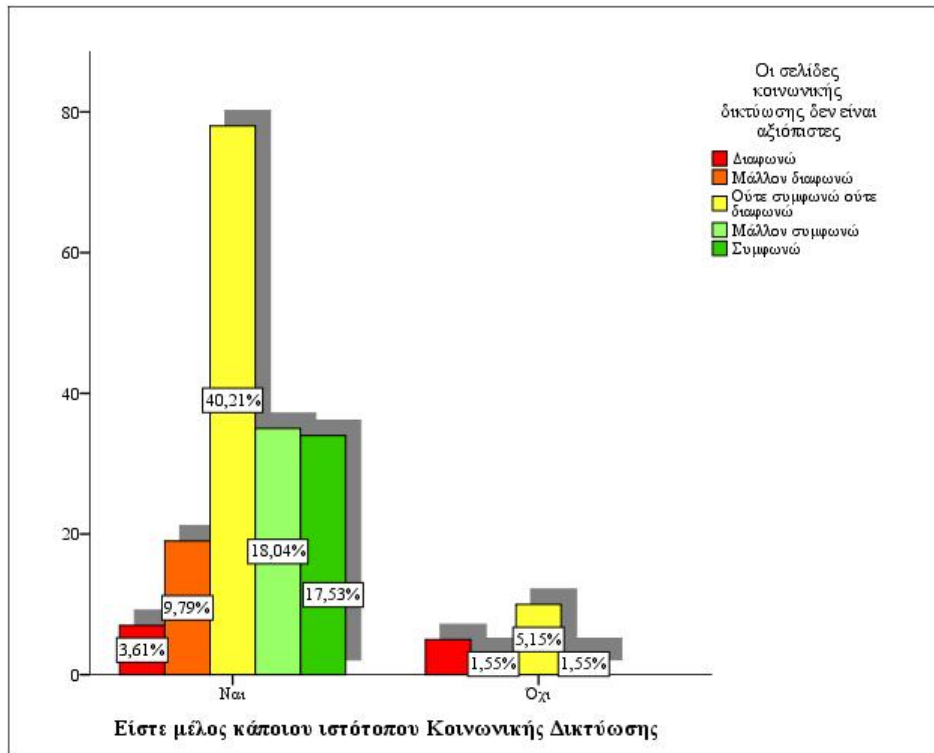
	Οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης δεν είναι αξιόπιστες					Total
	Διαφ ωνώ	Μάλλον διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Μάλλον συμφωνώ	Συμφ ωνώ	
Είστε μέλος κάποιου ιστότοπου Κοινωνικής Δικτύωσης	7	19	78	35	34	173
Να						
Όχι	5	3	10	3	0	21
Total	12	22	88	38	34	194

Πίνακας 1^ο Crosstabulation διάσπαση των ερωτήσεων « Είστε μέλος κάποιου ιστότοπου Κοινωνικής Δικτύωσης » & « Οι σελίδες κοινωνικής

δικτύωσης δεν είναι αξιόπιστες». Στον παρόν πίνακα φαίνεται η συχνότητα κάθε απάντησης.



Γράφημα1⁰⁰Crosstabulation διάσπαση των ερωτήσεων « Είστε μέλος κάποιου ιστότοπου Κοινωνικής Δικτύωσης » & « Οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης δεν είναι αξιόπιστες». Στο παρόν γράφημα φαίνεται η συχνότητα κάθε απάντησης.



Γράφημα1^ο Crosstabulation διάσπαση των ερωτήσεων « Είστε μέλος κάποιου ιστότοπου Κοινωνικής Δικτύωσης » & « Οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης δεν είναι αξιόπιστες». Στο παρόν γράφημα φαίνεται το ποσοστό κάθε απάντησης.

2ο Crosstabulation

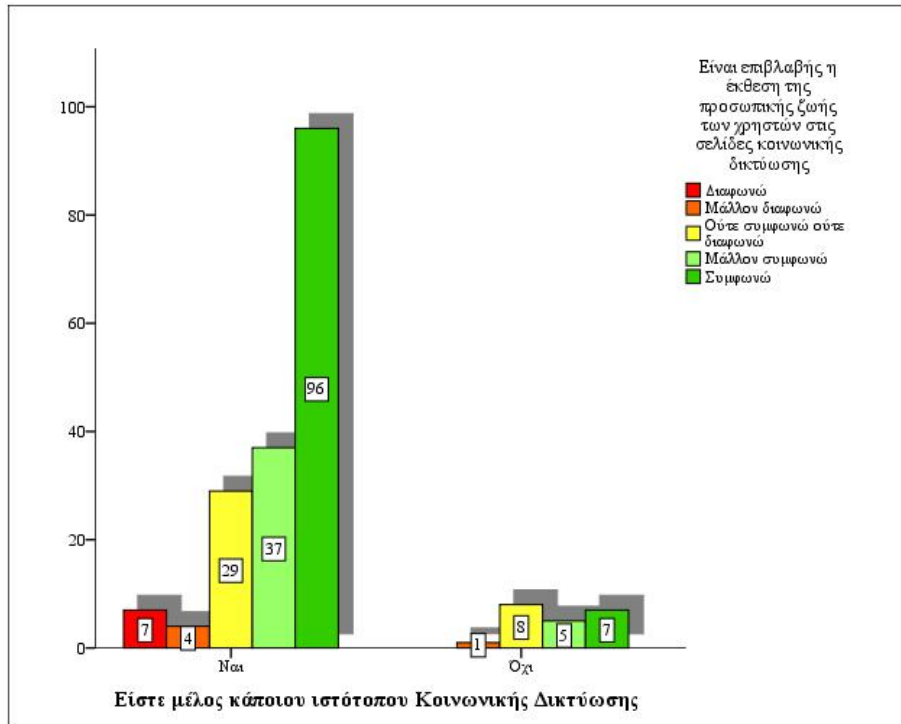
Από το γράφημα και πίνακα που ακολουθούν φαίνεται πως 135 στους 173 ερωτηθέντες συμφωνούν στο ότι είναι επιβλαβής η έκθεση της προσωπικής ζωής των χρηστών στις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης και είναι μέλη κάποιου ιστότοπου Κοινωνικής δικτύωσης ενώ 11 στους 21 απάντησαν το ίδιο. Τα άτομα που διαφώνησαν ήταν 11 στα 173 στην πρώτη περίπτωση και 1 στα 21 στη δεύτερη. Εδώ φαίνεται πως τα άτομα που είναι μέλη ιστότοπων κοινωνικής δικτύωσης θεωρούν ότι είναι επιβλαβής η έκθεση της προσωπικής ζωής των χρηστών στις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης σε μεγαλύτερο βαθμό.

Είστε μέλος κάποιου ιστότοπου Κοινωνικής Δικτύωσης / Είναι επιβλαβής η έκθεση της προσωπικής ζωής των χρηστών στις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης

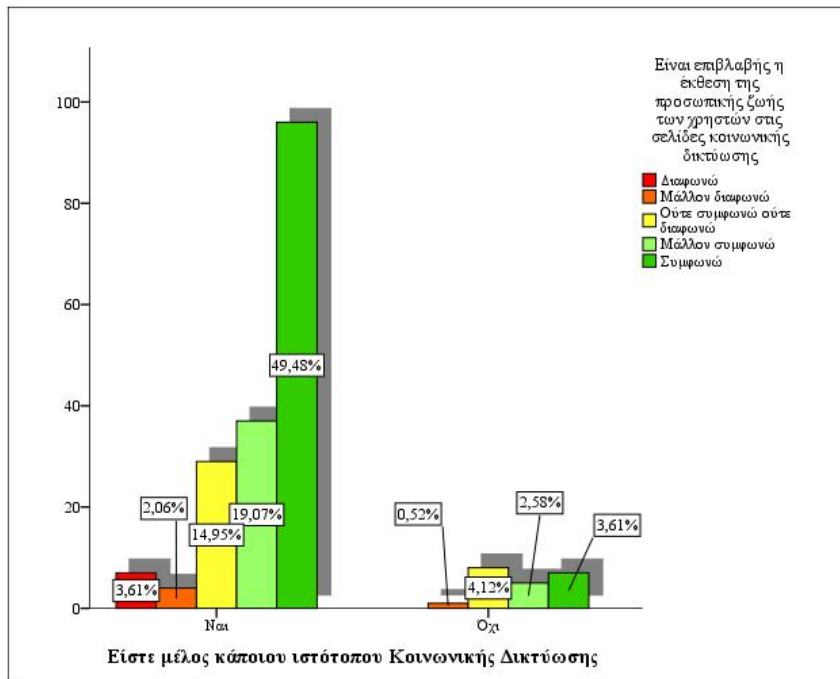
	Είναι επιβλαβής η έκθεση της προσωπικής ζωής των χρηστών στις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης					Total
	Διαφωνώ	Μάλλον διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Μάλλον συμφωνώ	Συμφωνώ	
Είστε μέλος κάποιου ιστότοπου Κοινωνικής δικτύωσης	7	4	29	37	96	173
Όχι	0	1	8	5	7	21
Total	7	5	37	42	103	194

Πίνακας 2⁰⁰Crosstabulation διάσπαση των ερωτήσεων « Είστε μέλος κάποιου ιστότοπου Κοινωνικής Δικτύωσης » & «Είναι επιβλαβής η

έκθεση της προσωπικής ζωής των χρηστών στις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης». Στον παρόν πίνακα φαίνεται η συχνότητα κάθε απάντησης.



Γράφημα 2^ο Crosstabulation διάσπαση των ερωτήσεων « Είστε μέλος κάποιου ιστότοπου Κοινωνικής Δικτύωσης » & «Είναι επιβλαβής η έκθεση της προσωπικής ζωής των χρηστών στις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης». Στο παρόν γράφημα φαίνεται η συχνότητα της κάθε απάντησης.



Γράφημα 2^ο Crosstabulation διάσπαση των ερωτήσεων « Είστε μέλος κάποιου ιστότοπου Κοινωνικής Δικτύωσης » & «Είναι επιβλαβής η έκθεση της προσωπικής ζωής των χρηστών στις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης». Στο παρόν γράφημα φαίνεται το ποσοστό κάθε απάντησης.

3ο Crosstabulation

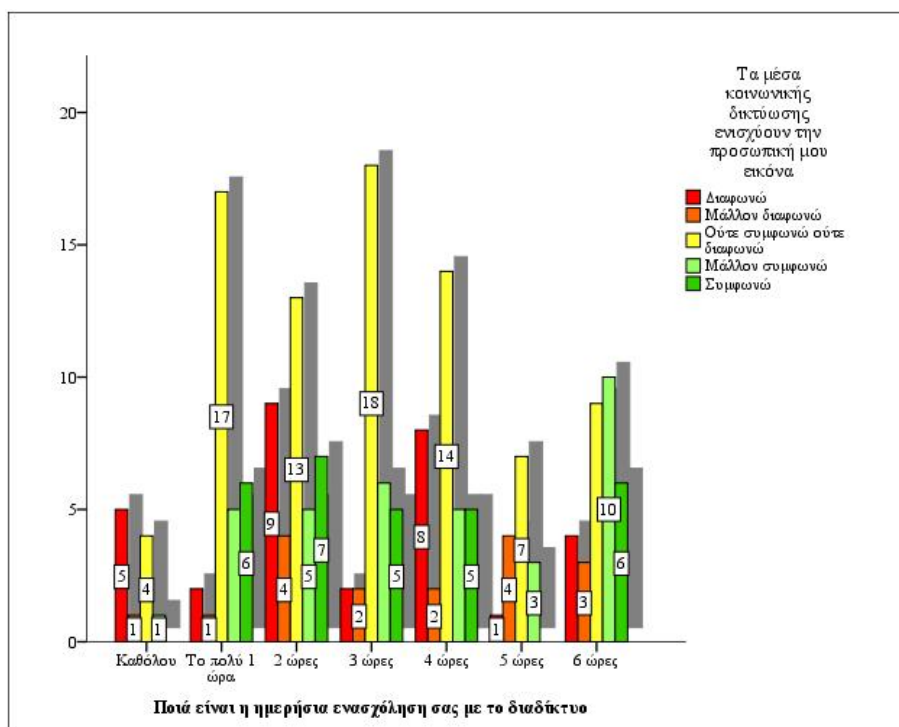
Από το γράφημα και πίνακα που ακολουθούν φαίνεται πως 17 στα 31 άτομα που διατήρησαν ουδέτερη στάση στο ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενισχύουν την προσωπική τους εικόνα χρησιμοποιούν το διαδίκτυο καθημερινά για το πολύ μια ώρα. 18 στα 33 άτομα που διατήρησαν ουδέτερη στάση στο ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενισχύουν την προσωπική τους εικόνα χρησιμοποιούν το διαδίκτυο καθημερινά για τρεις ώρες ενώ 11 άτομα συμφωνήσαν και άλλα τόσα διαφώνησαν με το ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενισχύουν την προσωπική τους εικόνα χρησιμοποιούν το διαδίκτυο καθημερινά για 2 ώρες. Τα άτομα που χρησιμοποιούν τα διαδίκτυο για 6 ώρες καθημερινά φαίνεται πως διαφωνούν με το ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενισχύουν την προσωπική τους εικόνα.

Ποια είναι η ημερήσια ενασχόληση σας με το διαδίκτυο / Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενισχύουν την προσωπική μου εικόνα

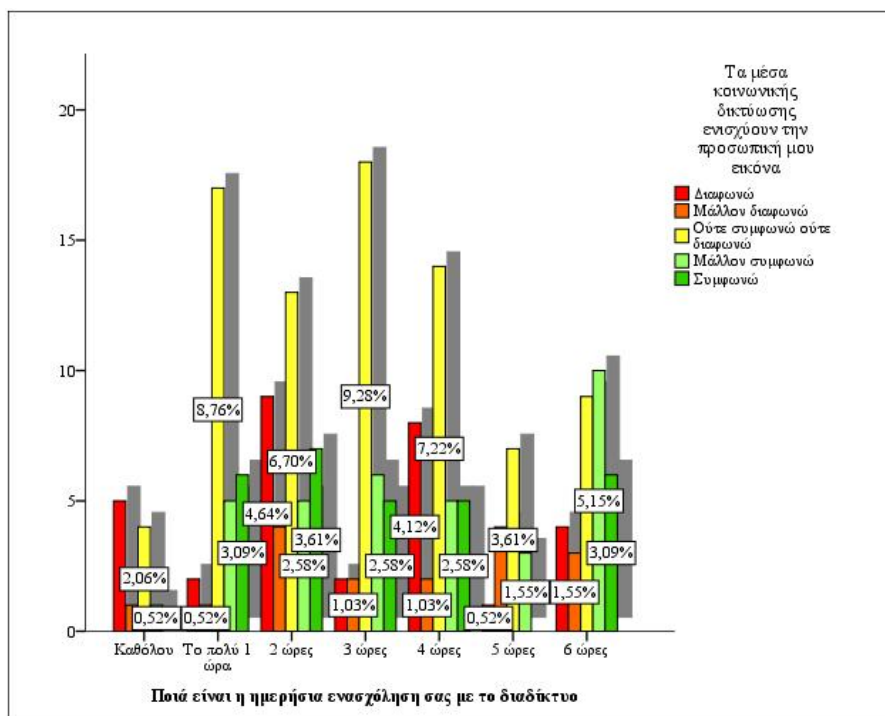
		Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενισχύουν την προσωπική μου εικόνα					Τοταλ
		Διαφώνώ	Μάλλον διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Μάλλον συμφωνώ	Συμφωνώ	
Ποια είναι η ημερήσια ενασχόληση σας με το διαδίκτυο	Καθόλου	5	1	4	1	0	11
	Το πολύ 1 ώρα	2	1	17	5	6	31
	2 ώρες	9	4	13	5	7	38
	3 ώρες	2	2	18	6	5	33

	4 ώρες	8	2	14	5	5	34
	5 ώρες	1	4	7	3	0	15
	6 ώρες	4	3	9	10	6	32
Total		31	17	82	35	29	194

Πίνακας 3^{ου} Crosstabulation διάσπαση των ερωτήσεων «Ποια είναι η ημερήσια ενασχόληση σας με το διαδίκτυο» & «Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενισχύουν την προσωπική μου εικόνα». Στον παρόν πίνακα φαίνεται η συχνότητα κάθε απάντησης.



Γράφημα 3^{ου} Crosstabulation διάσπαση των ερωτήσεων «Ποια είναι η ημερήσια ενασχόληση σας με το διαδίκτυο » & «Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενισχύουν την προσωπική μου εικόνα». Στο παρόν γράφημα φαίνεται η συχνότητα κάθε απάντησης



Γράφημα 3^ο Crosstabulation διάσπαση των ερωτήσεων «Ποια είναι η ημερήσια ενασχόληση σας με το διαδίκτυο» & «Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενισχύουν την προσωπική μου εικόνα». Στο παρόν γράφημα φαίνεται το ποσοστό κάθε απάντησης.

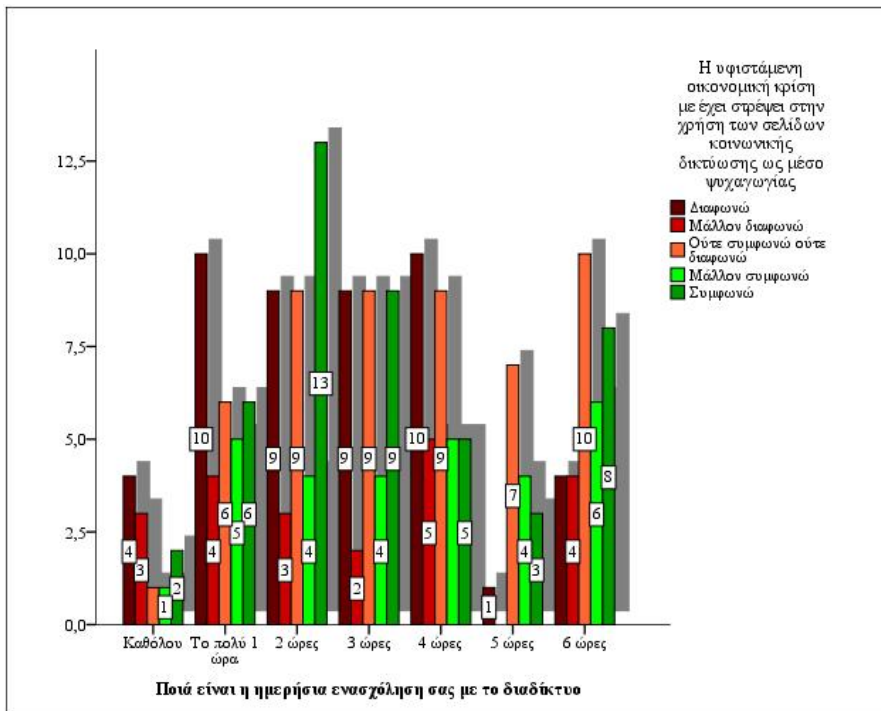
3ο Crosstabulation

Από το γράφημα και πίνακα που ακολουθούν φαίνεται πως τα άτομα τα οποία χρησιμοποιούν από 2 έως 4 ώρες το διαδίκτυο κατά κύριο λόγο απάντησαν πως συμφωνούν περισσότερο με το ότι η υφιστάμενη οικονομική κρίση τους έχει στρέψει στην χρήση των σελίδων κοινωνικής δικτύωσης ως μέσο ψυχαγωγίας ενώ παρόμοιες ήταν και οι απαντήσεις των ατόμων που χρησιμοποιούσαν το ίντερνετ για 6 ώρες.

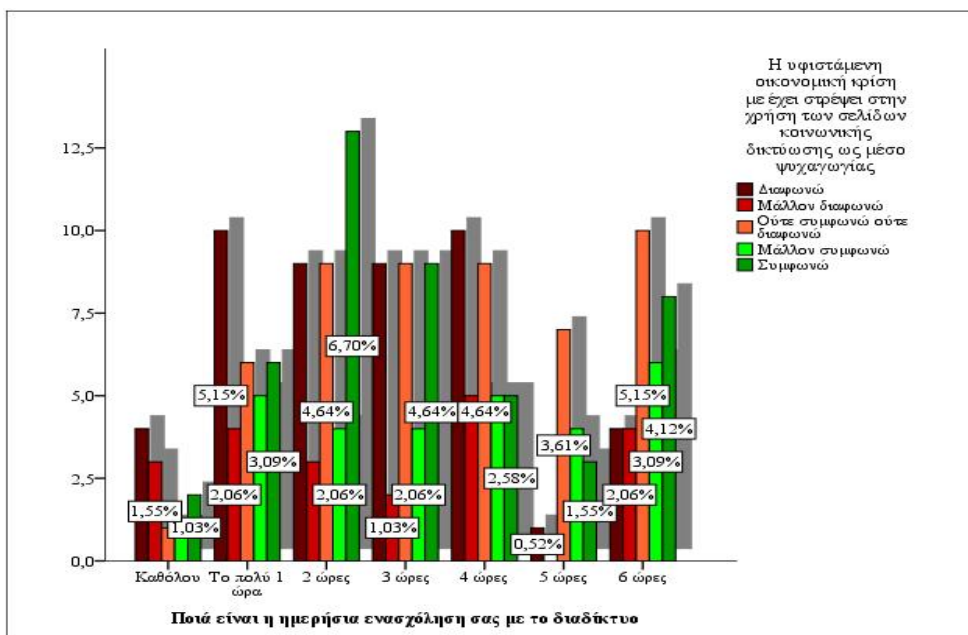
Ποια είναι η ημερήσια ενασχόληση σας με το διαδίκτυο / Η υφιστάμενη οικονομική κρίση με έχει στρέψει στην χρήση των σελίδων κοινωνικής δικτύωσης ως μέσο ψυχαγωγίας

		Η υφιστάμενη οικονομική κρίση με έχει στρέψει στην χρήση των σελίδων κοινωνικής δικτύωσης ως μέσο ψυχαγωγίας					Total
		Διαφωνώ	Μάλλον διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Μάλλον συμφωνώ	Συμφωνώ	
Ποια είναι η ημερήσια ενασχόληση σας με το διαδίκτυο	Καθόλου	4	3	1	1	2	11
	Το πολύ 1 ώρα	10	4	6	5	6	31
	2 ώρες	9	3	9	4	13	38
	3 ώρες	9	2	9	4	9	33
	4 ώρες	10	5	9	5	5	34
	5 ώρες	1	0	7	4	3	15
	6 ώρες	4	4	10	6	8	32
Total		47	21	51	29	46	194

Πίνακας 3^ο Crosstabulation διάσπαση των ερωτήσεων «Ποια είναι η ημερήσια ενασχόληση σας με το διαδίκτυο» & «Η υφιστάμενη οικονομική κρίση με έχει στρέψει στην χρήση των σελίδων κοινωνικής δικτύωσης ως μέσο ψυχαγωγίας». Στο παρόν γράφημα φαίνεται η συχνότητα κάθε απάντησης.



Γράφημα 3^ο Crosstabulation διάσπαση των ερωτήσεων «Ποια είναι η ημερήσια ενασχόληση σας με το διαδίκτυο » & «Η υφιστάμενη οικονομική κρίση με έχει στρέψει στην χρήση των σελίδων κοινωνικής δικτύωσης ως μέσο ψυχαγωγίας». Στον παρόν πίνακα φαίνεται η συχνότητα κάθε απάντησης



Γράφημα 3^ο Crosstabulation διάσπαση των ερωτήσεων «Ποια είναι η ημερήσια ενασχόληση σας με το διαδίκτυο » & «Η υφιστάμενη οικονομική κρίση με έχει στρέψει στην χρήση των σελίδων κοινωνικής δικτύωσης ως μέσο ψυχαγωγίας». Στο παρόν γράφημα φαίνεται το ποσοστό κάθε απάντησης.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Αφότου παρατηρηθούν οι πίνακες και τα γραφήματα καθίστανται ορισμένα συμπεράσματα. Αρχικά παρατηρήθηκε πως η πλειοψηφία του δείγματος χρησιμοποιεί το διαδίκτυο για να συνδέονται σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης ενώ δεύτερη σε αριθμό απάντηση κατατάγηκε η αναζήτηση πληροφοριών.

Σημαντικό συμπέρασμα είναι πως φαίνεται ότι η πλειοψηφία του δείγματος διατήρησε μια ουδέτερη στάση στο ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενισχύουν την προσωπική τους εικόνα, ενώ ο μεγαλύτερος εν συνεχεία αριθμός απαντήσεων ήταν οι θετικές στο προαναφερθέν. Χαρακτηριστικό αυτού είναι πως τα τελευταία χρόνια τα κινητά με εμπρόσθιες κάμερες που επιτρέπουν την λήψη φωτογραφιών του χρήστη έχουν αυξήσει τις πωλήσεις τους και οι χρήστες μέσω κοινωνικής δικτύωσης συνεχώς αναρτούν φωτογραφίες τους. Αυτό το γεγονός δείχνει ότι οι χρήστες επιδιώκουν να προβάλλονται με σκοπό να ενισχύσουν την προσωπική τους εικόνα.

Επίσης παρατηρείται πως οι περισσότεροι ερωτηθέντες φαίνεται να διατηρούν επίσης μια ουδέτερη στάση στο ότι οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης καλύπτουν τις κοινωνικές τους επιθυμίες, ενώ η δεύτερη σε αριθμό απάντηση ήταν η αρνητική. Όμως η πλειοψηφία των ερωτηθέντων απάντησε πως συμφωνεί στο ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τους βοηθούν να διατηρήσουν επαφή με τους φίλους τους.

Την ίδια στιγμή είναι εμφανές πως υπάρχει ένας σχετικός διχασμός μεταξύ των θετικών και αρνητικών απαντήσεων οι οποίες βρίσκονταν σχετικά κοντά στο σύνολο τους (οι θετικές απαντήσεις ήταν λίγο περισσότερες) σχετικά με το εάν με τη χρήση των μέσων κοινωνικής

δικτύωσης έχουν την ευκολία να μοιράζονται την άποψη τους για τις οικονομικές εξελίξεις της χώρας τους. Επιπροσθέτως φαίνεται ότι στο ερώτημα εάν η υφιστάμενη οικονομική κρίση έχει στρέψει τους ερωτηθέντες στην χρήση των σελίδων κοινωνικής δικτύωσης ως μέσο ψυχαγωγίας, οι θετικές και αρνητικές απαντήσεις είναι σε ίδια επίπεδα.

Ένα σημαντικό γεγονός είναι πως πάνω από τους μισούς ερωτηθέντες απάντησαν πως συμφωνούν με το ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν ευκολία στην αναζήτηση εργασίας. Αυτό είναι επακόλουθο του ότι σε όλα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης υπάρχουν αγγελίες και διαφημίσεις που δίνουν τη δυνατότητα στους χρήστες τους να λάβουν πληροφόρηση ή να αναζητήσουν εργασία. Ταυτόχρονα η πλειοψηφία του δείγματος απάντησε πως ούτε συμφωνεί ή διαφωνεί με το ότι οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης δεν είναι αξιόπιστες ενώ τα άτομα που δεν είναι μέλη κάποιου τέτοιου ιστότοπου διαφωνούν με το προαναφερθέν σε μεγαλύτερο βαθμό ενώ η δεύτερη σε αριθμό απάντηση ήταν θετική στο παρόν ερώτημα, αυτό ενδέχεται να είναι επακόλουθο των περιπτώσεων που πραγματοποιείται άντληση προσωπικών στοιχείων των ερωτηθέντων για χρήσεις που δεν επιθυμούν και αυτό επηρεάζει την αξιοπιστία τους.

Τέλος η πλειοψηφία του δείγματος συμφώνησε με το ότι η έκθεση της προσωπικής ζωής των χρηστών στις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης είναι επιβλαβής για αυτούς με τους περισσότερους αναλογικά από αυτούς που διαφώνησαν να ήταν χρήστες ιστότοπων κοινωνικής δικτύωσης.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Coupey E., (2002). Το Marketing στο Internet. Εκδόσεις Γκιούρδας, Αθήνα

Laudon K. C., Traver C. (2011). Ηλεκτρονικό Εμπόριο. Εκδόσεις

Nicholas A. Christakis, James H. Fowler, (2010), Συνδεδεμένοι : Η εκπληκτική δύναμη των κοινωνικών δικτύων και πώς αυτά διαμορφώνουν τη ζωή μας, Αθήνα : Κάτοπτρο

Βλαχοπούλου Μ. (2003). E-marketing: διαδικτυακό μάρκετινγκ. Εκδόσεις Rossili, Αθήνα

Γουλτίδης, Χρήστος, (2014), Γονείς, παιδιά και διαδίκτυο : Προστατέψτε το παιδί σας από τους κινδύνους του διαδικτύου, Αθήνα : Κλειδάριθμος

Δημητριάδης Σ., Τζωρτζάκη Α. (2011). Μάρκετινγκ, Αρχές, Στρατηγικές, Εφαρμογές. Εκδόσεις Rosili, Αθήνα

Ζέρβα Μ. (2000). Μάρκετινγκ στο διαδίκτυο: Μεθοδολογία και πρακτική. Εκδόσεις Anubis, Αθήνα

Καλογρίδου – Κολυβά, Μ. (2011), Οι πολλές όψεις του διαδικτύου- Χρήση, Κατάχρηση, Εθισμός. Διάλογος-Αντίλογος. Αθήνα: Δρόμων

Μάτσα, Κ., (2009). Εξάρτηση από το Διαδίκτυο: η πιο σύγχρονη μορφή τοξικομανίας, Τετράδια Ψυχιατρικής

Πολλάλης Γ. (2007). Ηλεκτρονικό Επιχειρήν. Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα

Σιώμος, Κ., Σφακιανάνακης, Ε. ,Φλώρος, Γ. (2012) Εθισμός στο διαδίκτυο και άλλες διαδικτυακές συμπεριφορές υψηλού κινδύνου. Αθήνα: Α.Α. Λιβάνη.

Τζωρτζάκης Κ., Τζωρτζάκη Α. (2002). Αρχές Μάρκετινγκ – Η Ελληνική Προσέγγιση. Εκδόσεις Rosili, Αθήνα

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

* Απαιτείται

ΦΥΛΟ *

- Άνδρας
- Γυναίκα

Ηλικία *

- 18-24
- 25-31
- 32-38
- 39-45

Είμαι *

- Εργαζόμενος
- Άνεργος
- Φοιτητής

Ποιο είναι το μηνιαίο εισόδημά σας *

- Κάτω από 300€
- 301-500€
- 501-700€

- 701-999€
- πάνω από 1000€

Ποια είναι η ημερήσια ενασχόληση σας με το διαδίκτυο *

- Καθόλου
- Το πολύ 1 ώρα
- 2 ώρες
- 3 ώρες
- 4 ώρες
- 5 ώρες
- 6 ώρες
- Πάνω από 7 ώρες

Κάνετε χρήση του διαδικτύου για λόγους που σχετίζονται με τη σχολή/ εργασία σας *

- Ναι
- Όχι

Είστε μέλος κάποιου ιστότοπου Κοινωνικής Δικτύωσης *

- Ναι
- Όχι

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν ενισχύουν την προσωπική μου εικόνα *

- Διαφωνώ

- Μάλλον διαφωνώ
- Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ
- Μάλλον συμφωνώ
- Συμφωνώ

Για ποιους λόγους κάνετε χρήση του διαδικτύου *

- Παιχνίδια
- Ιστοσελίδες κοινωνικής Δικτύωσης
- Εύρεση Πληροφοριών
- Αγορές
- Άλλο:

Οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης καλύπτουν τις κοινωνικές μου επιθυμίες *

- Διαφωνώ
- Μάλλον διαφωνώ
- Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ
- Μάλλον συμφωνώ
- Συμφωνώ

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με βοηθούν να διατηρώ επαφή με τους φίλους μου *

- Διαφωνώ
- Μάλλον διαφωνώ
- Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ
- Μάλλον συμφωνώ
- Συμφωνώ

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης βοηθούν στο να μοιράζομαι την άποψη μου για τις οικονομικές εξελίξεις της χώρας μου *

- Διαφωνώ
- Μάλλον διαφωνώ
- Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ
- Μάλλον συμφωνώ
- Συμφωνώ

Η υφιστάμενη οικονομική κρίση με έχει στρέψει στην χρήση των σελίδων κοινωνικής δικτύωσης ως μέσο ψυχαγωγίας *

- Διαφωνώ
- Μάλλον διαφωνώ
- Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ
- Μάλλον συμφωνώ
- Συμφωνώ

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν ευκολία στην αναζήτηση εργασίας *

- Διαφωνώ
- Μάλλον διαφωνώ
- Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ
- Μάλλον συμφωνώ
- Συμφωνώ

Οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης δεν είναι αξιόπιστες *

- Διαφωνώ
- Μάλλον διαφωνώ
- Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ
- Μάλλον συμφωνώ
- Συμφωνώ

Είναι επιβλαβής η έκθεση της προσωπικής ζωής των χρηστών στις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης *

- Διαφωνώ
- Μάλλον διαφωνώ
- Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

- Μάλλον συμφωνώ
- Συμφωνώ

Υποβολή

