

ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ
ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES



ΣΧΟΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΑΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

«ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΑ»

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ: ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ

Μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ανθρώπινες σχέσεις: Θεωρητικές προσεγγίσεις
ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Γιαννακοπούλου Άννα

Αθήνα, 2019

Τριμελής Επιτροπή

Μαριάνθη Κοτέα, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Παντείου Πανεπιστημίου (Επιβλέπουσα)

Γεράσιμος Καραμπελιάς, Καθηγητής Παντείου Πανεπιστημίου

Μιλτιάδης Κήπας, Αναπληρωτής Καθηγητής Παντείου Πανεπιστημίου



Copyright © Άννα Γιαννακοπούλου, 2019

All rights reserved. Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος.

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας διπλωματικής εργασίας εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Ερωτήματα που αφορούν τη χρήση της διπλωματικής εργασίας για κερδοσκοπικό σκοπό πρέπει να απευθύνονται προς την συγγραφέα.

Η έγκριση της διπλωματικής εργασίας από το Πάντειον Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών δε δηλώνει αποδοχή των γνώμων του συγγραφέα.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Με την παρούσα διπλωματική ολοκληρώνεται μία μεγάλη περίοδος της ζωής της σπουδάστριας-φοιτήτριας και ξεκινάει η περίοδος της επαγγελματία. Ευχαριστώ ιδιαίτερα την καθηγήτριά μου Μαριάνθη Κοτέα Αναπληρώτρια Καθηγήτρια του Τμήματος Κοινωνιολογίας του Παντείου Πανεπιστημίου για την αμέριστη βοήθειά της κατά την εποπτεία. Ευχαριστώ την μητέρα μου που με αλαφρώνει όπως μπορεί από την έλλειψη χρόνου.

Πίνακας περιεχομένων

Περίληψη	9
Abstract	11
Εισαγωγή.....	13
Κεφάλαιο Πρώτο Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, η επικοινωνία και οι σχέσεις	15
1.1 Οι απαρχές του διαδικτύου	15
1.2 Ο πρόδρομος των διαδικτυακών μέσων κοινωνικής δικτύωσης	16
1.3 Τι είναι τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης	18
1.3.1 Το Facebook.	19
1.3.2 Το Twitter.....	20
1.3.3 Linked In.	21
1.3.4 Wikipedia.	21
1.3.5 YouTube.....	22
1.3.6 Blogger.....	23
1.3.7 Google.....	23
1.3.8 Google plus.....	23
1.3.9 Instagram.....	24
1.3.10 Pinterest.....	25
1.3.11 Foursquare.....	25
1.3.12 Snapchat.....	25
1.3.13 Viber.....	26
1.3.14 Tumblr.....	26
1.3.15 Skype.....	26
1.4 Επικοινωνία	27
1.4.1 Τι είναι η επικοινωνία.....	27

1.4.2 Τα είδη της επικοινωνίας.....	28
1.4.3 Η επικοινωνία στον 21ο αιώνα.....	28
1.5 Οι ανθρώπινες σχέσεις	29
1.6 Διαδικτυακή Γλώσσα και Επικοινωνία	32
Κεφάλαιο δεύτερο Αρνητικές επιπτώσεις του διαδικτύου στην κοινωνία	36
2.1 Κίνδυνοι που προκύπτουν από την πολλή χρήση του διαδικτύου.....	36
2.2 Παρέμβαση του διαδικτύου στην καθημερινότητα.....	38
2.3 Δυσπιστία προς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	39
2.4 Άντονι Γκίντενς.....	40
2.5 Ζίγκμουντ Μπάουμαν.....	41
2.6 Walter Volpert.....	42
2.7 Ερωτικές σχέσεις στο διαδίκτυο	43
2.7.1 Ερωτικά παιχνίδια και διαδίκτυο.....	45
2.7.2 Χρονικά περιθώρια διαδικτυακής σχέσης.....	46
2.8 Φιλίες και διαδίκτυο.	47
2.9 Η διάλυση μίας διαδικτυακής σχέσης.	48
2.10 Διαδίκτυο και φυσικό περιβάλλον	49
Κεφάλαιο 3 Θετικά αποτελέσματα από την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης	52
3.1 Η εποχή του διαδικτύου	52
3.2 Η ταχύτητα του διαδικτύου.....	53
3.3 Manuel Castells, Jeremy Rifkin, Bettina Heintz, Christoph Muller, Marc Smith, Quentin Jones	57
3.3.1 Manuel Castells.	57
3.3.2 Jeremy Rifkin.	58
3.3.3 Bettina Heintz- Christoph Muller.	58

3.3.4 Marc Smith.	58
3.3.5 QuentinJones.	60
3.4 Τα οφέλη των διαδικτυακών σχέσεων	62
3.5 Τρόποι προστασίας των χρηστών	64
3.6 Ένας ψηφιακός κόσμος	65
Συμπεράσματα.....	69
Πηγές-Βιβλιογραφία	71

Περίληψη

Η παρούσα διπλωματική πραγματεύεται τον ρόλο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στις ανθρώπινες σχέσεις. Στόχος είναι η ανάδειξη όλων των διαστάσεων της επικοινωνίας με την χρήση του διαδικτύου και πως αυτή επιδρά πάνω στα άτομα και τις σχέσεις που διαμορφώνουν. Ένα νέο επικοινωνιακό πλαίσιο καθιερώθηκε με την προσθήκη του ηλεκτρονικού υπολογιστή, την δημιουργία του κυβερνοχώρου και την εμφάνιση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης των οποίων η χρήση εξαπλώθηκε ραγδαία και μαζικά. Αυτή η διαμεσολαβημένη επικοινωνία δεν περιορίστηκε στην χρήση των ηλεκτρονικών υπολογιστών, αλλά ενισχύθηκε κατά πολύ, με την εξέλιξη των κινητών τηλεφώνων και την δημιουργία των tablets. Διάφοροι ιστότοποι μπήκαν στην ζωή μας και κάνουν συνεχώς την εμφάνισή τους ολοένα και περισσότεροι, επιτρέποντάς μας σύνταξη κειμένων, αναπαραγωγή αυτών και οπτικοακουστική επικοινωνία.

Αρχικά, γιγάντιοι υπολογιστές που γέμιζαν ολόκληρες αίθουσες έκαναν την εμφάνισή τους. Ο τεράστιος όγκος τους και τα καλώδια περιόριζαν κατά πολύ τον χώρο. Συνεχόμενες εξελίξεις τεχνολογικές. Ο προσωπικός υπολογιστής σπάνια καλείται να εκτελέσει μαθηματικές πράξεις αλλά για τον καθημερινό χρήστη είναι αδιάφορο αφού αντιμετωπίζει την συσκευή ως κουτί στο οποίο, δίνει οδηγίες πατώντας κουμπιά και λαμβάνει αποτελέσματα σε μορφή εικόνας, κειμένου και ήχου. Δηλαδή, η συσκευή που ονομάζουμε προσωπικός υπολογιστής, δεν ανταποκρίνεται πλέον στον ρόλο τον οποίο είχε όταν δημιουργήθηκε, ο οποίος ήταν αρχικά ο υπολογισμός μαθηματικών πράξεων ταχύρυθμα και ταχύτατα εξελισσόμενος για όσο το δυνατόν πιο σύνθετες πράξεις και επεξεργασία στοιχείων. Πρόκειται λοιπόν για διαφορετικά πράγματα; Ιστορικά και κοινωνικά έχουν διαφοροποιηθεί. Το παράδειγμα της εταιρείας IBM, της οποίας ο πρόεδρος Τόμας Γουότσον το 1943 θεωρούσε ότι δεν θα υπάρξει ζήτηση για υπολογιστές. Η ιστορία έχει αποδείξει το αντίθετο, ωστόσο, έχοντας αλλάξει η χρήση των υπολογιστών αυτών μπορούμε να πούμε ότι πλησίασε ένα μέρος της πραγματικότητας.

Οι ραγδαίες αλλαγές στην εξέλιξη της τεχνολογίας και η εξάπλωση του διαδικτύου γέννησε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα οποία έχουν συμπεριληφθεί στην καθημερινότητα μας κι έχουν εξαιρετική σημασία διότι αφιερώνουμε αρκετό χρόνο σε αυτά. Ξεκινάμε με την ιστορία και την διάδοση του διαδικτύου. Την σκυτάλη παίρνουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που προέκυψαν από το διαδίκτυο και παρουσιάζεται το κάθε

ένα από αυτά. Εν συνεχεία, περνάμε στον ορισμό της επικοινωνίας και τις σχέσεις που προκύπτουν μέσω αυτής.

Λέξεις- κλειδιά: επικοινωνία, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τεχνολογία

Anna Giannakopoulou

Abstract

This diploma deals with the role of social media tools in human relations. The goal is to highlight all the dimensions of communication with the use of the Internet and how it affects the individuals and relationships they shape. A new communication framework was introduced with the addition of the computer, the creation of cyberspace and the emergence of social media whose use spread rapidly and massively. This mediated communication was not limited to the use of computers, but was greatly enhanced by the evolution of mobile phones and the creation of tablets. Various websites have entered our lives and are constantly making their appearance more and more, allowing us to write texts, reproduce them and audio-visual communication.

Originally, giant computers that filled entire halls made their appearance. Their enormous volume and cables greatly reduced the space. Continuing technological developments. A personal computer is rarely required to perform mathematical operations but for the everyday user it is indifferent as it treats the device as a box in which it gives instructions by pressing buttons and receives results in image, text, and audio formats. That is, the device we call a personal computer no longer meets the role it had when it was created, which was initially the calculation of mathematical operations rapidly and rapidly evolving for the most complex operations and processing of data. Are there different things? Historically and socially, they have changed. The example of IBM, whose president Thomas Watson in 1943 believed there would be no demand for computers. History has proven the opposite, however, having changed the use of these computers we can say that it approached part of the reality.

The rapid changes in technology development and the spread of internet gave us the social networking which including in our lives in daily base and these is of great importance. We start with the history and the spread of the internet. We continue with the social media presenting eachone. Next, we pass on the definition of communication and the relationships that arise through it.

Keywords: communication, social media, technology

Εισαγωγή

Στόχος της παρούσας διπλωματικής είναι να παρουσιάσει το ρόλο που διαδραματίζουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στις ανθρώπινες σχέσεις. Πιο συγκεκριμένα, κύριος στόχος είναι η ανάδειξη όλων των διαστάσεων της επικοινωνίας με την χρήση του διαδικτύου και πως αυτή επιδρά πάνω στα άτομα και τις σχέσεις που διαμορφώνουν. Μια νέα μορφή επικοινωνίας παγιώθηκε με την είσοδο του ηλεκτρονικού υπολογιστή στην καθημερινότητα των σύγχρονων ανθρώπων σε παγκόσμιο επίπεδο, τη δημιουργία του κυβερνοχώρου και την εμφάνιση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης των οποίων η χρήση εξαπλώθηκε ραγδαία και μαζικά. Αυτή η διαμεσολαβημένη επικοινωνία δεν περιορίστηκε στην χρήση των ηλεκτρονικών υπολογιστών, αλλά ενισχύθηκε κατά πολύ, με την εξέλιξη των κινητών τηλεφώνων και τη δημιουργία των tablets. Διάφοροι ιστότοποι μπήκαν στην ζωή μας και κάνουν συνεχώς την εμφάνισή τους ολοένα και περισσότεροι, επιτρέποντάς μας τη σύνταξη κειμένων, την αναπαραγωγή αυτών και συνακόλουθα μια οπτικοακουστική επικοινωνία με συνεχώς διευρυνόμενα όρια.

Η εργασία διαρθρώνεται σε τρία κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα βασικά χαρακτηριστικά του διαδικτύου, καθώς και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, τα οποία αφορούν στον κυρίαρχο τρόπο της σύγχρονης επικοινωνίας. Στο δεύτερο κεφάλαιο, παρουσιάζονται καταρχάς οι αρνητικές θέσεις που αφορούν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ενώ στο τρίτο και τελευταίο μέρος της εργασίας, αποτυπώνονται οι θετικές θεωρήσεις, που αντιπαραβάλλονται με τις αρνητικές που προηγούνται.

Η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε είναι η βιβλιογραφική έρευνα. Η βιβλιογραφία είναι γραμμένη από κοινωνικούς επιστήμονες. Από αυτήν την μεγάλη βιβλιογραφία, λόγω του σύντομου χρονικού διαστήματος που είχα στην διάθεσή μου έκανα την επιλογή συγκεκριμένων ερευνητών, οι οποίοι εστιάζουν στην επίδραση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στις ανθρώπινες σχέσεις. Υπάρχουν αντικρουόμενες απόψεις για την συμβολή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, καθώς αρκετοί κοινωνικοί επιστήμονες έχουν ασχοληθεί με αυτό το ζήτημα. Κάποιοι θεωρούν τα social media μάλιστα της εποχής, ενώ άλλοι υποστηρίζουν πως διευκολύνουν την ανθρώπινη επικοινωνία.

Οι αρνητικές θέσεις των ερευνητών προηγούνται στην παρουσίαση έναντι των θετικών στην παρούσα διπλωματική εργασία. Αυτό γίνεται καθώς σύμφωνα με την υπάρχουσα βιβλιογραφία, πολλοί προβληματισμοί ερευνητών που στέκονται κριτικά

απέναντι στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αντικρούονται. Εκτός αυτού, ένα μεγάλο μέρος της επιχειρηματολογίας τους βρίσκεται και στην επιχειρηματολογία των ερευνητών που υπερασπίζονται την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Η επιλογή αυτή έγινε συνειδητά διότι μετά το πέρας της ανάγνωσης της βιβλιογραφίας, παρατήρησα ότι επιλύονται κάποια θέματα που αφορούν την κακή χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από τους χρήστες καθώς και εξωτερικοί παράγοντες που παρεμβαίνουν στα προσωπικά δεδομένα των χρηστών.

Κεφάλαιο Πρώτο Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, η επικοινωνία και οι σχέσεις

1.1 Οι απαρχές του διαδικτύου

Το ARPANET, το δίκτυο του υπουργείου αμύνης των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής, σχεδιάστηκε το 1969 πάνω σε δίκτυα μεταγωγής δεδομένων, έτσι ώστε να δημιουργηθεί ένα δίκτυο για να υπάρχει διασύνδεση ηλεκτρονικών υπολογιστών σε πολλές γεωγραφικές τοποθεσίες. Εάν λοιπόν, ακόμη και σε περίπτωση καταστροφής των τηλεπικοινωνιακών κόμβων του στρατού από θερμοπυρηνικό πόλεμο, διοικητικά θα μπορούσε να υποστηριχθεί η ομαλή λειτουργία του στρατού. Ο Αμερικανός επιστήμονας Paul Baran, με ένα σύνολο από καινοτομίες όπως ανυπαρξία κεντρικού άξονα, κεντρικής διεύθυνσης και διακοπών αλλά πολλές συνδέσεις στο ίδιο αυτό δίκτυο. Hot Potato Routing είναι το όνομα του δικτύου μεταφοράς των μηνυμάτων στους διάφορους υπολογιστές.

Το κάθε μήνυμα θα τεμαχιζόταν σε πακέτα, και το κάθε πακέτο θα κατευθυνόταν από υπολογιστή προς το δίκτυο των διασυνδεδεμένων υπολογιστών. Μερικά χρόνια αργότερα, τη δεκαετία του 1980 υλοποιείται το Domain Name System (DNS), το οποίο δημιούργησε τις βάσεις δεδομένων. Η λειτουργία της ARPANET οδήγησε στην δημιουργία του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) από τον Ray Tomlinson κατά την δεκαετία του 1970. Η ARPANET χωρίστηκε στην συνέχεια σε δύο μέρη ανάλογα με τον σκοπό που εξυπηρετούσε. Το πρώτο μέρος ονομάστηκε Milnet και αφορούσε τον στρατό, και το δεύτερο μέρος εξελίχθηκε στην σημερινή μορφή του διαδικτύου. Ο όρος INTERNET άρχισε να χρησιμοποιείται όταν το 1986 συνδέθηκε η ARPANET με το δίκτυο του Εθνικού Ιδρύματος των Ηνωμένων Πολιτειών Αμερικής (NSFNET).

Η εξάπλωση του διαδικτύου ξεκίνησε το 1989, όταν δημιουργήθηκε ο Παγκόσμιος Ιστός, το γνωστό σε όλους μας WWW. Το World Wide Web είναι το σύνολο των διασυνδεδεμένων εγγράφων υπερκειμένου. Το έγγραφο υπερκειμένου (hypertext), είναι πολλοί σύνδεσμοι, που ο κάθε ένας από αυτούς τους συνδέσμους, τα ονομαζόμενα «links», παραπέμπουν σε άλλους συνδέσμους. Για το υπερκείμενο χρησιμοποιείται ο όρος «ιστοσελίδα», και έχει την δυνατότητα να περιλαμβάνει κείμενο, εικόνα και ήχο.

Η υπηρεσία web (www) σχεδιάστηκε από τον Tim Berners-Lee, στις αρχές της δεκαετίας του 90, για να εξυπηρετήσει τις ανάγκες υποστήριξης της ερευνητικής

λειτουργίας της ομάδας Φυσικής Υψηλών Ενεργειών στο Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο Φυσικής CERN. Η ιδέα του web προέκυψε από την ανάγκη συνεργασίας των πολλαπλών διαφορετικών συστημάτων και τα οποία χρησιμοποιούσε το CERN και τα οποία η δεκαετία του 90 επικοινωνούσαν μεταξύ τους με μεγάλη δυσκολία.

Ο ίδιος ο σχεδιαστής, ορίζει το web ως «μια κοινωνική τεχνολογία» και «ένα αποκεντρωτικό πληροφοριακό μηχανισμό». Το web για τον δημιουργό του, είναι ένα σύνθετο εργαλείο, ένας μηχανισμός ειδικής τεχνολογίας. Η χρήση του εξυπηρετεί τους κοινωνικούς στόχους συνεύρεσης και επικοινωνίας ενώ παράλληλα οδηγεί σε ένα αποκεντρωτικό μοντέλο οργάνωσης.

1.2 Ο πρόδρομος των διαδικτυακών μέσων κοινωνικής δικτύωσης

Η υπηρεσία IRC, δηλαδή Internet Relay Chat, χρησιμοποιείται αφού εγκατασταθεί το ομώνυμο πρόγραμμα και εν συνεχεία οι υποψήφιοι χρήστες καλούνται να χρησιμοποιήσουν ένα ψευδώνυμο, το οποίο θα είναι μοναδικό για τον κάθε ένα που είναι

συνδεδεμένος στο ίδιο δίκτυο. Η συζήτηση πραγματοποιείται σε μία πλατφόρμα επικοινωνίας, τα κανάλια, που είναι γνωστά ως δωμάτια επικοινωνίας (chatrooms).

Η υπηρεσία αυτή, δίνει την δυνατότητα επικοινωνίας πολλών χρηστών μεταξύ τους ταυτόχρονα και επί τόπου, οι οποίοι ανταλλάσσουν μηνύματα, αλλά και διαχείριση αρχείων σε ιδιωτικές συζητήσεις. Ο χρήστης έχει την δυνατότητα να επιλέξει κάποιο κανάλι ανάλογα με το θέμα συζήτησης που τον ενδιαφέρει. Εάν δεν υπάρχει κάτι αντίστοιχο, μπορεί να φτιάξει μόνος του ένα δωμάτιο επικοινωνίας που θα έχουν πολλοί χρήστες πρόσβαση, ή ακόμα κι ένα ιδιωτικό κανάλι με άτομα της επιλογής του. Πολλές γνωριμίες προέκυψαν από τα δωμάτια επικοινωνίας και πριν από το έτος 2000, ο κόσμος σε μεγάλο βαθμό είτε ήταν εξοικειωμένος με την χρήση τους, είτε γνώριζε την ύπαρξή τους.

Η υπηρεσία Usenet είναι υπηρεσία διακινούμενης πληροφορίας και απαρτίζεται από θεματικές ενότητες που κατατάσσονται σε 8 κατηγορίες, οι οποίες με την σειρά τους χωρίζονται σε υποκατηγορίες. Η πρώτη από τις 8 κατηγορίες είναι η comp, όπου η θεματολογία της, όπως το λέει και η ίδια η λέξη η οποία προκύπτει από την συντομία της λέξης computers, είναι οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές. Η δεύτερη, είναι η κατηγορία humanities, με θέματα. Που άπτονται του καλλιτεχνικού χώρου. Η τρίτη κατηγορία που ονομάζεται news και αναλύει τεχνικά και πρακτικά ζητήματα της Usenet αλλά και τρόπους διαχείρισης της υπηρεσίας. Στην τέταρτη κατηγορία την rec, την συντομία της λέξης recreation, έχει καθαρά ψυχαγωγική χρήση. Η πέμπτη κατηγορία sci, δηλαδή scientific πραγματεύεται ζητήματα επιστημονικού ενδιαφέροντος και η έκτη κατηγορία soc, από social πιο συγκεκριμένα σε κοινωνικά ζητήματα. Σε θέματα επικαιρότητας βρίσκεται η έβδομη κατηγορία, η talk, και για όλα τα υπόλοιπα που δεν μπορούμε να ταξινομήσουμε εύκολα έχουμε την όγδοη κατηγορία την misc από miscellaneous. Η υπηρεσία Usenet παρέχει την δυνατότητα να πραγματοποιείται ανταλλαγή τεράστιου όγκου πληροφοριών, αφού ο κάθε χρήστης μπορεί και να αναρτήσει και να έχει στην διάθεσή του αναρτήσεις άλλων χρηστών, αφού εγκαταστήσει και το πρόγραμμα Newsreader μπορεί να ταξινομήσει με βάση τον χρόνο, το περιεχόμενο έτσι ώστε όταν αναζητά αυτό που τον ενδιαφέρει να μπορεί να το βρει πολύ εύκολα.

1.3 Τι είναι τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι διαδικτυακοί τόποι οι οποίοι παρέχουν στους χρήστες τους την δυνατότητα επικοινωνίας, παραγωγής και δημοσίευσης περιεχομένου. Λειτουργούν ενθαρρυντικά ως προς την ανάπτυξη συζητήσεων, σχολιασμών,

αλληλεπιδράσεων και εξάπλωσης πληροφοριών. Οι χρήστες συνδέονται με άλλους χρήστες, επικοινωνούν, ανταλλάσσουν απόψεις και ψηφιακό περιεχόμενο κάθε μορφής (εικόνες, κείμενα, συνδέσμους, video κ.λπ.).

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι διαδικτυακοί τόποι, όπου οι ίδιοι οι χρήστες δημιουργούν, προβάλλουν και ανταλλάσσουν το ψηφιακό περιεχόμενό τους. Πρόκειται για μία μορφή ηλεκτρονικής επικοινωνίας, η οποία παγιώνεται με γρήγορους ρυθμούς. Αναλόγως με το που βασίζονται τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, κατηγοριοποιούνται. Έχουμε λοιπόν τα μέσα που είναι βασισμένα στην κοινωνική δικτύωση όπως το Facebook, τα ιστολόγια, τα wikis. Αυτά που είναι βασισμένα στο περιεχόμενο όπως οι φωτογραφίες, το youtube . Όσα βασίζονται σε μία λειτουργία όπως το Live Broadcast. Και τέλος όσα βασίζονται σε ενδιαφέροντα, όπως οι αγορές. Αυτά που μας ενδιαφέρουν εμάς ανήκουν στην πρώτη κατηγορία, δηλαδή στα κοινωνικά μέσα τα οποία στηρίζουν την κοινωνική δικτύωση, και σε όσα ανήκουν στις υπόλοιπες κατηγορίες όμως εξυπηρετούν την κοινωνική δικτύωση.

1.3.1 Το Facebook. Το Facebook, ανήκει στην κατηγορία των υπηρεσιών web 2.0, ένα από τα πιο δημοφιλή μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένο. Ιδρυτής του είναι ο Mark Zuckerberg. Το Facebook είχε ξεκινήσει αρχικά τη λειτουργία του, με σκοπό να κρατά σε επαφή τους φοιτητές στα πλαίσια του πανεπιστημίου του Harvard. Το έτος 2007 όλος ο κόσμος απέκτησε πρόσβαση στο Facebook. Η δημοτικότητά του ωστόσο αυξήθηκε ραγδαία και εξαπλώθηκε σε όλον τον κόσμο, σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα. Οι χρήστες του Facebook συνήθως το χρησιμοποιούν για να κρατάνε επαφή με τους φίλους και τους συνεργάτες τους είτε αυτοί ζουν στην ίδια χώρα είτε στο εξωτερικό, αλλά οι εφαρμογές και οι λειτουργίες του δεν περιορίζονται σε αυτό. Δημιουργείται έτσι μια διαδικτυακή παρέα ανθρώπων που επικοινωνούν μεταξύ τους, συζητούν για τα νέα τους, ανεβάζουν φωτογραφίες, ανακοινώνουν δραστηριότητες, προσωπικές και επαγγελματικές κ.λπ. Επίσης, το Facebook χρησιμοποιείται για να παίζουν οι χρήστες online παιχνίδια ατομικά, ή συνδυαστικά με άλλους χρήστες.

Για τη δημιουργία ενός λογαριασμού στο Facebook, ο κάθε χρήστης θα πρέπει να έχει έναν ενεργό λογαριασμό ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail). Εκτός από το προσωπικό τους προφίλ, οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα να δημιουργήσουν και άλλες

σελίδες, στις οποίες μπορούν να προβάλλουν προϊόντα, υπηρεσίες, και στις οποίες επίσης μπορούν να προβάλλονται ακόμη οργανισμοί, εταιρείες και δημόσια πρόσωπα. Επίσης, μπορεί κάποιος να δημιουργήσει μία ή περισσότερες ομάδες που θα διαχειρίζεται ο ίδιος ή περισσότερα από ένα άτομα για οποιονδήποτε λόγο. Πρόκειται για ομάδες, οι οποίες παρουσιάζουν κοινά χαρακτηριστικά με ένα κλειστό περιβάλλον επικοινωνίας για σχετικά μικρό αριθμό ατόμων, τα οποία εμφανίζουν κοινά ενδιαφέροντα.

1.3.2 Το Twitter. Το Twitter ιδρύθηκε το Μάρτιο του 2006 από τον Jack Dorsey. Αποτελεί μία υπηρεσία που παρέχει τη δυνατότητα να κρατάνε οι χρήστες επαφή και να ενημερώνονται για τις καθημερινές δραστηριότητες διάφορων ανθρώπων που τους ενδιαφέρουν, διαδικτυακά, αλλά και να ενημερώνουν άλλους στέλνοντας ενημερώσεις με μορφή κειμένου έως 140 χαρακτήρων. Το Twitter ανήκει στην κατηγορία των υπηρεσιών web 2.0 μαζί με τα blogs και το Myspace, μέσω των οποίων μπορεί να έχει ο οποιοσδήποτε τη δυνατότητα αν θέλει να βλέπει τα μηνύματα όσων έχει επιλέξει να τον ακολουθούν.

Τα μηνύματα που στέλνουν οι χρήστες μέσω του Twitter θα μπορούσαν να τα δουν όλοι οι χρήστες της υπηρεσίας σε αυτό που ονομάζεται Public Timeline (με ορισμένες εξαιρέσεις), και ο κάθε χρήστης να βλέπει τα μηνύματα των χρηστών που ακολουθεί. Στο Twitter η είδηση μεταδίδεται άμεσα, ζωντανά. Το 2007 για πρώτη φορά κατά τη διάρκεια ενός συνεδρίου οι σύνεδροι αναμετέδιδαν μέσω του Twitter τις ανακοινώσεις του συνεδρίου. Όσοι δεν συμμετείχαν στο συνέδριο, μπορούσαν να στέκονται μπροστά από μια μεγάλη οθόνη και να παρακολουθούν αυτές τις αναμεταδόσεις. Το Twitter μετά από αυτό έγινε ένα παγκόσμιο φαινόμενο εξαιρετικά δημοφιλές. Οι διαδηλώσεις του 2009 στο Ιράν όπου οι Ιρανοί Twitters μπορούσαν να αναμεταδίδουν όλες τις εξελίξεις στη χώρα τους παρά τις απαγορεύσεις και τη λογοκρισία, είναι χαρακτηριστικό παράδειγμα της εξέλιξης του φαινομένου αυτού. Μεγάλα κανάλι, παγκόσμιας εμβέλειας, όπως το CNN και το BBC ενημερώνονταν από το Twitter, παρουσιάζοντας τα Tweets στην τηλεόραση, καθώς οι δημοσιογράφοι τους είχαν εξοριστεί από το καθεστώς του Ιράν. Είναι ολοφάνερο ότι μπορούμε να κάνουμε λόγο για μια ζωντανή μηχανή αναζήτησης που ανανεώνεται συνεχώς ακόμη και από πραγματικούς ανθρώπους, καθώς τα «τιτιβίσματά» του είναι ασταμάτητα.

Επιπρόσθετα, με τη χρήση του Twitterfeed τα posts έχουν τη δυνατότητα να μεταδίδονται αυτόματα σ' ένα Twitterfeed. Οι άλλοι χρήστες του Twitter μπορούν να

ενημερώνονται για τα posts στη «χρονική τους λίστα» κι έτσι μπορούν και να τα αναμεταδώσουν, αν φυσικά το επιθυμούν. Για να ξεκινήσει κάποιος να ασχολείται με το Twitter πρέπει να δημιουργήσει τον προσωπικό λογαριασμό του. Εάν είναι εγγεγραμμένος σε κάποια άλλη υπηρεσία ή έχει blog, μπορεί να χρησιμοποιήσει το ήδη υπάρχον username. Στη συνέχεια το Twitter δημιουργεί τη σελίδα με το προσωπικό προφίλ του κάθε χρήστη.

1.3.3 Linked In. Το Linked In έχει συνδέσει το όνομά του με τον επαγγελματικό τομέα. Είναι ένα κοινωνικό δίκτυο, που συνδέει διάφορους επαγγελματίες που θέλουν να διευρύνουν τις επαφές τους με στόχο να αυξήσουν τις πωλήσεις τους (leads), να ενημερωθούν ο ένας από τον άλλον, να τους δοθούν περισσότερες ευκαιρίες, σε παγκόσμιο επίπεδο. Είναι το μοναδικό μέσο κοινωνικής δικτύωσης που είναι εξολοκλήρου αφιερωμένο στον επαγγελματικό τομέα. Δημιουργώντας το προφίλ οι χρήστες γράφουν στοιχεία παρόμοια με εκείνα ενός βιογραφικού όπως, σπουδές, προϋπηρεσία, επαγγελματικές δεξιότητες. Για τους χρήστες του Linked In που αναζητούν εργασία, να έρθουν σε επαφή με επαγγελματίες ή να ενημερωθούν σχετικά με τις τελευταίες εξελίξεις στον τομέα τους. Κάποιοι όροι είναι στην αγγλική γλώσσα, διότι το Linked In δεν έχει μεταφραστεί ακόμη στα ελληνικά. Μια εταιρεία διευκολύνεται να δεχτεί αιτήσεις σε μια θέση εργασίας αν αυτές γίνονται μέσω Linked In, πράγμα που σημαίνει ότι και οι χρήστες του Linked In έχουν το προνόμιο να ενημερώνονται για όποια θέση εργασίας προσφέρεται από την καρτέλα «Jobs» και με μία απλή αναζήτηση βρίσκουν και στοιχεία για την θέση εργασίας που τους ενδιαφέρει, και αντίστοιχα οι εργοδότες που αναζητούν υπαλλήλους, περιγράφουν τις θέσεις εργασίας.

1.3.4 Wikipedia. Το wiki είναι μία ιστοσελίδα όπου οι χρήστες μπορούν να φτιάχνουν, να τροποποιούν ή να αφαιρούν το περιεχόμενό της χρησιμοποιώντας μία απλουστευμένη γλώσσα σήμανσης ή ένα ric-texteditor. Διαθέτει υπερσυνδέσεις και απλή σύνταξη κειμένου για να ανανεώνονται οι σελίδες και να υπάρχουν εσωτερικοί σύνδεσμοι μέσα σε αυτές, όπου παραπέμπουν σε άλλες σελίδες που σχετίζονται με το περιεχόμενο των άλλων σελίδων. Τα wikis έχουν κάποιες ιδιαιτερότητες σε σχέση με τα υπόλοιπα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αφού, η δομή τους δεν μπορεί να καθοριστεί αλλά είναι αποτέλεσμα των συμμετεχόντων, επομένως ρευστή, με τους χρήστες να έχουν ενεργό ρόλο στην διαμόρφωσή της, σχολιάζοντας. Τα wikis προσκαλούν τους χρήστες τους να

συμμετέχουν στην δημιουργία σελίδων και στην τροποποίηση των υαρχόντων, χρησιμοποιώντας ένα web browser. Τα wikis εξυπηρετούν πολλούς και διαφορετικούς σκοπούς. Συλλέγουν ιστορικά δεδομένα και οικοδομούν ένα παγκόσμιο εγκυκλοπαιδικό και εκπαιδευτικό περιεχόμενο. Μιλάμε για την Wikipedia που χρησιμοποιείται για την άντληση όλων των ειδών πληροφοριών. Ενημέρωση ευρετηρίου: ενημέρωση προσωπικών ή συλλογικών πληροφοριών μέσω εύκολης διαχείρισης όπως η Diplopedia, το wiki της Διπλωματικής Υπηρεσίας των ΗΠΑ.

1.3.5 YouTube. Το YouTube είναι το μέσο κοινοποίησης, αναπαραγωγής και διαμοιρασμού βίντεο. Δημιουργήθηκε το έτος 2005 από τους Chad Hurley, Jawed Karim και Steve Chen, οι οποίοι ήταν υπάλληλοι της Pay Pal, εταιρείας μέσω της οποίας διεκπεραιώνονται inline πληρωμές, χρηματικές μεταφορές και δημοπρασίες χώρων. Μηνιαίως, η επισκεψιμότητά του αγγίζει πάνω από ένα δισεκατομμύριο ενεργούς χρήστες, ενώ κάθε λεπτό ανεβαίνουν εκατό ώρες βίντεο. Το YouTube είναι κοινωνικό δίκτυο, διότι, υπάρχει η δυνατότητα δημιουργίας προσωπικού προφίλ, το οποίο μπορεί να χρησιμοποιηθεί ποικιλοτρόπως. Για παράδειγμα, φτιάχνοντας προφίλ, στο YouTube μπορεί ο οποιοσδήποτε χρήστης πλέον να σχολιάσει σε κάποιο βίντεο, και όχι μόνο να ανεβάσει το δικό του βίντεο.

Στο YouTube φτιάχνοντας ένα «κανάλι» στο οποίο μπορεί να ανεβάσει τα δικά του βίντεο ή και να μοιραστεί οποιοδήποτε βίντεο είναι διαθέσιμο. Υπάρχει η δυνατότητα εγγραφής σε κανάλι άλλου χρήστη, έτσι ώστε να ενημερώνονται οι χρήστες ο ένας για τις δραστηριότητές του άλλου και να συζητούν σχολιάζοντας στα βίντεο.

Η δημιουργία προφίλ και καναλιού όχι μόνο δεν είναι απαραίτητη για να παρακολουθήσει κάποιος και να μοιραστεί βίντεο στο YouTube, διότι όλοι έχουν άμεση πρόσβαση στον ιστότοπο, αλλά μπορεί ο χρήστης να σχολιάσει ακόμα στα βίντεο εάν έχει ενεργό ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail) το οποίο ανήκει στην Google, το gmail. Με ενεργό λογαριασμό gmail σε σύνδεση, οι χρήστες επικοινωνούν στα βίντεο που ανεβαίνουν στο YouTube χωρίς να χρειάζεται να έχουν κανάλι. Αυτό συμβαίνει διότι από το έτος 2006 η υπηρεσία Google έχει αγοράσει το YouTube που πλέον της ανήκει όπως της ανήκει και η υπηρεσία Google+ (Google plus).

Το YouTube έχει την ιδιαιτερότητα να προτείνει βίντεο με περιεχόμενο το οποίο να πρόσκειται στο ενδιαφέρον του χρήστη, επειδή διαθέτει αλγόριθμο που λειτουργεί με το ιστορικό μνήμης της χρήσης του YouTube.

1.3.6 Blogger. Το blogger είναι η διαδικτυακή υπηρεσία που χρησιμοποιείται ως πλατφόρμα δημιουργίας και φιλοξενίας ιστολογίων. Ιδρύθηκε το 1999 από την Pyra Labs και στην συνέχεια αγοράστηκε από την Google το έτος 2003. Για να δημιουργήσει ο χρήστης ιστολόγιο, θα πρέπει πρωτίστως, να είναι κάτοχος λογαριασμού Google. Προσφέρει στους χρήστες τα πρώτα δέκα λεπτά λειτουργικό λογισμικό, πρόσβαση σε στατιστικά αλλά και γραφήματα προβολών, προβολές ανά φυλλομετρητή. Το blogger έχει πολλές ρυθμίσεις που μπορεί να χρησιμοποιήσει ο χρήστης και πάνω από χίλια γκάτζετ διαθέσιμα.

1.3.7 Google. Τον Ιανουάριο του 1996 δύο διδακτορικοί φοιτητές του Πανεπιστημίου Στάνφορντ, από την ομώνυμη πόλη της Καλιφόρνια, ο Λάρρυ Πέιτζ και ο Σεργκέι Μπριν ξεκίνησαν ένα ερευνητικό πρόγραμμα. Σε αντίθεση με τις προϋπάρχουσες μηχανές αναζήτησης, δημιουργήθηκε ένα σύστημα ανάλυσης των ιστοσελίδων που συνδέονταν η μία με την άλλη την λεγόμενη τεχνολογία Page Rank. Για τη νέα μηχανή αναζήτησης διάλεξαν την ονομασία Google, η οποία προήλθε από τον μαθηματικό όρο του Μίλτον Σιρότα για το δέκα εις την εκατοστή, και την πήρε ο Πέιτζ, την έβγαλε σε γράμματα googol και την αναγραμμάτισε. Έτσι, ήθελε να δείξει, ότι, η συγκεκριμένη μηχανή αναζήτησης συγκεντρώνει πλήθος πληροφοριών. Αρχικά, όταν αναλαμβάνει το 1997 την ιστοσελίδα του πανεπιστημίου Στάνφορντ με τα domain.google.stanford.edu και z.stanford.edu. Το 1998 συγκέντρωσε ένα εκατομμύριο δολάρια από επενδυτές ώστε στο τέλος της ίδιας χρονιάς δημιουργήθηκε η Google.

1.3.8 Google plus. Το Google plus (Google+) είναι ένα πολύγλωσσο κοινωνικό δίκτυο, που βασίζεται σε μία πλατφόρμα, η οποία είναι συνδεδεμένη με YouTube, gmail και τις υπόλοιπες υπηρεσίες της Google. Δημιουργήθηκε το 2011, για να αποτελέσει το αντίπαλο δέος του Facebook. Μέσω του Google + έγινε απόπειρα σύνδεσης σελίδων με κατόχους αυτών με την μηχανή αναζήτησης Google και μία προσπάθεια σύνδεσης των σελίδων των διαφόρων sites του διαδικτύου με τους κατόχους τους στη Google αναζήτηση. Παρόλα αυτά, πολλοί το θεωρούν ως «πόλη φάντασμα», αφού αρκετοί είναι εκείνοι οι οποίοι κάποια στιγμή δημιούργησαν ένα προφίλ και το παράτησαν γρήγορα. Το Google+

εν αντιθέσει με τα άλλα κοινωνικά δίκτυα Κοινωνικά έχει διαθέσιμη την υπηρεσία Hangouts για βίντεο κλήσεις έως 10 χρηστών και η επεξεργασία και οι διάφορες λειτουργίες των φωτογραφιών. Ο χρήστης δημιουργεί προσωπικό προφίλ, το οποίο μπορεί να χρησιμοποιήσει και σε άλλες υπηρεσίες της Google. Το προφίλ μπορεί να περιέχει αρκετές προσωπικές πληροφορίες.

Το Google+ όπως και το Twitter, επιλέγει ο χρήστης ποιους θα έχει φίλους, δηλαδή ποιων το περιεχόμενο θα βλέπει και όποιον επιλέγει τον κυκλώνει. Αντίστοιχα κυκλώνεται από όσους τον επιλέξουν. Το Google+ έχει σελίδες επαγγελματικού περιεχομένου όπως και το Facebook, με την διαφορά ότι έχει «κοινότητες», στις οποίες υπάρχει μεγάλη ποικιλομορφία στα θέματα εν αντιθέσει με τα «groups» του Facebook.

Ένα λάθος στο λογισμικό, που ήταν υπεύθυνο για την διαρροή προσωπικών δεδομένων εκατοντάδων χιλιάδων χρηστών, το οποίο αποκάλυψε η εφημερίδα The Wall Street Journal, και το φθινόπωρο του 2018 ανακοινώθηκε το κλείσιμο της Google+. Στις 2 Απριλίου του 2019 το Google+ εξαφανίστηκε από την ζωή μας. Προς το παρόν δεν υπάρχουν νεότερες πηγές για μελλοντική επαναλειτουργία της υπηρεσίας η οποία υπήρξε εξαιρετικά δημοφιλής.

1.3.9 Instagram. Το instagram είναι mobile εφαρμογή και υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης, όπου οι χρήστες που έχουν δημιουργήσει κάποιο προφίλ, τραβούν φωτογραφίες και βίντεο, έχουν στην διάθεσή τους μία πληθώρα φίλτρων και τα κοινοποιούν. Αυτά πραγματοποιούνται αποκλειστικά από κινητή συσκευή. Να δουν όμως οι χρήστες το περιεχόμενο των άλλων χρηστών, να δηλώσουν αρέσκεια, και να ακολουθήσουν κάποιο προφίλ ή να ανταλλάξουν μηνύματα, μπορούν και από υπολογιστή. Το κοινό που βλέπει το περιεχόμενο ενός προφίλ στο instagram είναι είτε περιορισμένο εάν το προφίλ έχει ρυθμιστεί να το βλέπουν μόνο όσοι το έχουν ακολουθήσει (οι followers) ή να το βλέπει οποιοσδήποτε προβαίνει στην σελίδα του instagram και αναζητά το εκάστοτε προφίλ. Ο κάθε χρήστης μπορεί να ακολουθήσει όποιο προφίλ επιθυμεί και αναλόγως με τις ρυθμίσεις είτε γίνεται αποδεκτός στο να ακολουθεί κάποιο προφίλ ή απορρίπτεται από τον κάτοχο του προφίλ, ή τον ακολουθεί ελεύθερα χωρίς να χρειάζεται να αποδεχτεί ο κάτοχος αίτημα ακολουθίας. Τον Απρίλιο του 2012 το Facebook αγόρασε το Instagram για ένα δισεκατομμύριο δολάρια, γεγονός που καταδεικνύει την παγκόσμια

απήχηση του συγκεκριμένου μέσου κοινωνικής δικτύωσης, καθώς και το ισχυρό οικονομικό κίνητρο που συνοδεύει την κίνηση αυτή.

1.3.10 Pinterest. Το Pinterest είναι ένα Κοινωνικό Μέσο το οποίο αρχικά θύμιζε πρωινή τηλεοπτική ζώνη, με θέματα όπως μόδα, μαγειρική, γάμος. Στην εξέλιξή του, συμπεριλαμβάνει ολοένα και περισσότερα αντικείμενα στη θεματολογία του. Οι εικόνες είναι το σήμα κατατεθέν του pinterest, αλλά υπάρχει φυσικά και το βίντεο. Με τις εικόνες όμως οι χρήστες χτίζουν το προφίλ τους αποθηκεύοντας τις δημιουργώντας έτσι πίνακες. Χρησιμοποιώντας εικόνες και πίνακες άλλων χρηστών του Pinterest, αλλά και ιστοσελίδες, οι χρήστες εμπλουτίζουν το δικό τους προφίλ συλλέγοντας με το Pinit Button. Η ιδιαιτερότητα του pinterest σε σχέση με τα υπόλοιπα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ότι, όταν ένας χρήστης ακολουθήσει κάποιον άλλον, και βλέπει το περιεχόμενο όλων των πινάκων, έχει την επιλογή να παρακολουθεί ένα μέρος αυτών και όχι το σύνολο εάν το επιθυμεί, στοιχείο που συμβάλλει στη διαφοροποίηση του Pinterest, από τα υπόλοιπα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

1.3.11 Foursquare. Το Foursquare είναι mobilesocial εφαρμογή, με την οποία οι χρήστες έχουν την δυνατότητα να ενημερώνονται για διάφορα μέρη που μπορούν να επισκεφτούν για εξόδους, ψυχαγωγία και οποιοδήποτε ενδιαφέρον. Το foursquare διαθέτει δύο εφαρμογές όπου αρχικά ήταν μόνο μία. Στην δεύτερη που ονομάστηκε swarm, οι χρήστες δηλώνουν την τοποθεσία στην οποία βρίσκονται προς ενημέρωση των άλλων χρηστών δίνοντας παράλληλα και πληροφορίες και συμβουλές καθώς αξιολογούν παραθέτοντας και εικόνες. Δηλώνοντας οι χρήστες του foursquare όσα τους αρέσουν, διευκολύνουν την εφαρμογή να τους δείχνει παρόμοια.

1.3.12 Snapchat. Το Snapchat είναι μία social εφαρμογή, αποκλειστικά διαθέσιμη από κινητά τηλέφωνα, κατά την οποία, το υλικό που ανταλλάσσουν οι χρήστες μεταξύ τους, δηλαδή, τα μηνύματα με κείμενο, φωτογραφίες και βίντεο, έχουν μικρή χρονική διάρκεια κι έπειτα από την προβολή τους εξαφανίζονται. Οι χρήστες δημιουργούν το προφίλ τους χρησιμοποιώντας το email, ημερομηνία γεννήσεως, έναν κωδικό εισόδου και ένα username. Για να κάνει φίλους στο snapchat ο χρήστης, θα πρέπει αφού σύρει την οθόνη να δει όσους τον έχουν προσθέσει για να τους προσθέσει κι εκείνος και να χρησιμοποιήσει τις τηλεφωνικές του επαφές εάν το επιθυμεί.

1.3.13 Viber. Το Viber είναι εφαρμογή messenger για υπολογιστές και κινητές συσκευές, η οποία επιτρέπει στους χρήστες να ανταλλάσσουν υλικό όπως βίντεο, φωτογραφίες, μηνύματα, να καλούν με κανονικές κλήσεις ή και με κάμερα, βίντεο κλήσεις και όλα αυτά με διαδικτυακή σύνδεση. Στην Ελλάδα η εφαρμογή υποστηρίζει την ελληνική γλώσσα. Το Viber έρχεται να δώσει λύση στις κλήσεις σε όλο τον κόσμο, από οποιοδήποτε σημείο της γης, χωρίς καμία απολύτως χρέωση, αφού οι περισσότεροι το χρησιμοποιούν μέσω ασύρματων δικτύων WiFi. Αρκετά λειτουργικά συστήματα υποστηρίζονται από την εφαρμογή. Επίσης, στο Viber υπάρχει η δυνατότητα ομαδικών συνομιλιών. Τέλος, οι χρήστες μπορούν να βλέπουν ανοίγοντας μια συνομιλία αν ο άλλος χρήστης είναι συνδεδεμένος με την εφαρμογή εκείνη τη στιγμή ή πριν από πόσο χρονικό διάστημα ήταν την τελευταία φορά.

1.3.14 Tumblr. Το tumblr είναι μία microblogging πλατφόρμα, η οποία διαφοροποιείται από τις άλλες blogging πλατφόρμες λόγω της μικρής έκτασης των ως προς δημοσίευση στοιχείων, τα κείμενα, οι εικόνες, τα βίντεο. Ανήκει στα κοινωνικά δίκτυα και για τις δημοσιεύσεις αλλά και για τις αντιδράσεις όπως τα «like», δηλαδή η αντίδραση ότι σου αρέσει η συγκεκριμένη δημοσίευση ενός χρήστη ή συμφωνείς με το περιεχόμενό της και το «reblog», δηλαδή η κοινοποίηση.

Για κάθε νέο προφίλ που θα δημιουργηθεί ώστε να μπορέσει ο χρήστης να χρησιμοποιήσει το tumblr δίνει την διεύθυνση του email του, έναν κωδικό πρόσβασης και ένα username. Αμέσως, το Tumblr δημιουργεί το πρώτο blog του χρήστη, χρησιμοποιώντας ως διεύθυνση το username.tumblr.com. Από εκεί κι έπειτα, ο κάθε χρήστης μπορεί να φτιάξει πολλά blogs. Από το dashboard, σημείο διαχείρισης του tumblr, ακολουθούν οι χρήστες τα blogs άλλων χρηστών βλέποντας τις αναρτήσεις τους. Τον Μάιο του 2013 η Yahoo αγόρασε το tumblr με ένα δισεκατομμύριο εκατό εκατομμύρια δολάρια.

1.3.15 Skype. Το Skype, εφαρμογή VoIP, εφαρμόζει επιχειρηματικό μοντέλο freemium. Η υπηρεσία είναι δωρεάν, αλλά η πίστωση Skype ή μια συνδρομή απαιτείται για να καλέσετε σταθερό ή κινητό τηλέφωνο. Αρχικά μπορούσαν οι χρήστες να επικοινωνήσουν μεταξύ τους αποκλειστικά και μόνο από ηλεκτρονικούς υπολογιστές. Τώρα πραγματοποιούνται κλήσεις σε οποιοδήποτε μέρος του κόσμου, σε οποιοδήποτε

δίκτυο τηλεφωνίας, σταθερής και κινητής, με χαμηλές χρεώσεις, δυνατότητα αποστολής μηνυμάτων, αρχείων και δυνατότητα συνδιάσκεψης.

1.4 Επικοινωνία

1.4.1 Τι είναι η επικοινωνία. Επικοινωνία είναι η μετάδοση από ένα άτομο σε κάποιο άλλο, είτε εσκεμμένα είτε μη εσκεμμένα, πληροφοριών προσωπικών ή γενικού

ενδιαφέροντος, συναισθημάτων, πεποιθήσεων, σκέψεων. Η επικοινωνία πραγματοποιείται εκ του σύνεγγυς με την χρήση λέξεων, χειρονομιών και σημάτων. Η επικοινωνία εξ αποστάσεως πραγματοποιείται με την ανταλλαγή γραμμάτων αλλά και με σύγχρονα τεχνολογικά μέσα όπως οι τηλεπικοινωνίες και το διαδίκτυο, όπου υπάρχει προφορικός και γραπτός λόγος. Η επικοινωνία αποτελεί την αρχή της κοινωνικής αλληλεπίδρασης. Για να υπάρξει επικοινωνία πρέπει να ισχύουν τρεις βασικές προϋποθέσεις: η ύπαρξη ενός μηνύματος, ενός πομπού κι ενός δέκτη. Ο πομπός μπορεί να είναι ταυτοχρόνως και δέκτης και ο δέκτης αντιστοίχως μπορεί να είναι και πομπός. Η επικοινωνία μπορεί να είναι ατομική ή δυαδική, πολύπλοκη ή πολλαπλή εάν τελείται ανάμεσα σε πολλούς και δυομαδική, ανάμεσα σε ομάδες ανθρώπων.

1.4.2 Τα είδη της επικοινωνίας. Η επικοινωνία είναι λεκτική και μη λεκτική. Στην πρώτη έχουμε την χρήση της γλώσσας ως το κύριο εργαλείο. Η γλώσσα διέπεται από συντακτικούς, μορφολογικούς και σημασιολογικούς κανόνες και δίνεται νόημα στους έναρθρους ήχους. Διακρίνεται σε επίσημη και ανεπίσημη. Απαρτίζεται από λέξεις. Η μη λεκτική επικοινωνία είναι η εντύπωση που δίνει κάποιος στους άλλους, και έχει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά. Οι εκφράσεις του προσώπου του ατόμου και το άγγιγμα, είναι πολύ σημαντικά ως προς τα μηνύματα που περνούν, καθώς καθορίζουν την εικόνα που θέλει να περάσει κάποιος σε κάποιον άλλον.

1.4.3 Η επικοινωνία στον 21ο αιώνα. Στην δική μας κοινωνία, του 21ου αιώνα, όπου η επικοινωνία διαμέσου του ηλεκτρονικού υπολογιστή και άλλων ηλεκτρονικών συσκευών που λειτουργούν διαδικτυακά δεσπόζει, παρατηρούμε μη λεκτικά κανάλια επικοινωνίας όπως τα emotions¹ στον γραπτό λόγο. Σε συνομιλίες λεκτικές με την χρήση βιντεοκάμερας. Έχουμε δηλαδή προσομοίωση της ηλεκτρονικής-δυναμικής πραγματικότητας με την αληθινή πραγματικότητα και διαμόρφωση προσωπικού ύφους και τρόπου επικοινωνίας.

Ανάλογα με το πολιτισμικό, κοινωνικό και μορφωτικό επίπεδο των κοινωνικών ομάδων, διαμορφώνονται και ορισμένοι κοινωνικοί κανόνες έκφρασης. Οι προγραμματισμένες κινήσεις του σώματος, σε αντίθεση με τις χαλαρές, το δάγκωμα αντικειμένων, ενασχόληση με μικροαντικείμενα χωρίς λόγο, νευρικές κινήσεις και μη ασυμφωνία λεκτικών σχημάτων, αποτελούν χαρακτηριστικά άγχους και ενοχών, τα οποία

¹Σχηματάκια που αποδίδουν κάποιο συναίσθημα, όπως θυμό, χαρά, λύπη.

μπορεί να μεταφράζονται ως αποφυγή της αλήθειας ή παραποίηση αυτής. Αντιθέτως, η χαλαρή στάση του σώματος, ταυτίζεται με την οικειότητα προς τον συνομιλητή. Στις δυτικές κοινωνίες, οι άνθρωποι είναι εξοικειωμένοι με την έννοια «γλώσσα του σώματος», απόδειξη ότι υπάρχουν ειδικά σεμινάρια, τα οποία διδάσκουν στα άτομα πώς να χρησιμοποιούν την γλώσσα του σώματος, κυρίως για επαγγελματικούς σκοπούς, όπως μία συνέντευξη για θέση εργασίας.

1.5 Οι ανθρώπινες σχέσεις

Το γεγονός ότι ο άνθρωπος δεν μπορεί να ζήσει εκτός κοινωνικού συνόλου, τον καθιστά αναμφισβήτητα κοινωνικό ον. Για την σύσταση και την διατήρηση των κοινωνιών, χρησιμοποιούνται οι κώδικες επικοινωνίας, ώστε να υπάρχει κοινωνική αλληλεπίδραση. Ο φιλόσοφος Αριστοτέλης πριν από εικοσιπέντε αιώνες υποστήριξε ότι ο άνθρωπος από

την φύση του, έχει ανάγκη να ζει με άλλους ανθρώπους και να επικοινωνεί μαζί τους. Εάν αυτό δεν συμβαίνει, τότε, σύμφωνα με τον Αριστοτέλη, επρόκειτο ή για θεό, ή για κάποιο θηρίο.

Ο διαχωρισμός των ανθρωπίνων σχέσεων γίνεται ανάμεσα σε τυπικές σχέσεις και σε διαπροσωπικές σχέσεις. Στην πρώτη περίπτωση, των τυπικών σχέσεων, συμπεριλαμβάνεται οποιαδήποτε επαφή, συνεργασία, συνομιλία, με σκοπό την ανταλλαγή πληροφοριών, υπηρεσιών, επίτευξη κάποιου κοινού στόχου. Στην δεύτερη περίπτωση, εκείνη των διαπροσωπικών σχέσεων, ανήκουν οι συναισθηματικοί δεσμοί που αναπτύσσουν τα άτομα μεταξύ τους. Οι διαπροσωπικές σχέσεις είναι φιλικές ή ερωτικές.

Η επιλογή των ατόμων όσων αφορά τα άλλα άτομα με τα οποία θα συνάψουν κάποια διαπροσωπική σχέση, δεν είναι συγκεκριμένη. Για έναν ερωτικό σύντροφο, οι καταστάσεις που έχουν βιώσει από το περιβάλλον στο οποίο μεγάλωσαν θα τους ωθήσει αναζητήσουν τα ίδια χαρακτηριστικά στον σύντροφο τους, έτσι ώστε να επαναληφθεί το βίωμα. Εάν στερούνταν των προαναφερθέντων οι σχέσεις τους με τους γονείς τους, τότε θα αναζητήσουν και θα επιλέξουν σύντροφο ο οποίος πάλι θα τους στερεί όσα και οι γονείς, έτσι ώστε να επαναληφθεί το βίωμα ασυνείδητες ανάγκες του ατόμου, οι οποίες είναι πολύ διαφορετικές για τον κάθε άνθρωπο. Όπως υποστηρίζουν η Irene και ο Herbert Goldenberg, οι ασυνείδητες ανάγκες πηγάζουν από τις εμπειρίες των ατόμων με το οικογενειακό τους περιβάλλον. Εάν στις σχέσεις τους με τους γονείς τους έπαιρναν αγάπη, ικανοποίηση, φροντίδα, επιβράβευση, τότε θα αναζητήσουν τα ίδια χαρακτηριστικά στον σύντροφο τους, έτσι ώστε να επαναληφθεί το βίωμα. Εάν στερούνταν των προαναφερθέντων οι σχέσεις τους με τους γονείς τους, τότε θα αναζητήσουν και θα επιλέξουν σύντροφο ο οποίος πάλι θα τους στερεί όσα και οι γονείς, έτσι ώστε να επαναληφθεί το βίωμα και αυτή τη φορά θα υπάρξει άλλη εξέλιξη μέσα από την ματαίωση.

Άλλος ένας τρόπος να δούμε μέσα από τα κανάλια του ανθρώπινου ψυχισμού την επιλογή του ατόμου που αποκαλεί «έτερον ήμισυ», είναι το σημείο της ωρίμανσης στο οποίο βρίσκεται. Άλλη μία επιλογή λοιπόν, που γίνεται ασυνείδητα και χωρίζεται σε δύο κατηγορίες. Η πρώτη κατηγορία ονομάζεται συμπληρωματική, και οι ψυχολόγοι και ψυχοθεραπευτές παρατηρούν στα ζευγάρια αυτά, παρόμοια προβλήματα ως προς τον ψυχισμό τους. Στην άλλη κατηγορία, την αντιθετική επιλογή, τα ζευγάρια αυτά δεν βρίσκονται στον ίδιο βαθμό συναισθηματικής ωριμότητας και ακολουθούν την αντίθετη

μορφή αμυντικής αντίδρασης. Οι Goldengerg μας λένε ότι, τα ώριμα και συνειδητοποιημένα ζευγάρια είναι εκείνα που έχουν επιλέξει το ταίρι τους βασισμένα στην συμπληρωματική επιλογή, ενώ εκείνα που νοιώθουν ότι κάτι τους λείπει, δεν έχουν υψηλή αυτοεκτίμηση, κάνουν αντιθετική επιλογή, ώστε να μπορέσουν να νοιώσουν ολοκλήρωση με τα χαρακτηριστικά του συντρόφου που οι ίδιοι δεν διαθέτουν.

Όσων αφορά την επιλογή των δύο φύλων, σε συνειδητό επίπεδο, οι άντρες τείνουν να δίνουν προτεραιότητα τόσο στην εξωτερική εμφάνιση της συντρόφου, την υγεία και στο κατά πόσο πιστή ερωτικά υποθέτουν πως θα παραμείνει. Οι γυναίκες όμως, φαίνεται να εστιάζουν στην οικονομική κατάσταση του υποψήφιου συντρόφου και στην κοινωνική του θέση καθώς ενδιαφέρονται και για το εάν ο υποψήφιος σύντροφος δείχνει πρόθεση για δέσμευση.

Στις φιλικές σχέσεις, παρατηρείται ότι σε κάθε στάδιο της ζωής του ατόμου, κατά μέσο όρο έχει από δύο έως τέσσερις φίλους που συνήθως είναι άτομα του ίδιου φύλου. Το περιβάλλον είναι ο παράγων που φέρνει σε επαφή τους ανθρώπους κι έτσι συνάπτουν σχέσεις, το σχολείο, ο εργασιακός χώρος ή συνοικία στην οποία διαμένουν και άτομα που γνωρίζουν σε κάποιες δραστηριότητες, όπως για παράδειγμα η συμμετοχή σε αθλητικό σύλλογο.

Παρατηρούμε πως τα άτομα τείνουν να προσαρμόζουν τις προτεραιότητές τους συμβαδίζοντας με τις κοινωνικές επιταγές. Οι γυναίκες φροντίζουν την εξωτερική τους εμφάνιση περισσότερο από τους άνδρες, καταναλώνοντας χρόνο και χρήμα σε καταστήματα ενδυμάτων και καλλωπισμού. Τα άτομα τόσο στο σχολείο όσο και μετά από αυτό, δηλαδή στο εργασιακό τους περιβάλλον, ασχολούνται με την άποψη που σχηματίζουν τα άτομα με τα οποία συσχετίζονται. Εμφανίζουν μιμητικές συμπεριφορές και επιζητούν την αποδοχή και την συνύπαρξη.

Τα συναισθήματα που εμφανίζονται στις προσωπικές σχέσεις χωρίζονται σε ατομικά-βασικά και σε κοινωνικά. Τα ατομικά-βασικά είναι η χαρά, ο θυμός, η ευχαρίστηση, η λύπη, η έκπληξη, η αηδία και ο φόβος. Τα κοινωνικά είναι η αγάπη, η ενοχή, το πάθος, η ζήλια, το μίσος, η στοργή, η αμηχανία, ο φθόνος, ο θαυμασμός και η μοναξιά. Για την μοναξιά, έχουμε τον διαχωρισμό σε συναισθηματική και κοινωνική. Η συναισθηματική μοναξιά παρουσιάζεται όταν δεν υπάρχει στενή σχέση. Η κοινωνική

μοναξιά είναι το αποτέλεσμα της έλλειψης υποστηρικτικού δικτύου κοινωνικών σχέσεων και δεσμών.

Οι ανθρώπινες σχέσεις, αφού δημιουργηθούν, κατανέμονται σε τρία διαφορετικά επίπεδα, ανάλογα με την τον βαθμό έλξης και οικειότητας. Στο πρώτο επίπεδο, όπου η έλξη και η οικειότητα βρίσκονται σε χαμηλή ανάπτυξη, όπως οι επαγγελματικές αλληλεπιδράσεις και οι σχέσεις μικρής χρονικής διάρκειας. Οι προοπτικές που παρουσιάζονται κατά την σύναψη των σχέσεων των αλληλεπιδρώντων και υπάρχει ανταλλαγή προσωπικών πληροφοριών, μιλάμε για το δεύτερο στάδιο. Στο τρίτο στάδιο φτάνουν εκείνες οι σχέσεις όπου υπάρχουν κοινά σημεία και έχουμε τις στενές διαπροσωπικές σχέσεις, κατά τις οποίες υπάρχει συναισθηματικό δέσιμο από τα άτομα που συμμετέχουν σε αυτές.

Έχουμε λοιπόν, έναν τρόπο αναμετάδοσης της πληροφορίας γραφικό, άκρως αποτελεσματικό και συνεπώς ένα περιβάλλον επικοινωνίας ελκυστικό. Κάθε ιστοσελίδα έχει την δική της ηλεκτρονική διεύθυνση (URL). Η προσβασιμότητα στις ιστοσελίδες απαιτεί σύνδεση στο διαδίκτυο. Εάν η σύνδεση είναι εφικτή, ο χρήστης του διαδικτύου πληκτρολογεί την διεύθυνση της ιστοσελίδας της αρεσκείας του, και αυτομάτως την εντοπίζει και μπορεί να εισέλθει σε αυτήν.

1.6 Διαδικτυακή Γλώσσα και Επικοινωνία

Τα γραπτά κείμενα δεν ανήκουν στον γραπτό λόγο, ωστόσο, η αυθόρμητη ροή και το προσωπικό τους ύφος τα ταξινομούν σύμφωνα με τους Harrison και Baym, στις ζωντανές συζητήσεις. Το λεξιλόγιο που χρησιμοποιείται δέχεται επιρροές από την καθομιλουμένη. Η διαδικτυακή επικοινωνία απευθύνεται σε ολόκληρο τον κόσμο και συμπεριλαμβάνει συνεπώς, όλες τις γλώσσες που μιλούν οι χρήστες ανά τον κόσμο, την κουλτούρα και την ευχέρεια λόγου που έχει ο κάθε άνθρωπος. Απαραίτητη λοιπόν, μία γλώσσα κατά την οποία οι χρήστες να μπορούν να επικοινωνούν επαρκώς. Η γλώσσα αυτή, η οποία

δημιουργήθηκε για τον παραπάνω σκοπό, η γλώσσα pidgin. Πρόκειται για μία γλώσσα παρεμφερής ιδιοματική, που προέρχεται από μία φυσική γλώσσα με μειωμένο λεξιλόγιο και απλό ύφος. Σε πλειοψηφία οι pidgin περιέχουν δύο γλώσσες, την αγγλική και άλλη μία ανάλογα με την τοποθεσία, όπως στην Ελλάδα που έχουμε τα ελληνικά.

Το άτομο ξεκινώντας να χρησιμοποιεί τον κυβερνοχώρο για να επικοινωνήσει, αυτομάτως αποκτά και μία διαδικτυακή ταυτότητα. Την ταυτότητα αυτή, την συνθέτουν τα δυνητικά χαρακτηριστικά, δηλαδή ο τρόπος που το άτομο προβάλλεται εντός του πλαισίου της επιλογής του. Η προσπάθεια κατασκευής του εαυτού μέσα στον κυβερνοχώρο όπως ο ίδιος ο χρήστης τον οραματίζεται και εν συνεχεία ο χρήστης νοιώθει έτοιμος να συμπεριλάβει τον εαυτό μέσα στις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης. Για να κρύψει κάποιος χρήστης την πραγματική του ταυτότητα και να κινηθεί στον κυβερνοχώρο εκφράζοντας το δυνητικό του σώμα αποκλειστικά, είναι η χρήση ενός ή περισσότερων ψευδωνύμων.

Από την επιλογή κάποιου ψευδωνύμου, οι άλλοι χρήστες που επιθυμούν να έρθουν σε επαφή μαζί του είναι σε θέση να αναγνωρίσουν κάποιο εμφανές χαρακτηριστικό και να βρουν σημεία επαφής. Για παράδειγμα κάποιος φίλαθλος αθλητικού συλλόγου στο ψευδώνυμό μου μπορεί να χρησιμοποιήσει το όνομα της ομάδας, έτσι ώστε να προσεγγίσει κι άλλους οπαδούς της ίδιας ομάδας. Η άλλη επιλογή είναι να χρησιμοποιεί και το πραγματικό του όνομα, ώστε να τον εντοπίσουν όσοι γνωρίζουν το άτομο αυτό και επιθυμούν την διαδικτυακή επαφή μαζί του.

Μία μέθοδος κατασκευής ταυτότητας, το άβαταρ, που λειτουργεί ως μέσο αναγνώρισης από τους άλλους, είναι μία συνήθως τρισδιάστατη γραφική αναπαράσταση. Οι χρήστες έχουν την δυνατότητα να επιλέξουν το δικό τους άβαταρ είτε από έτοιμη λίστα, είτε να το φτιάξουν όπως εκείνοι θέλουν μέσα από κάποιο πρόγραμμα. Του δίνουν τα χαρακτηριστικά που επιθυμούν. Η κατασκευή προσωπικής ιστοσελίδας, δηλαδή η κατασκευή ενός δικτυακού τόπου από ένα άτομο αποτελεί προσωπική κατασκευή του εαυτού που μπορεί να έχει πρόσβαση κάθε χρήστης του διαδικτύου.

Η αίσθηση του ανήκειν αποτελεί κυρίαρχο στοιχείο της κοινωνίας. Αυτό μεταφέρεται και στον κυβερνοχώρο. Ο Αμερικανός κριτικός και συγγραφέας του βιβλίου «εικονική κοινότητα» Howard Reingold, αναφέρεται στην δημιουργία διαπροσωπικών αλληλεπιδράσεων διαμέσου διαδικτυακής επικοινωνίας για ένα μεγάλο χρονικό διάστημα,

έτσι δημιουργούνται οι εικονικές κοινότητες. Ο ηλεκτρονικός τόπος όπου εδρεύει η εικονική κοινότητα, ονομάζεται εικονικός οικισμός.

Στις εικονικές κοινότητες παρατηρούμε το φαινόμενο της συμμόρφωσης. Αυτό οφείλεται στην επιρροή που υπάρχει ανάμεσα στα μέλη. Ο κοινωνικός ψυχολόγος Ach διαπίστωσε μετά από παρατήρηση σε περιβάλλον εικονικών κοινοτήτων υπάρχει μία κοινωνική επιρροή σαφώς μικρότερη σε σύγκριση με τον πραγματικό κόσμο. Ο λόγος είναι η απουσία του φυσικού σώματος, η απουσία της πραγματικής ταυτότητας λόγω χρήσης ψευδωνύμων. Υπάρχουν εσωτερικοί κανόνες που συμμορφώνουν τα μέλη της εικονικής κοινότητας. Τα μέλη της εικονικής κοινότητας δημιουργούν σχέσεις στο διαδίκτυο. Και στην περίπτωση που ο χρήστης βρίσκεται σε μία εικονική κοινότητα με το όνομά του, δεν περιορίζεται σε μεγάλο βαθμό να δώσει κάποια στοιχεία τα οποία δεν ανταποκρίνονται πλήρως στην πραγματικότητα. Για παράδειγμα, μπορεί να ενημερώσει τους διαδικτυακούς του φίλους πως βρίσκεται σε ένα μέρος, ενώ βρίσκεται σε κάποιο άλλο.

Για την δημιουργία διαπροσωπικών σχέσεων μέσω του διαδικτύου, η επικοινωνία είναι το στοιχείο, το οποίο, δημιουργεί τις σχέσεις αυτές. Υπάρχουν τέσσερα μοντέλα βασισμένα στην έρευνα του τρόπου επιρροής της επικοινωνίας στο διαδίκτυο για την σύναψη των σχέσεων. Το Social Presence (μοντέλο κοινωνικής παρουσίας), σχετίζεται με την όποια επαφή μπορεί να έχουν οι αλληλοεπιδρώντες. Το Media Riches Model (μοντέλο του πλούτου του μέσου), σχετίζεται με την ανατροφοδότηση, δηλαδή το μέσο που μεταδίδει πολλούς δείκτες. Το Social Influence Model of Technology Use (μοντέλο κοινωνικής επιρροής στην χρήση τεχνολογίας), αναφερόμαστε στον τρόπο χρήσης του μέσου σύμφωνα με το πόσο κατάλληλο για επικοινωνία είναι. Το Social Identity and Deindividuation (θεωρία της κοινωνικής ταυτότητας και εξατομίκευσης), αναφέρεται στο πως τα κοινωνικά στερεότυπα περνάνε μέσα στο διαδίκτυο και επηρεάζουν την αρχική εικόνα για το κάθε άτομο. Το Reduce Social Cues (μοντέλο περιορισμένων κοινωνικών δεικτών), φιλτράρισμα πληροφοριών με στόχο την διαπροσωπική επικοινωνία.

Η πλειοψηφία των ερευνητών υποστηρίζει πως τα μοναχικά άτομα τείνουν να συνάπτουν διαδικτυακές σχέσεις. Σύμφωνα με τους Bargh² και McKenna³ τα εσωστρεφή άτομα προσπαθούν μέσω του διαδικτύου να καλύψουν τις συναισθηματικές τους ανάγκες. Ωστόσο, υπάρχει και η άλλη άποψη που υποστηρίζεται από τους Babin, Clement και MacIntyre, πως μπορούν να επικοινωνούν με ακόμα περισσότερο κόσμο μέσω του διαδικτύου, εκείνοι οι οποίοι, είναι αρκετά εξωστρεφείς και αποκτούν με αυτόν τον τρόπο ακόμα περισσότερες ευκαιρίες για αλληλεπιδράσεις. Δύο διαφορετικές απόψεις επικρατούν και σε άτομα που τα χαρακτηρίζει το στοιχείο της ντροπής. Τα ντροπαλά άτομα περιορίζουν τον κοινωνικό τους περίγυρο σύμφωνα με την μία άποψη, και κάνοντας χρήση της ανωνυμίας που τους παρέχεται με τα ψευδώνυμα αυξάνουν τις κοινωνικές τους δεξιότητες σύμφωνα με την άλλη άποψη.

Στις μέρες μας το διαδίκτυο είναι το σημείο το οποίο φέρνει σε επαφή άτομα άγνωστα μεταξύ τους, που τους δίνεται η ευκαιρία να γνωριστούν και να συνάψουν διαπροσωπικές σχέσεις. Δεν είναι ο μόνος τρόπος, αλλά είναι εξαιρετικά δημοφιλής. Η αλληλεπίδραση στον ίδιο ιστότοπο είναι η αφορμή μίας διαδικτυακής φιλίας.

Εκτός από φιλικές σχέσεις, στον κυβερνοχώρο δημιουργούνται και ερωτικές σχέσεις. Χαρακτηριστικό των σχέσεων αυτών είναι τα αντιφατικά ζεύγη. Μπορεί να υπάρχει μεγάλη γεωγραφική απόσταση, όμως η επικοινωνία είναι άμεση και με μεγάλη διάρκεια, λόγω του μεγάλου αριθμού μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των δυνατοτήτων που παρέχουν.

Ο Manuel Castells κάνει λόγο για την παγκόσμια κουλτούρα της πραγματικής δυνητικότητας. Η κουλτούρα είναι και πραγματική και δυνητική. Κατασκευάζεται από την διαδικτυακή επικοινωνία, άρα είναι πραγματική. Ο Castells υποστηρίζει πως η δυνητικότητα είναι η υλική βάση που στηρίζόμενοι σε αυτήν βιώνουμε την ύπαρξή μας. Χρησιμοποιούμε το διαδίκτυο για ποικίλους λόγους, χρήσιμους στην καθημερινότητά μας, επικοινωνούμε και ενημερωνόμαστε, διαμορφώνουμε γνώμες, μετέχουμε στο πολιτικό γίγνεσθαι.

²Κοινωνικός ψυχολόγος που έχει επικεντρώσει την έρευνά του στην επίδραση της ασυνείδητης επεξεργασίας των περιβαλλοντικών ερεθισμάτων και της ελεύθερης βούλησης.

³Συνεργάζεται με τον Bargh σε πολλές έρευνες και άρθρα με θέματα τις σχέσεις που αναπτύσσουν οι άνθρωποι μεταξύ τους, αλλά και πολλά ζητήματα που σχετίζονται με το διαδίκτυο.

Η κουλτούρα αυτή, η διαδικτυακή, η οποία δεν αναστρέφεται ούτε ελέγχεται, ούτε προβλέπεται κι αυτό σε παγκόσμιους ρυθμούς. Συζητούμε λοιπόν, για μία διαδικασία παγκοσμιοποίησης με τα παραπάνω χαρακτηριστικά. Στο διαδίκτυο, το άτομο μπορεί να υπάρξει σε μία διαδραστική και αμφίδρομη σχέση χωρίς να εμποδίζεται από την τοποθεσία του. Επιπλέον, τα άτομα που απαρτίζουν την δυνητική συνεργάζονται για να δημιουργήσουν συλλογικότητες. Δηλαδή, μπορούμε να πούμε πως το άτομο του κυβερνοχώρου κατασκευάζουν την πραγματικότητα τους, κατασκευάζοντας κοινωνία και εαυτό, αναζητώντας τον ιστότοπο και τα άτομα που ταιριάζουν στην δική του ιδιοσυγκρασία. Επομένως, το διαδίκτυο συμβάλει στην κοινωνικοποίηση.

Κεφάλαιο δεύτερο Αρνητικές επιπτώσεις του διαδικτύου στην κοινωνία

2.1 Κίνδυνοι που προκύπτουν από την πολλή χρήση του διαδικτύου

Η κατάχρηση του διαδικτύου και η εξάρτηση από αυτό γίνεται αντιληπτή όταν ο χρήστης νιώθει την ανάγκη να έχει συνεχώς πρόσβαση στο διαδίκτυο και όπως σε όλους τους εθισμούς υπάρχει εκνευρισμός όταν απέχει από αυτό. Επίσης αισθάνεται ευχαρίστηση μόλις συνδεθεί στο διαδίκτυο και μοιάζει πλέον με αυτοσκοπό. Σημαντικό για τον συγκεκριμένου τύπου χρήστη είναι να βελτιώνεται ο τρόπος σύνδεσής του, επιθυμεί να γίνεται όσο το δυνατόν πιο γρήγορα και επιλέγει το πιο αξιόπιστο δίκτυο. Ο χρήστης αυτός

συνήθως προτιμάει να πραγματοποιεί οικονομικές συναλλαγές από το διαδίκτυο, να ενημερώνεται από το διαδίκτυο, να επικοινωνεί με άλλα άτομα χρησιμοποιώντας τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και να ψυχαγωγείται από τα παιχνίδια online. Συμπεριφέρεται με τέτοιο τρόπο ώστε να γίνεται αντιληπτό από τα άτομα που τον περιβάλλουν, πως το διαδίκτυο είναι πολύ σημαντικό για εκείνον.

Ένας από τους κινδύνους με τους οποίους έρχονται αντιμέτωποι οι χρήστες του διαδικτύου είναι οι διάφοροι ιοί. Πρόκειται για προγράμματα που εγκαθίσταντο στα συστήματα των ηλεκτρονικών υπολογιστών αρχικά, τα τελευταία χρόνια όμως παρατηρείται το φαινόμενο αυτό σε όλες τις συσκευές που συνδέονται στο διαδίκτυο. Τα προγράμματα αυτά, καθώς ενεργοποιούνται χωρίς να το αντιλαμβάνονται οι χρήστες του διαδικτύου, δημιουργούν και προωθούν αντίγραφα τους προκαλώντας καταστροφές σε άλλα προγράμματα στις συσκευές, στα λογισμικά και στα αρχεία. Εάν ένας προσωπικός υπολογιστής έχει προσβληθεί από κάποιον ιό, και ο χρήστης τοποθετήσει ένα στικάκι⁴ στον υπολογιστή, και περάσει κάποια αρχεία από τον υπολογιστή στο στικάκι, είναι πολύ πιθανό μαζί με τα αρχεία, στο στικάκι να περάσει και ο ιός. Έπειτα, εάν το στικάκι χρησιμοποιηθεί σε κάποιον άλλον υπολογιστή, ο υπολογιστής να κολλήσει τον ιό.

Άλλος ένας κίνδυνος που προκύπτει από την χρήση του διαδικτύου είναι κάποια λογισμικά που ονομάζονται κατάσκοποι, ελέγχουν τις συσκευές και υποκλέπτουν στοιχεία που βρίσκονται μέσα στην εκάστοτε συσκευή για να χρησιμοποιηθούν χωρίς την άδεια του χρήστη, ποικιλοτρόπως. Υπάρχουν και λογισμικά που εκ πρώτης όψεως φαίνονται ασφαλή και οι χρήστες επιτρέπουν την εγκατάστασή τους ενώ στην πραγματικότητα πρόκειται για καταστροφικά και για αυτό ονομάζονται Δούρειοι Ίπποι. Στον κατάλογο των κινδύνων συμπεριλαμβάνονται και προγράμματα που χρεώνουν τους χρήστες πραγματοποιώντας κλήσεις από μόνα τους όπως το dialers και πειρατικά προγράμματα που ανοίγουν από μόνα τους σελίδες για διαφημιστικούς λόγους.

Άτομα με γνώσεις διαχείρισης τόσο του διαδικτύου όσο και των ηλεκτρονικών συσκευών που συνδέονται με το διαδίκτυο γνωστοί ως hackers, είναι ψηφιακοί εγκληματίες, οι οποίοι συλλέγουν στοιχεία ώστε να έχουν πρόσβαση στο σύστημα που επιθυμούν παίρνοντας τους κωδικούς των χρηστών. Οι κωδικοί αυτοί, τους δίνουν ακόμα

⁴ Ηλεκτρονική συσκευή μικρού μεγέθους, στην οποία μεταφέρονται δεδομένα, τα οποία μεταφέρονται σε άλλες ηλεκτρονικές συσκευές, η απλώς διαβάζονται σε άλλες συσκευές.

και την δυνατότητα να εισέλθουν σε προσωπικούς λογαριασμούς των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ατόμων, και να παριστάνουν πως πρόκειται για τα άτομα στα οποία ανήκουν αυτοί οι λογαριασμοί.

Επιπλέον, οποιοσδήποτε μπορεί να φτιάξει ένα διαδικτυακό προφίλ σε Facebook, Instagram, Twitter ακόμα και κανάλι YouTube δίνοντας το όνομα που αντιστοιχεί σε άλλο άτομο και να υποδυθεί ότι είναι αυτό. Η διαδικασία είναι απλή, δεν χρειάζεται το άτομο που χρησιμοποιεί το όνομα κάποιου άλλου να γνωρίζει κάποιον κωδικό. Όταν συμπληρώσει τα στοιχεία για την δημιουργία του νέου λογαριασμού, τότε χρησιμοποιεί το όνομα που θέλει. Εάν το άτομο από το οποίο σκέφτηκε να χρησιμοποιήσει το όνομα έχει ήδη προσωπικό λογαριασμό, τότε μπορεί να δει το άλλο άτομο όσες πληροφορίες και φωτογραφίες φαίνονται δημόσια και να τις χρησιμοποιήσει στον νέο λογαριασμό, προσποιούμενο ότι είναι το άτομο αυτό. Ακόμα περισσότερες πληροφορίες και φωτογραφίες μπορεί να χρησιμοποιήσει εάν ακολουθεί αυτό το άτομο από άλλον λογαριασμό ή ακόμα αν συγκαταλέγεται στην λίστα των φίλων του.

2.2 Παρέμβαση του διαδικτύου στην καθημερινότητα

Ένας τομέας που έχει εξελιχθεί ραγδαία από το διαδίκτυο και τις εφαρμογές αυτού είναι η εκπαίδευση. Αναφερόμαστε στην ηλεκτρονική εκπαίδευση (e-Learning), ή τηλεεκπαίδευση, η οποία βασίζεται στην χρήση τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών, που προέρχονται από το διαδίκτυο. Οι αποστάσεις εκμηδενίζονται καθώς ο εκπαιδευόμενος ενός προγράμματος που βασίζεται σε ηλεκτρονική πλατφόρμα μπορεί να βρίσκεται σε οποιοδήποτε σημείο του κόσμου και να έχει πρόσβαση στο πρόγραμμα αυτό. Από την άλλη πλευρά δεν υφίσταται πραγματική επαφή και συνεπώς ο ανταγωνισμός

μεταξύ των εκπαιδευόμενων που παρατηρείται στον παραδοσιακό τρόπο μάθησης, με αποτέλεσμα ένα μεγάλο ποσοστό αυτών να χάνει το ενδιαφέρον του και να εγκαταλείπει, αυτό που ονομάζομαι «dropout».

Η τηλεργασία είναι κάθε μορφή εργασίας που διεκπεραιώνεται μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή και χρήσης διαδικτύου, χωρίς άλλου είδους επαφής με εργοδότη ή πελάτη. Και πάλι οι αποστάσεις δεν υπάρχουν προς πρακτικό όφελος και κέρδος χρόνου, αλλά αυξάνονται οι απαιτήσεις αλλά και οι πιθανότητες απομόνωσης του ατόμου λόγω έλλειψης επαγγελματικού περιβάλλοντος.

2.3 Δυσπιστία προς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Ο ιδρυτής του Facebook χρειάστηκε να απολογηθεί δύο μέρες στο Κογκρέσο λόγω της συλλογής προσωπικών δεδομένων χρηστών, και το τι θεωρείται πρέπον από τους χρήστες να προβάλλουν και να συζητήσουν. Μετά από αυτό το γεγονός, ενισχύθηκε η κίνηση #DeleteFacebook, κι ένα σεβαστό ποσοστό χρηστών γύρισε την πλάτη στο για περισσότερο από μία δεκαετία πιο δημοφιλές μέσο κοινωνικής δικτύωσης όλων των ηλικιακών ομάδων. Αρκεί να σημειώσουμε ότι το 7% των κατοίκων των Ηνωμένων

Πολιτειών της Αμερικής πραγματοποίησε απεγκατάσταση της εφαρμογής Facebook από την τηλεφωνική του συσκευή.

Το Facebook και το Twitter θεωρούνται τα δύο μέσα κοινωνικής δικτύωσης στα οποία οι χρήστες είναι πιο εκτεθειμένοι διότι εκτός από το φωτογραφικό υλικό, τις προσωπικές πληροφορίες, υπάρχουν τα κείμενα με τις απόψεις του κάθε χρήστη καθώς και τα ενδιαφέροντα και τα νέα τους, και ακριβώς για αυτόν τον λόγο επιλέχθηκε ένα από τα δύο για διαγραφή σε ποσοστό 40% των χρηστών σύμφωνα με την πρόσφατη έρευνα της εταιρείας δημοσίων σχέσεων Edelman.

2.4 Άντονι Γκίντενς

Ο Άντονι Γκίντενς⁵ πιστεύει ότι η ύστερη νεωτερικότητα⁶ χαρακτηρίζεται από το ρίσκο με την πολυπλοκότητα καθώς και την εξάρτηση των ατόμων τόσο από ειδικούς σε κάθε τομέα και από επιστήμονες. Στην αποδοχή της ψηφιακής προσομοίωσης-πραγματικότητας, εμπεριέχεται αυτή η διακινδύνευση, δηλαδή το ρίσκο κατά τον Γκίντενς και η εξάρτηση από την τεχνολογία και τους ειδικούς αυτής. Ο Γκίντενς προσδίδει στην νεωτερικότητα δύο όψεις. Αυτή η εξάρτηση ανήκει στην σκοτεινή πλευρά της

⁵Βρετανός κοινωνιολόγος, γνωστός για την θεωρία της δομοποίησης

⁶Όρος των κοινωνικών επιστημών για να χαρακτηρίσουν την εποχή από το δεύτερο μισό του 20^{ου} αιώνα, όπου έχει προηγηθεί η βιομηχανική επανάσταση, η αστικοποίηση και η αλλαγή των κοινωνικών δομών, τα οποία ανήκουν στην πρώιμη νεωτερικότητα, η οποία προηγείται της ύστερης.

νεωτερικότητας, όπως την διαχωρίζει ο Γκίντενς, και την συνδέει με την αλλοτρίωση του ατόμου και κατ' επέκταση με την αλλοτρίωση των κοινωνιών.

2.5 Ζίγκμουντ Μπάουμαν

Ο Ομότιμος καθηγητής κοινωνιολογίας Ζίγκμουντ Μπάουμαν υποστηρίζει ότι τα κοινωνικά δίκτυα δημιουργούν υποκατάστατα των κοινοτήτων και όχι κοινότητες, οπότε η υποχρέωση του ατόμου να δημιουργήσει μία κοινότητα ώστε να αποκτήσει ταυτότητα δεν καλύπτεται. Οι κοινότητες δεν δημιουργούνται αλλά προϋπάρχουν της γέννησης του ατόμου και ανήκουν σε αυτές. Τα δίκτυα, από την άλλη πλευρά, ανήκουν στο άτομο.

Έχει την επιλογή με ποιους θα συναναστραφεί μέσω του δικτύου και ανεβαίνει η αυτοπεποίθησή του, σε μία ατομικιστική περίοδο όπου η αποξένωση, η μοναξιά και η κατάθλιψη κερδίζουν συνεχώς έδαφος. Ωστόσο, η αφαίρεση και οι πρόσθεση φίλων και ακολούθων πραγματοποιείται με συνοπτικές διαδικασίες, κι έτσι το άτομο έχει την αίσθηση του ελέγχου του κοινωνικού του περιβάλλοντος. Θωρεί την αντίληψη αυτήν

λανθασμένη, διότι, οι πραγματικές προκλήσεις του κοινωνικού περιγύρου βρίσκονται εκτός της διαδικτυακής επικοινωνίας.

Η αλληλεπίδραση του εργασιακού χώρου, της γειτνίασης, της επαφής ακόμα και στον δρόμο που μπορεί το άτομο να συναντήσει, δεν υφίστανται από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, που όσο και να τα χρησιμοποιεί το άτομο, δεν βελτιώνουν τις κοινωνικές του δεξιότητες. Τα social media λειτουργούν ως ζώνη άνεσης, ώστε μία μερίδα ανθρώπων περιορίζονται μέσα σε αυτά, και επιλέγοντας τι θα πει και με ποιους, ακούν την φωνή της κοινωνίας που είναι κοντά στις δικές τους αντιλήψεις και ενδιαφέροντα, πέφτοντας στην παγίδα να θεωρήσουν ότι είναι αντιπροσωπευτικό κομμάτι της κοινωνίας.

Δίνει το παράδειγμα του διαλόγου, δηλαδή πως χρησιμοποιώντας ένα διαδικτυακό μέσο κοινωνικής δικτύωσης, μία αντιπαράθεση μπορεί να αποφευχθεί, ενώ εκ του σύνεγγυς, η επιχειρηματολογία ανάμεσα στα άτομα έχει κανονική ροή.

2.6 Walter Volpert

Ο Γερμανός ψυχολόγος Walter Volpert μιλάει για την «επικίνδυνη αγάπη προς τον υπολογιστή». Λαμβάνοντας υπόψη του τον χρόνο που περνούν τα άτομα μπροστά στην οθόνη του ηλεκτρονικού τους υπολογιστή, αναφέρεται στην απομόνωση στην οποία οδηγούνται τα άτομα εξαναγκαστικά από τις συνθήκες που τα ωθούν να περνούν ένα μεγάλο μέρος της ημέρας τους στο διαδίκτυο, χάνοντας το ενδιαφέρον τους για τον κόσμο έξω από αυτό και έτσι προκύπτουν ψυχοπαθολογικά προβλήματα.

Οι σχέσεις που αναπτύσσουν τα άτομα μέσα από το διαδίκτυο είναι εφήμερες, μπορούν ανά πάσα στιγμή να τις διακόψουν απλά με την χρήση του πληκτρολογίου, όσο εύκολα δηλαδή τις ξεκίνησαν. Ο Volpert υποστηρίζει ότι η ψυχολογική κουλτούρα ατροφεί από μέρα σε μέρα και αυξάνονται οι ψυχικές διαταραχές. Φτάνουν στο σημείο οι χρήστες να υπολογίζουν πολύ περισσότερο την τεχνολογία περισσότερο από τους ίδιους τους ανθρώπους. Η προσοχή που δίνουν τα άτομα στην εικονική πραγματικότητα και

ξεχνούν την πραγματική ζωή. Η επικοινωνία είναι δεν είναι άμεση αλλά ψυχρή, έχει ελλείψεις και αποτελεί μία εναλλακτική λύση και όχι το επιθυμητό.

Ο τεχνολογικός ντετερμινισμός θεωρεί την κάθε καινοτομία η οποία είναι βασισμένη στην τεχνολογία, ένα προκαθορισμένο στοιχείο με σκοπό ύπαρξης μία συγκεκριμένη κοινωνική χρήση. Άρα παράγει κώδικες επικοινωνίας κατά το δοκούν και αποτελούν απειλή. Οι νεαρές ηλικιακές ομάδες, οι οποίες είναι και πιο επιρρεπείς σε σχέση με τις άλλες, καθοδηγούνται από τις τεχνολογικές τάσεις. Εξοικειώνονται ευκολότερα από τα άτομα σε μεγαλύτερη ηλικία και συνεπώς η αλληλεπίδραση του ενός με τον άλλον, οδηγούν τα νεαρά άτομα να χρησιμοποιούν ολοένα και περισσότερο στην καθημερινότητα τους οποιοδήποτε καινούριο στοιχείο προκύψει.

2.7 Ερωτικές σχέσεις στο διαδίκτυο

Οι ερωτικές σχέσεις που δημιουργούνται μέσα από το διαδίκτυο συγκεντρώνουν ορισμένα χαρακτηριστικά. Όπως σε όλες τις μορφές διαδικτυακής επικοινωνίας, έτσι και στις ερωτικές σχέσεις υπάρχει η αντίθεση μεταξύ αμεσότητας και απόστασης. Ωστόσο παρατηρούμε έναν μεγάλο βαθμό οικειότητας και σε άτομα που δεν έχουν γνωριστεί σε φυσικό περιβάλλον. Υπάρχει αυτοαποκάλυψη, η οποία είναι συνυφασμένη με την ανωνυμία. Σε αντίθεση έρχονται και η ειλικρίνεια με την εξαπάτηση, η απουσία υλικών αγαθών κάνει τα άτομα να επενδύουν περισσότερο συναισθηματικά και από την άλλη πλευρά η ανωνυμία ή ακόμα και η έλλειψη ελέγχου που προσφέρει το φυσικό περιβάλλον καθιστά έναν από δύο εύκολα θύμα εξαπάτησης.

Η άνεση με την οποία αποκαλύπτουν τα άτομα προσωπικές πληροφορίες και επιθυμίες είναι σύνηθες φαινόμενο και η αστάθεια των σχέσεων αυτών επίσης. Ανάλογα

και με τον βαθμό της ικανοποίησης που προσφέρουν οι διαδικτυακές ερωτικές σχέσεις, αφού μεγάλη μερίδα ατόμων που δημιουργούν τέτοιες σχέσεις, δεν τις αναγνωρίζουν ως σχέσεις, αλλά ως απλές περιπέτειες, χωρίς να λαμβάνουν υπόψη τους τι θεωρεί το άτομο ή τα άτομα με τα οποία τις συνάπτουν.

Επίσης, δεν αισθάνονται ότι δεσμεύονται άρα χάνουν την ελευθερία τους, δεν θεωρούν τις σχέσεις αυτές σοβαρές. Ακόμα και δεσμευμένοι δηλώνουν ελεύθεροι και αναζητούν σύντροφο διαδικτυακά, ενώ στην πραγματικότητα δεν επιθυμούν να αντικαταστήσουν το άτομο με το οποίο ήδη συνδέονται. Είναι πολύ εύκολο ένα άτομο, που πραγματικά αναζητά σύντροφο μέσω διαδικτύου επειδή δεν του έχει δοθεί η ευκαιρία από το φυσικό του περιβάλλον να αποκτήσει, να συναναστραφεί με άτομα που παρουσιάζονται διαφορετικά από την πραγματικότητα, για την πρόσκαιρη ευχαρίστησή τους, ή για να ξεφύγουν για λίγο από την ρουτίνα της καθημερινότητάς τους. Κι έτσι τα άτομα που αναζητούν σύντροφο σπαταλούν χρόνο, κάποιες φορές επενδύουν συναισθηματικά και εξαπατώνται. Οδηγούνται αρκετές φορές είτε στην απογοήτευση είτε στην απαξίωση μίας μελλοντικής διαδικτυακής γνωριμίας.

Σύμφωνα με τους Cornwell και Lundgren όσο αυξάνεται η συναισθηματική εμπλοκή, τόσο μειώνονται τα παραπλανητικά στοιχεία εκ μέρους των αλληλεπιδρώντων. Εάν δηλαδή άτομα που διασυνδέονται κάποιο χρονικό διάστημα επενδύουν και οι δύο συναισθηματικά ο ένας στον άλλον, τότε τα στοιχεία που θα παρουσιάζουν για τον εαυτό τους θα συνάδουν με την πραγματικότητα. Δηλαδή, δύο άτομα ξεκινούν μία επαφή μέσω του διαδικτύου, χωρίς ιδιαίτερες προσδοκίες, εν συνεχεία η επαφή τους γίνεται όλο και πιο συχνή, οι πληροφορίες όλο και πιο προσωπικές, και καταλήγουν σε μία αληθινή σχέση, όπου ενδιαφέρεται ο ένας για τον άλλον.

Ο κάθε χρήστης επιλέγει ποιες πληροφορίες για τον ίδιο θα μοιραστεί με τους άλλους χρήστες του κυβερνοχώρου, τι θα παραληφθεί κι έτσι διαμορφώνει μία εικόνα για τον εαυτό του βελτιωμένη. Ένα στοιχείο που ενισχύει την θετική αυτοπαρουσίαση είναι η δυνατότητα να μην απαντήσει άμεσα σε οποιαδήποτε ερώτηση, αλλά όποτε η στιγμή είναι πιο κατάλληλη για τον χρήστη. Σε μία συζήτηση σε φυσικό περιβάλλον η ροή δεν θα μπορούσε να διακοπεί κι έτσι σε κάποια δύσκολη ερώτηση, ο συνομιλητής θα πρέπει είτε να απαντήσει, είτε να διακόψει την συζήτηση. Στον κυβερνοχώρο, ο συνομιλητής μπορεί

να απαντήσει μετά από λίγο, την άλλη μέρα, δηλαδή να κερδίσει χρόνο για να σκεφτεί την απάντησή του.

Η εξιδανίκευση κάποιου ατόμου είναι συχνό φαινόμενο αφού και οι πληροφορίες που υπάρχουν έχουν βελτιωθεί σε σχέση με την πραγματικότητα και οι δυνατότητες διάψευσης είναι πολύ λιγότερες συγκριτικά με το φυσικό περιβάλλον. Επιπλέον, η εξωτερική εμφάνιση του ατόμου, η οποία παίζει κυρίαρχο ρόλο στην διαπροσωπική έλξη, διότι ένα άτομο αναγνωρισμένο ως «εμφανίσσιμο» προσελκύει πολύ πιο εύκολα νέες γνωριμίες που καταλήγουν σε διαπροσωπικές σχέσεις. Στο διαδίκτυο, η ικανότητα στην επικοινωνία έχει μεγαλύτερη επίδραση από την εξωτερική εμφάνιση, ωστόσο κάποια social media όπως το instagram στο οποίο επικρατεί η εικόνα του χρήστη. Με τα φίλτρα και τα προγράμματα που έχουν οι χρήστες στα χέρια τους, μπορούν να τροποποιήσουν την ίδια τους την εικόνα κατά το δοκούν και να δείχνουν έναν ψεύτικο εαυτό. Εάν τα στοιχεία αυτά είναι ψευδή, τότε η έλξη έρχεται προς άτομα τα οποία ουσιαστικά δεν υφίστανται. Άρα, η πρωταρχική μορφή δηλαδή, η διαπροσωπική έξη που οδηγεί σε μία σχέση στηρίζεται σε ψεύτικα θεμέλια.

2.7.1 Ερωτικά παιχνίδια και διαδίκτυο. Το cyberflirting είναι αρκετά διαδεδομένο και αποτελεί μέρος της διαδικτυακής ενασχόληση για αρκετό ποσοστό χρηστών. Είναι τόσο διαδεδομένο πλέον, ώστε πολλοί αρθρογράφοι σε περιοδικά, ασχολούνται με αυτό και δίνουν συμβουλές επί του θέματος. Όπως κι άλλα ζητήματα έτσι και διαδικτυακό φλερτ έχει αντιφατικά στοιχεία. Από την μία πλευρά δίνει κι επιζητά την προσοχή ενώ ταυτόχρονα δεν θεωρεί την ίδια του την ενασχόληση. Επίσης, ένα άλλο ζήτημα που προκύπτει και δεν έχει ξεκάθαρα όρια είναι κατά πόσο οι εμπλεκόμενοι έχουν διάθεση να παραμείνουν στο φλερτ ή να περάσουν στο επόμενο στάδιο.

Το στάδιο αυτό είναι το διαδικτυακό σεξ. Η πηγή αυτού του φαινομένου γνωστού διεθνώς ως «cybersex», είναι η ανθρώπινη επιθυμία. Αναφερόμαστε σε πραγματικό χρόνο, σε μηνύματα γραπτά και ηχογραφημένα, και ίσως βίντεο, φωτογραφίες και όλα σεξουαλικού περιεχομένου. Η πραγματική σεξουαλική επαφή ωστόσο δεν υφίσταται όπως είναι φυσικό επακόλουθο, οπότε δεν καλύπτονται οι όλες οι ανάγκες του ατόμου στον ερωτικό τομέα, εάν το cybersex είναι ο μοναδικός τρόπος με τον οποίο κάποιο άτομο κρατά ενεργή την ερωτική του ζωή, απουσιάζει το ζωτικό της κομμάτι και ενδέχεται

κάποιο από τα εμπλεκόμενα άτομα μίας τέτοιας επαφής να μην αρκείται σε αυτήν, ειδικότερα με το πέρασ του χρόνου.

2.7.2 Χρονικά περιθώρια διαδικτυακής σχέσης. Η διάρκεια μίας διαδικτυακής σχέσης έχει ημερομηνία λήξης αυτή καθαυτή. Ο τερματισμός είναι ένα πολύ συχνό φαινόμενο, αφού οι αλληλεπιδρώντες προβούν σε αυτοαποκαλύψεις, περάσουν στο στάδιο της εμπιστοσύνης, εν συνεχεία αρκετοί θα διαπιστώσουν πως εξαπατήθηκαν, άλλοι θα θεωρήσουν ότι η πρόσκαιρη ικανοποίηση που τους προσέφερε η επαφή από το διαδίκτυο δεν τους ικανοποιεί πλέον, ή τουλάχιστον όχι όπως αρχικά. Σε αυτό το σημείο θα σταματήσουν την συγκεκριμένη επαφή είτε επεμβαίνοντας στην συχνότητα επιβραδυντικά, είτε θα την διακόψουν απότομα. Το διαδίκτυο προσφέρει την ευκολία μίας απότομης διακοπής, η οποία δεν έχει θετική επιρροή πάντα και από τις δύο πλευρές. Ωστόσο, υπάρχει και το ενδεχόμενο, αφού η επαφή να περάσει από το ένα στάδιο στο άλλο να μεταφερθεί και εκτός διαδικτύου. Είτε με τον έναν είτε με τον άλλο τρόπο, δεν θα παραμείνει ως είχε.

Το φαινόμενο της διαδικτυακής απιστίας αποτελεί μέρος της ευρέως διαδεδομένης κοινωνικής συμπεριφοράς. Οι διαστάσεις αυτού του φαινομένου που γίνεται από μεγάλο μέρος της κοινωνίας αποδεκτό, έγκειται στο γεγονός ότι ο κυβερνοχώρος και οι σχέσεις που αναπτύσσονται σε αυτόν, είναι δευτερευούσης σημασίας από τις φυσικές συναναστροφές. Εδώ παρατηρούμε ότι τα άτομα και λόγω των πολλών επιλογών που έχουν μέσα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης να εντοπίζουν συνεχώς νέα άτομα και να ξεκινούν να έχουν αλληλεπιδράσεις με τα άτομα αυτά, εκμεταλλεύονται αυτό το πλεονέκτημα και επιδίδονται σε νέα φλερτ.

Τα άτομα θεωρούν ότι δεν υπάρχουν επιπτώσεις εάν δημιουργήσουν μία ερωτική σχέση στον κυβερνοχώρο. Οι Finlay και Underwood το 2004 διεξήγαν έρευνα για τα άτομα που διατηρούν ερωτικές σχέσεις στο διαδίκτυο ενώ παράλληλα έχουν ερωτική σχέση στο φυσικό περιβάλλον ή ακόμα βρίσκονται και μέσα σε γάμο. Διαπίστωσαν πως σε ποσοστό 63% αντλούν μεγαλύτερη ικανοποίηση σε εκείνες τις σχέσεις που έχουν συνάψει στον κυβερνοχώρο, Επίσης, σε ποσοστό 70% δεν θεωρούν σημαντικές παρά το γεγονός ότι τους προσφέρουν ικανοποίηση, επομένως δεν θα αντιμετωπίσουν κάποιο πρόβλημα στο γάμο ή στις σχέσεις τους αφού δεν πρόκειται να γίνει αντιληπτή η διαδικτυακή τους δραστηριότητα.

Η διαδικτυακή απιστία όμως παραβιάζει όπως ακριβώς και η απιστία στο φυσικό περιβάλλον την κοινή συμφωνία των ατόμων για αποκλειστικότητα, εμπιστοσύνη και αμοιβαιότητα. Παρά την απουσία της σεξουαλικής επαφής, η επιθυμία και η φαντασίωση του ατόμου που απιστεί είναι πραγματική και βλαπτική προς τον σύντροφο και την σχέση τους. Σε μία διαδικτυακή απιστία το άτομο που την διαπράττει, θεωρεί ότι ο σύντροφος θα παραμείνει στην άγνοια. Ωστόσο, έχουν γνωστοποιηθεί περιπτώσεις, όπου, ο σύντροφος το ανακαλύπτει εάν βρεθεί στα χέρια του η ηλεκτρονική συσκευή όπου δεν έχει αποσυνδέσει τον προσωπικό του λογαριασμό το άτομο που διαπράττει την απιστία. Άρα λοιπόν, δεν είναι βέβαιον ότι μία διαδικτυακή απιστία θα παραμείνει στην αφάνεια.

Ένας άλλος τρόπος που ο κυβερνοχώρος εμπλέκεται στις σχέσεις των ατόμων είναι η επιλογή πολλών ανθρώπων να τερματίσουν μία ερωτική σχέση ανακοινώνοντας στον σύντροφό τους την απόφασή τους επικοινωνώντας μαζί του από κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης. Η δυσφορία που αισθάνεται ο αποδέκτης του μηνύματος για τον χωρισμό τον οδηγεί στο να χρησιμοποιήσουν το διαδίκτυο ώστε να επιτηρήσουν τον σύντροφο ο οποίος διέλυσε την σχέση τους. Ακόμα, μπορούν να χρησιμοποιήσουν το διαδίκτυο και ως μέσον εξευτελισμού του μέχρι πρότινος συντρόφου τους κοινοποιώντας προσωπικές πληροφορίες ή και κατηγορίες εναντίον του.

2.8 Φιλίες και διαδίκτυο.

Οι φιλίες στον κυβερνοχώρο μπορούν να διαλυθούν αρκετά εύκολα με την εντολή διαγραφή του ατόμου από την λίστα με τους φίλους. Οι φιλίες του φυσικού περιβάλλοντος που έχουν μεταφερθεί και στο διαδίκτυο ή και το αντίστροφο, ενδέχεται να φτάσουν στον τερματισμό εάν η φιλική σχέση έχει κάνει τον κύκλο της, τα άτομα εξελισσόμενα αλλάζουν ενδιαφέροντα και δεν υπάρχει πλέον σύμπλευση ή κάποια προδοσία. Στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όμως, μπορεί ένας φίλος να αναρτήσει κάτι ενοχλητικό ή προσβλητικό και να αποτελέσει αιτία η σχέση των δύο ατόμων να κλονιστεί. Εάν κάποιος ενοχληθεί και διαγράψει κάποιον φίλο από την λίστα του, τότε, η επίπτωση μπορεί να σημάνει και την διαγραφή του φίλου και στην πραγματική ζωή. Βλέπουμε πως αρκετές φορές ένα γεγονός που λαμβάνει χώρα στον κυβερνοχώρο, επηρεάζει τις σχέσεις των ανθρώπων.

Εάν κάποιος φίλος της πραγματικής ζωής στο διαδίκτυο νοιώσει ότι παραμερίζεται, τότε υπάρχουν τριγμοί στην σχέση. Χαρακτηριστικό αποτελούν τα «like», δηλαδή η εκδήλωση της αρέσκειας μίας φωτογραφίας, ενός κειμένου ή βίντεο. Εάν σε μία παρέα, όπου οι φίλοι δηλώνουν αρέσκεια ο ένας στον άλλον και κάποιος από αυτούς δεν λαμβάνει το ίδιο ποσοστό likes από τους φίλους του, τότε δυσαρεστείται. Η εκδήλωση αυτής της δυσαρέσκειας γίνεται ποικιλοτρόπως. Τα άτομα εκλαμβάνουν την απουσία των like ως μία μορφή απόρριψης, ή έκφρασης δημόσιας προτίμησης άλλων ατόμων έναντι αυτών.

2.9 Η διάλυση μίας διαδικτυακής σχέσης.

Για να διαλυθεί μία διαδικτυακή σχέση, κατά την οποία όπως είναι φυσικό δεν υπάρχουν πολλών ειδών εμπειρίες, παρά μόνο όσες είναι δυνατόν να προσφέρει ο κυβερνοχώρος, αρκεί το άτομο να συνειδητοποιήσει πως δεν καλύπτονται όλες του οι ανάγκες. Δύο νεαρές κοπέλες που περνούν αρκετή ώρα επικοινωνώντας η μία με την άλλη και μένουν σε διαφορετικά μέρη και δεν έχουν την δυνατότητα να βρεθούν, θα αναζητήσουν κάποια φίλη με την οποία θα μπορούν να πραγματοποιήσουν εξόδους, επομένως θα δώσουν προτεραιότητα σε εκείνη.

Η παραπλάνηση είναι ένα άλλο στοιχείο που οδηγεί στην διάλυση μίας διαδικτυακής σχέσης. Είναι πιο ευνοϊκές οι συνθήκες να παρουσιαστεί κάποιο άτομο διαφορετικά και με την εξωτερική του εμφάνιση και με τα επιτεύγματα του ή ακόμα και να είναι ένα εντελώς διαφορετικό πρόσωπο από αυτό που έχει παρουσιαστεί.

Είναι πολλά τα κρούσματα ατόμων που δημιουργούν προφίλ χρησιμοποιώντας ονόματα άλλων ατόμων και φωτογραφίες τις οποίες έχουν βρει μέσα από το διαδίκτυο, οι οποίες απεικονίζουν άτομα που ούτε γνωρίζουν ούτε έχουν ζητήσει κάποια άδεια για αυτήν τους την ενέργεια. Ο στόχος είναι να γίνουν ελκυστικότεροι από ότι πιστεύουν πως είναι, έτσι ώστε να προσεγγίσουν άτομα που θεωρούν που δεν θα είχαν επιτυχία εάν είχαν αποπειραθεί δίνοντας πραγματική εικόνα του εαυτού τους. Επακόλουθο είναι, μόλις γίνουν αντιληπτοί το άτομο που έχει παραπλανηθεί να διακόψει άμεσα την επαφή.

Ωστόσο, η συχνότητα του φαινομένου αυτού, έχει δημιουργήσει δυσπιστία ως προς τις νέες διαδικτυακές γνωριμίες και τα άτομα ολοένα και περισσότερο ζητούν περισσότερες φωτογραφίες ή και βίντεο έτσι ώστε να διαπιστώσουν ότι ο συνομιλητής τους είναι πράγματι έτσι όπως παρουσιάζεται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και σε εκείνους. Νοιώθουν περισσότερη ασφάλεια εάν το άτομο με το οποίο επικοινωνούν ανήκει σε μία εικονική κοινότητα, όπου ανήκουν και οι ίδιοι και άλλα μέλη αυτής γνωρίζουν το άτομο εκτός διαδικτύου και με αυτόν τον τρόπο μπορούν να επιβεβαιώσουν κάποια στοιχεία για αυτό.

2.10 Διαδίκτυο και φυσικό περιβάλλον

Λόγω των διαθέσιμων τεχνολογιών που στηρίζουν την δυνητική πραγματικότητα για τους χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης διαμορφώνεται μία σχέση φαντασιών και επιθυμιών που ανήκουν εσωτερικό κόσμο, και του εξωτερικού κόσμου. Διαμορφώνεται η ψευδαίσθηση, σύμφωνα με την έρευνα του Wood, ότι οι κόσμοι συνυπάρχουν. Αυτό που πιστεύει ο Wood είναι πως η ευχαρίστηση και η επιθυμία αποτέλεσαν την βάση στην οποία χτίστηκε και χτίζεται η δυνητική πραγματικότητα.

Η αντικατάσταση του φυσικού εαυτού από τον μη σωματοποιημένο εαυτό δίνει την αίσθηση της απόλυτης ελευθερίας διότι δεν περιορίζεται η φαντασία από κάποια φυσικά όρια. Οι άλλοι, επίσης δεν είναι βιολογικά σωματοποιημένοι, και οι δυνητικές

ταυτότητες που δημιουργούνται χαρακτηρίζονται περιπλέουσες (floating identities). Μπορεί να βρισκόμαστε στην σφαίρα της φαντασίας, όμως κοινωνικό νόημα παράγεται.

Οι συνέπειες της διαδικτυακής δράσης είναι πραγματικές. Οι φαντασιώσεις του κυβερνοχώρου, δεν παύουν να είναι υπαρκτές φαντασιώσεις του ατόμου εκτός του κυβερνοχώρου που βρίσκουν τόπο έκφρασης εκεί. Σύμφωνα με τον Robins όπως αντίστοιχα η πραγματικότητα επηρεάζει την δυνητική δράση, όπως ο βιολογικός θάνατος του ατόμου σημαίνει και το τέλος της διαδικτυακής του δράσης, έτσι οι δραστηριότητες εντός του κυβερνοχώρου επηρεάζει την αντικειμενική πραγματικότητα με την παραγωγή κοινωνικών αποτελεσμάτων. Καλλιεργεί την απρόσωπη αναζήτηση ευχαρίστησης, με την απουσία της δέσμευσης, μην υπολογίζοντας τους άλλους ανθρώπους ως υποκείμενα. Έτσι εκθέτει τα άτομα στην ανήθικη-αδιάφορη συμπεριφορά ως προς τον συνάνθρωπο, τα οποία συνηθίζουν αυτόν τον τρόπο συμπεριφοράς προς τους άλλους και την εφαρμόζουν στην πραγματική ζωή.

Ο άνθρωπος επεκτείνεται και συμπληρώνεται από τον υπολογιστή του, το προσωπικό του τηλέφωνο, το τάμπλετ του. Μία νέα θεώρηση του ανθρωπίνου σώματος και των δυνατοτήτων αυτού, αφού τα εργαλεία γίνονται η επέκταση του ανθρώπου «human machine interaction». Συνεπώς περνάμε στην αναθεώρηση όσων ίσχυαν μέχρι τότε και σύμφωνα με τους O'Farrel και MaryAnn, η διαχείριση της σεξουαλικότητας και της ταυτότητας, η τεχνο-φιλοσοφική υπόσταση αυτής της δυνητικής παρουσίας του ατόμου, είναι νέα ερευνητικά ζητήματα.

Ο δυνητικός εαυτός χωρίζεται από τον δυνητικό άλλο απλουστευμένα σύμφωνα με τον White, ανάλογα με τον εκάστοτε άλλο με τον οποίο επικοινωνούμε. Ο Blackman υποστηρίζει πως κατασκευάζεται το δυνητικό υποκείμενο στο οποίο περιορίζονται οι παραδοσιακές αρχές για τον καθορισμό του υποκειμένου, όπως ο ρόλος του φύλου, της εθνότητας, της γεωγραφικής του θέσης, της ηλικίας του. Εφόσον οι παραδοσιακές αρχές παραμερίζονται και δεν έχουν τον πρωταρχικό ρόλο στην κοινωνικοποίηση του ατόμου στα πλαίσια του κυβερνοχώρου, τότε και το σώμα δεν έχει την ίδια σημασία ως προς την διαμόρφωση των σχέσεων.

Οι δυνατότητες που προσδίδει ο κόσμος του διαδικτύου και η επικοινωνία των ατόμων μέσα σε αυτό, έχουν ως αποτέλεσμα την κάλυψη ορισμένων παραδοσιακών αναγκών όπως η επικοινωνία, με νέους τρόπους. Σεξουαλικές ανάγκες καλύπτονται με το

cybersex και ιατρικά θέματα με τηλεδιασκέψεις. Εδώ τίθεται το ερώτημα κατά πόσο αυτά και άλλα που θα προκύψουν μέσα από την εξέλιξη της διαδικτυακής επικοινωνίας επαρκούν ώστε οι ανάγκες να καλύπτονται ουσιαστικά. Είναι γεγονός πως δεν υφίσταται διαδικτυακή εγγείριση, ούτε διαδικτυακή σεξουαλική πράξη. Ένας φίλος δεν μπορεί να αγκαλιάσει τον φίλο του σε μία άσχημη στιγμή του, ούτε να πανηγυρίσουν αγκαλιασμένοι για την νίκη μίας ομάδας.

Το βιολογικό εφόσον επιδέχεται προσαρμογές και προστίθενται μη ανθρώπινα εξαρτήματα και μετατρέπομαστε σε λιγότερο φυσικούς ανθρώπους σύμφωνα με τον Bionica, ο οποίος αναπτύσσει στο δίλημμα του Cyborg. Όσο περισσότερο χρησιμοποιούμε τα εξαρτήματα της τεχνολογίας στις καθημερινές μας δραστηριότητες και ειδικά στο κομμάτι της επικοινωνίας, τόσο περισσότερο μας γίνονται πιο «φυσικά» και αντιστοίχως γινόμαστε εμείς πιο τεχνητοί. Προχωράμε ολοένα και περισσότερο σε μία διαλεκτική πορεία φυσικής και τεχνητής ύπαρξης. Νέες επικοινωνιακές τεχνικές που συνεχώς εξελίσσονται, εις βάρος της βιολογικής μας υπόστασης. Περνάμε σε νέες μορφές κοινωνικής οργάνωσης, για τις οποίες δεν είναι δυνατόν να γνωρίζουμε σήμερα την εξέλιξη που θα έχουν τα επόμενα χρόνια, διότι κανείς δεν μπορεί να προβλέψει που θα οδηγήσει η εξέλιξη και τι νέες δυνατότητες θα έχει στην κατοχή του ο άνθρωπος. Οι νέες μορφές κοινοτήτων που συγκροτούνται είναι οι δυνητικές.

Τα άτομα που απαρτίζουν μία δυνητική κοινότητα έχουν και την αίσθηση της ελευθερίας, την απαλλαγή από χωρικά και χρονικά όρια, και η ύπαρξη τους δεν προϋποθέτει προσωπικές σχέσεις εκτός διαδικτυακού πλαισίου. Η κοινωνιολογία του σώματος ενδιαφέρεται για τον ρόλο που διαδραματίζει το σώμα στις δυνητικές κοινότητες. Το κάθε άτομο ξεχωριστά που συμμετέχει σε μία δυνητική κοινότητα φτιάχνει ένα δικό του δυνητικό σώμα. Εδώ γεννάται το ερώτημα εάν ολόκληρο το υποκείμενο δυνητικοποιείται. Το μεθοδολογικό εργαλείο είναι η έννοια της σωματοποίησης και πώς οι χρήστες αναδιαμορφώνουν την σχέση με το σώμα τους μέσω των διαδικτυακών τους επαφών. Ένας σύγχρονος τρόπος αντίληψης του εαυτού και πολλά νέα ερωτήματα που προκύπτουν από την αυξανόμενη δυνητικοποίηση. Η συμπεριφορά των δυνητικών σωμάτων πως διαμορφώνεται, και ποια τα κοινά χαρακτηριστικά μεταξύ τους, σε ποια σημεία εντοπίζουμε αποκλείσεις, και άλλα, ανήκουν επίσης στο ερευνητικό πεδίο των κοινωνικών επιστημών.

Κεφάλαιο 3 Θετικά αποτελέσματα από την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης

3.1 Η εποχή του διαδικτύου

Τα ηλεκτρονικά καταστήματα συνεχώς κερδίζουν έδαφος αφού όλο και περισσότεροι άνθρωποι αναζητούν σε εμπορικές ιστοσελίδες προϊόντα όλων των ειδών και αντιστοίχως πολλοί έμποροι διατηρούν ηλεκτρονικά καταστήματα. Επιπλέον, γίνονται και παροχές υπηρεσιών διαδικτυακά. Οποιαδήποτε χρονική στιγμή ο καταναλωτής μπορεί να αναζητήσει το αντικείμενο ή την υπηρεσία που επιθυμεί να χρησιμοποιήσει χωρίς να τον περιορίζουν ωράρια καθώς επίσης κερδίζει χρόνο βλέποντας την διαθεσιμότητα με ένα

απλό πάτημα ενός κουμπιού στο πληκτρολόγιο του υπολογιστή, του κινητού ή του τάμπλετ. Επιπλέον, ενισχύονται συνεχώς οι ηλεκτρονικές συσκευές που χρησιμοποιούνται για την επικοινωνία με εξαρτήματα, όπως τα νέα ασύρματα ποντίκια⁷, αλλά και διακοσμητικού περιεχομένου, όπως οι θήκες των κινητών τηλεφώνων σε διάφορα χρώματα και σχέδια, οι οποίες επιπλέον, τα προφυλάσσουν έτσι ώστε να διατηρηθούν καλύτερα.

Τα ηλεκτρονικά προϊόντα που σχετίζονται με το διαδίκτυο τοποθετούνται στην λίστα των βασικών αναγκών ενός νοικοκυριού κι ένα χρηματικό ποσό είναι διαθέσιμο για την αγορά ή την βελτίωσή τους. Οι τεχνικοί υπολογιστών και οι προγραμματιστές, ανήκουν στα νεοσύστατα επαγγέλματα που σχετίζονται άμεσα με το διαδίκτυο και τις υπηρεσίες που προσφέρει. Αρκετές θέσεις εργασίας υπάρχουν στις τηλεπικοινωνίες, όπου οι διάφορες εταιρείες ανταγωνίζονται η μία την άλλη σε παροχές που στηρίζονται στο διαδίκτυο, όπως η γρήγορη εγκατάσταση και ενεργοποίηση εφαρμογών. Διαφημιστικές εταιρείες ασχολούνται με ηλεκτρονικά ήδη που συνδέονται με το διαδίκτυο σε πολύ μεγάλο βαθμό. Στην οικονομία γενικότερα παίζει ρόλο το διαδίκτυο.

3.2 Η ταχύτητα του διαδικτύου

Το 1948 το αμερικανικό τηλεοπτικό δίκτυο ABC άρχισε να εκπέμπει. Μέχρι τότε λειτουργούσαν ήδη άλλα δύο δίκτυα εθνικής εμβέλειας. Δηλαδή τα τρία τηλεοπτικά δίκτυα των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής που εκπέμπουν από τότε όλο το εικοσιτετράωρο, για εξήντα πέντε χρόνια, έχουν συνολικά 1.681.920 τηλεοπτικές ώρες. Στο Youtube σε μία μόλις ημέρα μεταφορτώνονται βίντεο για 9000 ώρες, που σημαίνει ότι σε πέντε μόλις μήνες έχουμε 1.681.920 ώρες μετάδοσης, δηλαδή το αποτέλεσμα εξήντα πέντε χρόνων των πέντε τηλεοπτικών σταθμών. Από τις προβολές του YouTube, ένα μεγάλο ποσοστό της τάξεως του 88% από το υλικό είναι παρμένο από την τηλεόραση και έχει ήδη προβληθεί εκεί. Αυτό σημαίνει ότι η απήχηση του YouTube είναι πολύ μεγαλύτερη.

⁷ Συσκευή εισόδου υπολογιστών και τάμπλετ

Οι χρήστες του ραδιοφώνου έφτασαν τα πενήντα εκατομμύρια σε τριάντα οκτώ έτη και της τηλεόρασης σε δεκατρία. Οι χρήστες του Facebook σε λιγότερο από έναν χρόνο ξεπέρασαν τα διακόσια εκατομμύρια. Ερχόμενοι στο έτος 2019, μπορούμε να προσθέσουμε πως ο αριθμός των χρηστών του Facebook έχει ξεπεράσει τον πληθυσμό της Κίνας, της μεγαλύτερης χώρας του κόσμου.

Διάσημα πρόσωπα, καλλιτέχνες και προσωπικότητες διεθνούς φήμης που έχουν προφίλ στο Twitter, ακολουθούνται από εκατομμύρια χρήστες ξεπερνώντας σε αριθμό τον πληθυσμό της Ελλάδας.

Για την πρόσληψη υπαλλήλων οι εταιρείες στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε ποσοστό 80%. Η προσθήκη του επιστημονικού πεδίου, «socialnomics», που έχει ως αντικείμενο την μελέτη του τρόπου με τον οποίο τα social media επιδρούν και αλλάζουν τις κινήσεις των επιχειρήσεων, μας δείχνει την τεράστια δύναμη που έχουν αποκτήσει.

Ο κυβερνοχώρος είναι δυσπόστατος, διότι διαθέτει και συμβολική και υλική υπόσταση. Από τα κοινωνικά γεγονότα του Emile Durkheim, περνάμε στην αίσθηση της κοινωνικής γεγονότητας, τα βιώματα του πολιτισμού και την δυνητικοποίηση. Επομένως, οι Καρτεσιανοί δυισμοί όπως συλλογικό-ατομικό, είναι χρήσιμοι στο να γίνεται αντιληπτή η πολύπλοκη φύση της δυνητικότητας. Άλλωστε ο κυβερνοχώρος παράγει συνεχώς πολυπλοκότητα και νέες μορφές υλισμού. Η αρχή της «μη αυτονομίας του δυνητικού», μας αναλύει αυτήν την σύνδεση της καθημερινότητας και τις γόνιμες επεκτάσεις αυτής στην ζωή μας. Η Donna Haraway υποστηρίζει πως η επιστήμη της κοινωνιολογίας και συγκεκριμένα η κοινωνιολογία του κυβερνοχώρου είναι απαραίτητο να βάλει στο μικροσκόπιο το δυνητικό σώμα, δηλαδή τις υβριδικές ετερογενέσεις που προκύπτουν από τις αλληλεπιδράσεις της πραγματικότητας με την δυνητική πραγματικότητα, και κυρίως την μελέτη της εποικοδομητικής θεωρητικοποίησης της μετα-ανθρωπινότητας και των όψεων της εμπειρίας της τεχνο-πολιτισμικής σωματοποίησης.

Ο Γιάννης Σκαρπέλος παρατηρεί πως ο κυβερνοχώρος στήνεται ως αράχθειον, και εξηγεί πως πίσω από τον κυβερνοχώρο βρίσκεται μία αλήθεια αρκετά καλυμμένη και ο κυβερνοχώρος είναι το προσωπείο της. Ο ψηφιακός κόσμος συνδέεται με την απόπειρα πολιτικής χειραφέτησης. Σε έναν κόσμο όπου η κατανομή πλούτου και εξουσίας είναι

άνισες, έρχεται ο κυβερνοχώρος να δώσει ελευθερία και να παρέχει στα άτομα πρόσβαση στην γνώση, την επικοινωνία, την έκφραση.

Οι ρυθμοί της ζωής και καθημερινός αγώνας της επιβίωσης και οι μηχανισμοί αυτοελέγχου, αποτρέπουν τα άτομα από τα πολλαπλά είδωλα και τις ενορμήσεις τους. Στον κυβερνοχώρο, οι ευκαιρίες για την πολλαπλότητα μίας ανθρώπινης ύπαρξης στο πως παρουσιάζει τον εαυτό είναι αρκετές. Η φυσική καθημερινότητα μπορεί να αποσιωπηθεί ή να αλλοιωθεί. Το άτομο νοιώθει απελευθερωμένο, και με την ανωνυμία που συντελεί στον ρόλο που διαλέγει, παρουσιάζεται όπως επιθυμεί. Η Wallace ασχολήθηκε με την διαχείριση του εαυτού στον κυβερνοχώρο και συμπεραίνει πως υπάρχουν περιβάλλοντα τα οποία, ο εαυτός του φυσικού μας περιβάλλοντος παρουσιάζεται και στο δυνητικό περιβάλλον διότι, μπαίνει το στοιχείο της εξοικείωσης. Η προτροπή ενός νέου μέλους στα δωμάτια συζήτησης να μιλήσει για τον εαυτό του, τα ενδιαφέροντα και τις ασχολίες του είναι συχνή. Με αυτόν τον τρόπο, τα μέλη της συζήτησης γνωρίζουν αυτό το νέο μέλος.

Όσων αφορά τα εξωτερικά χαρακτηριστικά του ατόμου, τα οποία μπορεί να μην παρουσιαστούν όπως ακριβώς είναι στο φυσικό περιβάλλον, και η εικόνα που παρουσιάζεται να είναι η επιθυμητή εικόνα του εαυτού. Είναι σημαντικό να το δούμε γιατί έτσι αντιλαμβανόμαστε τις αντιλήψεις που έχει το συγκεκριμένο άτομο για τα εξωτερικά χαρακτηριστικά ή και τι αντίδραση αναμένει βάσει των χαρακτηριστικών αυτών από το όποιο περιβάλλον. Αναφερόμαστε στις άρρητες θεωρίες της προσωπικότητας που είναι γενικές πεποιθήσεις, οι οποίες καλλιεργούνται στα άτομα και όπου ένα εξωτερικό γνώρισμα κατευθύνει τα άτομα προς ένα συμπέρασμα.

Ένας παράγοντας που ενισχύει την κοινωνικοποίηση με την βοήθεια του διαδικτύου, είναι η συνεργασία των μελών μίας ομάδας διαδικτυακής ή ακόμη περισσότερων ομάδων. Οι εμπειρίες σε οποιοδήποτε ζήτημα, η ανταλλαγή απόψεων και πληροφοριών στους γρήγορους ρυθμούς του διαδικτύου και ενημερώνουν τα άτομα που συνομιλούν μεταξύ τους αλλά και γνωρίζουν πτυχές το κάθε ατόμου ξεχωριστά. Η ανάγκη του ανήκειν σε μία κοινότητα, σύμφωνα με την McKenna καλύπτεται γιατί υπάρχουν κοινοί στόχοι με τα υπόλοιπα μέλη της κοινότητας και υπάρχει η αίσθηση της αλληλεγγύης.

Οι κινδυνολόγοι των τεχνολογιών κρίνουν συνήθως χωρίς οι ίδιοι να εντρυφήσουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Με την ασφάλεια της απόστασης ασκούν κριτική, η

οποία βασίζεται στο δικό τους ηθικοθρησκευτικό σύστημα αξιών και απορρίπτει οτιδήποτε προέρχεται από την τεχνολογία. Είναι οι δικές τους ανησυχίες και φοβίες που προβάλλονται στις συνειδήσεις των υπολοίπων. Δηλαδή, η ίδια η προκατάληψη ως προς την τεχνολογία με όσα αυτή επιφέρει, είναι το κλειδί για να αντιληφθούμε γιατί εντοπίζουν κυρίως προβλήματα με την χρήση του διαδικτύου και προσπερνούν σχετικά γρήγορα όλες τις διευκολύνσεις που το διαδίκτυο παρέχει.

Ένα επιχείρημα που συναντούμε συχνά αφορά την μονοδιάστατη κατεύθυνση που δίνει το διαδίκτυο στους χρήστες. Εξαιρετικά απλοϊκό επιχείρημα, διότι ο κάθε χρήστης που έχει υπολογιστή ή και άλλες συσκευές είναι ταυτόχρονα συνδεδεμένος στο διαδίκτυο και λειτουργεί τόσο σαν πομπός, όσο και σαν δέκτης. Επιπλέον μιλάμε μία παγκόσμια διάσταση, οπότε η ετερογένεια είναι δεδομένη και αυτομάτως αποκλείεται μία μονοδιάστατη κατεύθυνση αφού και ο χρήστης έχει λόγο αλλά και το εύρος των χρηστών είναι τεράστιο.

Οι πολιτισμικές ιδέες και η χρήση αυτών είναι το εναρκτήριο σημείο των νέων τεχνολογιών. Δημιουργούνται συνεχώς νέα δεδομένα, τα οποία έχουν στόχο να εξυπηρετήσουν έναν σκοπό. Αναφερόμαστε στην πολιτισμικοθεωρητική αιτιοκρατία, η οποία υποστηρίζει πως οι κοινωνικές δυνατότητες μίας νέας τεχνολογίας έπονται των πολιτισμικών ιδεών. Τις ρίζες αυτής της αντίληψης τις συναντούμε στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής, την δεκαετία του 1960, με το κίνημα της κυβερνοπάνκ.

Το ανθρωπιστικό πλαίσιο στο οποίο οργανώνονται οι εμπειρίες μας θεωρείται αξιοκρατικό. Με την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης τόσο οι κοινωνικά προνομιούχοι, όσοι και οι κοινωνικά αποκλεισμένοι, έχουν τις ίδιες ευκαιρίες ενημέρωσης, συμμετοχής σε δραστηριότητες και προπάντων δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας.

Με το διευρυμένο λεξιλόγιο και τις νέες μεθόδους έρευνας που εισέβαλλαν στο πεδίο της κοινωνιολογίας προκειμένου να διερευνηθεί επαρκώς η διαμεσολαβημένη επικοινωνία, έχουμε μεγάλες αλλαγές στα ίδια τα πρότυπα ανάλυσης των κοινωνικών επιστημών. Είναι λοιπόν απαραίτητο επαναπροσδιορισμού της κοινωνιολογικής παλέτας με νέο στοιχείο το διαδίκτυο.

3.3 Manuel Castells, Jeremy Rifkin, Bettina Heintz, Christoph Muller, Marc Smith, Quentin Jones

3.3.1 Manuel Castells. Ο Manuel Castells κάνει λόγο για την παγκόσμια κουλτούρα της πραγματικής δυνητικότητας. Η κουλτούρα είναι και πραγματική και δυνητική. Κατασκευάζεται από την διαδικτυακή επικοινωνία, άρα είναι πραγματική. Ο Castells υποστηρίζει πως η δυνητικότητα είναι η υλική βάση που στηρίζομενοι σε αυτήν βιώνουμε την ύπαρξή μας. Χρησιμοποιούμε το διαδίκτυο για ποικίλους λόγους, χρήσιμους στην καθημερινότητά μας, επικοινωνούμε και ενημερωνόμαστε, διαμορφώνουμε γνώμες, μετέχουμε στο πολιτικό γίγνεσθαι.

Η κουλτούρα αυτή, η διαδικτυακή, η οποία δεν αναστρέφεται ούτε ελέγχεται, ούτε προβλέπεται κι αυτό σε παγκόσμιους ρυθμούς. Συζητούμε λοιπόν, για μία διαδικασία παγκοσμιοποίησης με τα παραπάνω χαρακτηριστικά. Στο διαδίκτυο, το άτομο μπορεί να υπάρξει σε μία διαδραστική και αμφίδρομη σχέση χωρίς να εμποδίζεται από την τοποθεσία

του. Επιπλέον, τα άτομα που απαρτίζουν την δυνητική συνεργάζονται για να δημιουργήσουν συλλογικότητες. Δηλαδή, μπορούμε να πούμε πως το άτομο του κυβερνοχώρου κατασκευάζουν την πραγματικότητα τους, κατασκευάζοντας κοινωνία και εαυτό, αναζητώντας τον ιστότοπο και τα άτομα που ταιριάζουν στην δική του ιδιοσυγκρασία. Επομένως, το διαδίκτυο συμβάλλει στην κοινωνικοποίηση.

3.3.2 Jeremy Rifkin. Ο Αμερικανός κοινωνιολόγος Jeremy Rifkin αναφέρεται στην ψηφιακή οικονομία, όπου είναι ρυθμοί είναι τόσο γρήγοροι που η πρόσβαση είναι αυτόματη, το ίδιο και οι συναλλαγές. Μιλάει για την αλλαγή στα δεδομένα του εμπορίου από την παραγωγική, στην αγοραία προοπτική.

3.3.3 Bettina Heintz- Christoph Muller. Η εμπειρική έρευνα της Bettina Heintz και του Christoph Muller «ο κοινωνικός κόσμος του διαδικτύου», αφορά την ενσωμάτωση του ψηφιακού κόσμου στην κοινωνία. Είναι ένα συνεχώς εξελισσόμενο φαινόμενο και εξαρτάται από την ένταση των πραγματοποιημένων σχέσεων. Οι ερευνητές διακρίνουν τρεις ιδεοτύπους. Αδύναμη συνάφεια διάδρασης παρουσιάζουν οι διπλευρικές επαφές, οι οποίοι γνωρίζονται από ελάχιστα έως καθόλου και ονομάζονται προσωπικές κοινότητες.

Υψηλότερη πυκνότητα από τις personal communities εντοπίζουμε στα group communities (ομαδικές κοινότητες), όπου γνωρίζονται μεταξύ τους και οι επαφές τους έχουν σταθερό χαρακτήρα. Ακόμα πιο πολύπλοκα δίκτυα σχέσεων είναι τα Gruppen, οι ομάδες, στις οποίες στα μέλη τους επικρατεί το αίσθημα του ανήκειν, είτε έχουν κάποιον κοινό σκοπό, είτε έχουν κοινά χαρακτηριστικά τα οποία τους προσδιορίζουν και τους διαφοροποιούν από τους υπολοίπους. Ανάλογα με την πυκνότητα και το μέγεθος των δικτύων, οι χρήστες αναπτύσσουν σχέσεις μεταξύ τους, όμως οι σχέσεις αυτές δεν είναι απαραίτητα γέννημα του διαδικτύου. Αποκλειστικά εικονικές σχέσεις δημιουργούνται σε μικρό ποσοστό της τάξεως του 24%, εξίσου και αποκλειστικά πραγματικές χωρίς την εμπλοκή του κυβερνοχώρου σε ποσοστό της τάξεως του 26%.

Η αμοιβαιότητα του κυβερνοχώρου με την πραγματικό κόσμο έχει πλέον εδραιωθεί. Άνθρωποι που γνωρίζονται μεταξύ τους επικοινωνούν εξίσου και διαδικτυακά και νέες γνωριμίες από τον ψηφιακό κόσμο μπαίνουν στην προσωπική ατζέντα.

3.3.4 Marc Smith. Ο Αμερικανός κοινωνιολόγος Marc Smith διατύπωση την «θεωρία των συλλογικών αγαθών». Δίνεται έμφαση στην ατομική δράση, τις ορθολογικές αποφάσεις του δρώντος υποκειμένου με γνώμονα την προσωπική του ωφελιμότητα. Ο

Smith ασχολήθηκε με την εικονική κοινότητα WELL (Whole Earth Electronic Link) του Howard Rheingold, η οποία ιδρύθηκε το 1986 από την εταιρεία Point Foundation.

Η πρόσβαση στο WELL έχει αντίτιμο δύο δολαρίων ανά ώρα. Ο Smith επέλεξε με την μέθοδο της συμμετοχικής παρατήρησης να ερευνήσει το WELL για τα πρωτοπόρα σχεδιάσματα στον εικονικό χώρο και αποτελεί μία αφιετηρία γνώσεων και συμπερασμάτων. Σε αντίθεση με την αλληλόδραση πρόσωπο με πρόσωπο, το WELL παράγει ένα διαρκές τεχνούργημα, και τα πολλά τεχνουργήματα αποκτούν δημόσιο χαρακτήρα. Ο Smith αντέγραψε στα δικά του αρχεία διάφορες συνομιλίες από το WELL, και κατέληξε στο συμπέρασμα ότι πολλοί άνθρωποι χρησιμοποιούν με ωφέλιμο τρόπο για τους ίδιους και διαμορφώνουν έτσι τα προσωπικά τους δίκτυα.

Ο Smith γράφει πως οι εικονικοί χώροι αλλάζουν τον τρόπο με τον οποίο επικοινωνούν τα άτομα μεταξύ τους. Οι αλλαγές αυτές έχουν ως αποτέλεσμα την αναπροσαρμογή των μέχρι πρότινος κοινωνικών διαδικασιών στο εικονικό περιβάλλον, το οποίο συνεχώς κερδίζει έδαφος. Σε γενικές γραμμές, η εργασία του Smith, μας δείχνει την συνάφεια της πραγματικής ζωής με τον ψηφιακό κόσμο και διάφορες προσαρμοστικές – εκσυγχρονιστικές αλλαγές που πραγματοποιούνται έτσι ώστε η εικονική κοινότητα να λειτουργεί σε συνάφεια με το φυσικό περιβάλλον.

Οι εικονικές κοινότητες προσφέρουν τρία συλλογικά αγαθά. Η κοινωνική ενσωμάτωση που δημιουργεί περιεκτικές και ειδικευμένες κοινότητες, φέροντας άτομα με κοινά χαρακτηριστικά σε επαφή και αναπτύσσεται το αίσθημα του ανήκειν. Το κοινωνικό κεφάλαιο που διευρύνει τον κύκλο των ατόμων με επιλεκτική ενσωμάτωση νέων προσώπων σε αντίθεση με το περιβάλλον εκτός κυβερνοχώρου. Το γνωσιακό κεφάλαιο που προσφέρει πληροφορίες και ανταλλαγή απόψεων σε συλλογικό επίπεδο μέσω της αλληλόδρασης.

Ένα ζήτημα που απασχόλησε τον Smith είναι να εντοπίσει τα χαρακτηριστικά των επιτυχημένων εικονικών κοινοτήτων. Ο συντονισμός της συλλογικής δράσης παίζει καθοριστικό ρόλο. Η διαχείριση και ο έλεγχος της ατομικής συμπεριφοράς και οι μηχανισμοί εποπτείας που διασφαλίζουν την αρμονία μεταξύ των μελών της κοινότητας που διατυπώνουν ενστάσεις προς την συλλογική ορθολογικότητα. Εάν κάποιο μέλος παραβεί τους κανόνες του επιβάλλονται ορισμένες κυρώσεις. Οι κυρώσεις αυτές γνωστοποιούνται στα μέλη κι έτσι γνωρίζουν ότι μία αποκλίνουσα διαδικτυακή τους

συμπεριφορά, θα τις επιφέρει. Επίσης, η κατανομή των συλλογικών αγαθών που παράγονται από την κοινότητα, πρέπει να γίνεται προς όλα τα μέλη της χωρίς να εξαιρούνται κάποια από αυτά. Κατά αυτόν τον τρόπο, έχουμε μία διαδικτυακή αλληλεγγύη.

3.3.5 Quentin Jones. Δύο απόψεις επικρατούν από την ενασχόληση των κοινωνιολόγων και των ψυχολόγων με τις εικονικές κοινότητες. Η πρώτη άποψη μιλάει για τις παραλλαγμένες μορφές των κοινωνικών ομάδων, όπου η επικοινωνία τους στηρίζεται στην διαμεσολάβηση του υπολογιστή, και κάθε μορφής ηλεκτρονικής επικοινωνίας. Η δεύτερη άποψη αναφέρεται σε νέες μορφές κοινοτήτων που δημιουργούνται αποκλειστικά από τον κυβερνοχώρο και υπάρχουν επειδή υπάρχει ο κυβερνοχώρος. Το συμπέρασμα του Quentin Jones από την μελέτη της σχέσης των νέων τεχνολογιών και της online συμπεριφοράς των ατόμων, είναι ότι οι δύο διατυπωμένες απόψεις δεν επαρκούν για να κατανοήσουμε τις εικονικές κοινότητες. Κάνει λόγο για πραγματικά κοινωνικά φαινόμενα και εισάγει τον διαχωρισμό των εικονικών κοινοτήτων και των εικονικών οικισμών. Σύμφωνα με τον Jones, για να την αναγνώριση μίας εικονικής κοινότητας ως τέτοια, θα πρέπει ο εικονικός οικισμός που διαθέτει να πληροί κάποιες προδιαγραφές.

Το πρώτο στοιχείο είναι ο βαθμός διαδραστικότητας μεταξύ των μελών. Ο Jones μας φέρει το παράδειγμα του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, όπου οι συνδρομητές λαμβάνουν πληροφορίες αλλά δεν διεξάγονται διαδραστικές συζητήσεις, δεν μπορούμε να μιλάμε για εικονική κοινότητα.

Το δεύτερο στοιχείο είναι το εύρος των επικοινωνούντων. Η απαραίτητη προϋπόθεση σύμφωνα με τον Jones, σε μία κοινότητα ανθρώπων πρέπει να υπάρχουν τουλάχιστον δύο επικοινωνητές. Δηλαδή εάν κάποιος παίζει παιχνίδια για παράδειγμα, δεν υπάρχει αλληλόδραση.

Το τρίτο στοιχείο είναι ο κοινός δημόσιος χώρος. Μία ομάδα ανθρώπων εκτός κυβερνοχώρου έχει κάποιο ή κάποια σημεία συνάντησης. Το ίδιο ισχύει και για τις ομάδες του κυβερνοχώρου, ένας κοινός χώρος, όπου θα αναπτυχθεί ένας ειδικευμένος γλωσσικός κώδικας επικοινωνίας και ένα κοινό σύστημα συμβόλων που θα οδηγήσει σταδιακά στα χαρακτηριστικά της ομάδας που θα της δώσουν το ξεχωριστό της στίγμα. Δεν πρέπει να παραλειφθεί το γεγονός ότι πολλές διαδικτυακές ομάδες οργανώνουν συγκεντρώσεις όπου

τα μέλη τους συναντούνται εκτός διαδικτύου και γνωρίζονται μεταξύ τους. Οι μαζικές αποστολές ηλεκτρονικών μηνυμάτων δεν μπορούν να θεωρηθούν ότι εικονικές κοινότητες και λόγω έλλειψης κοινού δημόσιου χώρου. Το WELL όμως μπορεί να θεωρηθεί κυβερνο-οικισμός, αφού, περιέχει πολλές εικονικές κοινότητες όπως αναφέρει ο Jones.

Το τέταρτο στοιχείο είναι το ελάχιστο επίπεδο εγγυημένης συμμετοχής. Δηλαδή, η ύπαρξη ενός κοινοτικού ιστού συνοχής. Η ανεξέλεγκτη εισροή νέων μελών σε μία ομάδα, καθιστά δύσκολη την αφομοίωσή τους, και σε συνδυασμό με την αποχώρηση μελών, καθιστά μία σχετική αστάθεια στο πόσα και ποια μέλη απαρτίζουν την ομάδα. Οπότε πρέπει να υπάρχει μία σταθερότητα, όχι σε απόλυτο μαθηματικό αριθμό, αλλά να μην υπερβαίνουν τα όρια. Εάν έχει αποφασιστεί μέσα σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα να δέχονται δέκα νέα μέλη και αντί για δέκα δεχθούν δώδεκα δεν θα υπάρχει θεωρητικά κάποιο ζήτημα.

Ο Jones καταφέρνει να διαφοροποιήσει τις εικονικές κοινότητες από τις άλλες μορφές διαδικτυακής επικοινωνίας. Η παθητική κατανάλωση πληροφοριών, η αποστολή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, η περιστασιακή επαφή και η απουσία ενός χώρου όπου μέλη ομάδας έρχονται σε επαφή δεν ανήκουν στις εικονικές κοινότητες. Δεσμεύει δηλαδή εννοιολογικά και πραγματολογικά πτυχή της επικοινωνίας του κυβερνοχώρου και αναφέρεται στην κοινωνική αλλαγή με θετικό πρόσημο, με την τεχνολογική δυνατότητα εξάπλωσης της διανθρώπινης επικοινωνίας.

Όπως ο αρχαιολόγος που αναζητά ευρήματα που ανήκουν σε άλλες περιόδους και αποτελούν πολιτιστικές αναφορές, έτσι και ο ερευνητής του διαδικτύου, αναζητά υλικές αποδείξεις οργάνωσης της ανθρώπινης συμβίωσης, μας λέει ο Jones. Ονομάζει αυτήν την μεθοδολογική προσέγγιση κυβερνο-αρχαιολογία και την ορίζει ως την συστηματική εξέταση του κυβερνοχώρου στο βαθμό που το διαδικτυακό υλικό επηρεάζει την συμπεριφορά των ατόμων όταν είναι συνδεδεμένοι σε αυτό. Η τεχνολογική αιτιοκρατία παραμερίζεται και έρχεται στο προσκήνιο η συλλογή εμπειρικών στοιχείων για τους εικονικούς οικισμούς, όπου μέσα σε αυτούς υπάρχουν οι εικονικές κοινότητες.

3.4 Τα οφέλη των διαδικτυακών σχέσεων

Ο κάθε χρήστης εισερχόμενος σε ένα διαδικτυακό περιβάλλον, έχει το πλεονέκτημα να εντοπίσει άτομα τα οποία είτε έχουν κοινά χαρακτηριστικά μαζί του, είτε διαθέτουν κάποια στοιχεία τα οποία είναι ενδιαφέροντα στον χρήστη, και μέσω των αλληλεπιδράσεων γίνεται απόπειρα να συνάψει κάποια σχέση μαζί τους. Η διαπροσωπική έλξη πηγάζει από την συμπάθεια και την αμοιβαιότητα που γεννάται από τις αλληλεπιδράσεις και οδηγεί στην σύναψη σχέσης.

Πολλοί άνθρωποι έχουν την ανάγκη να έρθουν σε επαφή με άλλους ανθρώπους που δεν έχουν την ευκαιρία στο φυσικό περιβάλλον, οι οποίοι έχουν μία ιδιότητα που τους ενδιαφέρει. Δύο ή περισσότερα άτομα διαφορετικής κοινωνικής τάξης, να βρεθούν στην ίδια διαδικτυακή ομάδα και να ανακαλύψουν κοινά στοιχεία, τα οποία θα τους φέρουν σε επαφή ακόμη και σε φυσικό περιβάλλον. Επιπλέον, άτομα τα οποία μένουν στην ίδια περιοχή, έχουν κοινούς γνωστούς, αλλά δεν έχουν γνωριστεί ποτέ, μέσα από κοινούς διαδικτυακούς φίλους έρχονται σε επαφή στα πλαίσια του κυβερνοχώρου και ουσιαστικά «ανακαλύπτουν το ένα το άλλο». Ο τραγουδιστής Χάρης Βαρθακούρης, γιος του τραγουδιστή Γιάννη Πάριου, έχει δηλώσει σε συνέντευξή του ότι την σύζυγό του την γνώρισε από το Facebook, γνωριμία που οδηγήθηκε τελικά σε γάμο.

Για την ανάπτυξη μίας διαδικτυακής σχέσης δεν απαιτείται κατασπατάληση φυσικών πόρων, οπότε τα άτομα δεν αισθάνονται την πίεση στο να ανταποκριθούν σε κάποιο κόστος. Το άγχος του ατόμου για την εικόνα του είναι ασφαλώς λιγότερο αφού

μπορεί να ελέγξει πότε τα άτομα επικοινωνούν μαζί του θα μπορούν να το δουν από την κάμερα και πότε δεν θα το βλέπουν.

Άλλος ένας σύμμαχος των διαδικτυακών σχέσεων είναι και ο χρόνος. Σε μία φιλική σχέση που αναπτύσσεται στο διαδίκτυο από δύο ενήλικες οι οποίοι έχουν πολλές υποχρεώσεις να εκπληρώνουν καθημερινά και είναι αρκετά δύσκολο να σπαταλούν χρόνο ακόμα και για μία έξοδο, τους δίνεται μία λύση. Για παράδειγμα, δύο εργαζόμενες σύζυγοι και μητέρες, που νοιώθουν την ανάγκη να μοιράζονται το άγχος και τα μικρά προβλήματα της καθημερινότητας καθώς και να ανταλλάσουν συμβουλές η μία με την άλλη επικοινωνούν με ευκολία μέσω διαδικτύου. Χρειάζονται η μία την άλλη διότι έχουν κοινά ζητήματα που τις απασχολούν και θέματα προς συζήτηση, όμως ο χρόνος τους είναι περιορισμένος. Στο διαδίκτυο μπορούν να συνδεθούν ανά πάσα στιγμή κατά την διάρκεια της ημέρας, χωρίς να φύγουν από το σπίτι τους, καθώς ασχολούνται με οικιακές εργασίες. Μπορούν να συνδεθούν στο διαδίκτυο και να συνομιλήσουν την νύχτα όπου τα υπόλοιπα μέλη της οικογένειας τους ξεκουράζονται και να χρησιμοποιήσουν αθόρυβα το πληκτρολόγιο της ηλεκτρονικής τους συσκευής χωρίς να ενοχλήσουν τα μέλη που ξεκουράζονται.

3.5 Τρόποι προστασίας των χρηστών

Με τα προγράμματα antivirus που έχουν οι χρήστες την δυνατότητα να εγκαταστήσουν μπορούν να προστατευτούν από τα διάφορα είδη ιών που κυκλοφορούν στο διαδίκτυο, διότι σε κάθε επανεκκίνηση που πραγματοποιείται στην συσκευή, τα λογισμικά αυτά εντοπίζουν και απομακρύνουν όλους τους ιούς που ενδέχεται να εισβάλουν. Επίσης, η εγκατάσταση τοίχων προστασίας, το γνωστό firewall, είναι λογισμικό που σχηματίζει ένα φράγμα με στόχο να φιλτράρονται τα δεδομένα της συσκευής και αποτρέπονται οι διαρροές στοιχείων.

Σε περιπτώσεις πλαστοπροσωπίας ή παραβίασης προσωπικών δεδομένων, ο χρήστης μπορεί να απευθυνθεί στην Διεύθυνση Δίωξης Ηλεκτρονικού Εγκλήματος, η οποία διαθέτει πέντε αρμόδια τμήματα για κάθε περίπτωση.

Στον τομέα της ιατρικής, έχουμε την τηλεϊατρική, δηλαδή την παροχή υπηρεσιών υγείας από τους αρμόδιους με στόχο την πρόληψη ασθενειών, την διάγνωση αλλά και την θεραπεία. Αναπτύσσονται δίκτυα και υπηρεσίες τηλεδιάσκεψης, υπηρεσίες τηλεσυμβουλευτικής.

Η ηλεκτρονική διακυβέρνηση (e-government), είναι ο μετασχηματισμός διαδικασιών, οργανωτικών δομών και στόχος των δημοσίων οργανισμών και η επικοινωνία των οργανισμών αυτών διαμέσου της Τεχνολογίας της Πληροφορικής και των Επικοινωνιών (Τ.Π.Ε.). Επιτυγχάνεται η μείωση των δημοσίων δαπανών αφού μειώνεται η γραφειοκρατία.

3.6 Ένας ψηφιακός κόσμος

Η Σέρι Τερκλ⁸ κάνει λόγο για μετάβαση από μία κουλτούρα προς μία κουλτούρα της προσομοίωσης. Σε αυτό το σημείο γεννάται το ερώτημα στο πως συνδέεται αυτή η νεοσύστατη κουλτούρα με την καθημερινότητα των ανθρώπων και πως εν τέλει επηρεάζει τον πολιτισμό. Έχει δημιουργηθεί ένας νέος κόσμος, ένας κόσμος ψηφιακός, ένας κόσμος πραγματικής δυνητικότητας. Εάν όμως παρατηρήσουμε την ίδια την καθημερινότητα, θα συνειδητοποιήσουμε ότι η ψηφιακή πραγματικότητα εμπλέκεται παντού. Ενημερωνόμαστε διαδικτυακά, πληρώνουμε τους λογαριασμούς μας με τον ίδιο τρόπο, επικοινωνούμε μεταξύ μας ψηφιακά. Επομένως, πρόκειται για μία σχέση της κουλτούρας της προσομοίωσης με την καθημερινότητα στηριγμένη στην ίδια αφετηρία, της εξέλιξης της κοινωνίας.

Ο ψηφιακός κόσμος, μας έχει γίνει οικείος σε τέτοιο βαθμό, ώστε η έλλειψη του θα μπορούσε κάλλιστα να θεωρηθεί αναχρονιστική έως και εξωτική⁹. Με μία απλή αναζήτηση οποιοσδήποτε έχει την δυνατότητα να ελέγξει τους λογαριασμούς του, τις πληρωμές, τους λογαριασμούς, τις υποχρεώσεις του. Υπάρχει η δυνατότητα προβολής της διαθεσιμότητας εισιτηρίων σε μία συναυλία, αεροπορικού ταξιδιού, εκδήλωσης. Ακόμα και για δήλωση οικογενειακού ιατρού, πλέον, οι ασφαλισμένοι έχουν την δυνατότητα να επιλέξουν από τους διαθέσιμους συνεργαζόμενους με τον ΕΟΠΠΥΥ¹⁰.

Η κοινωνία μας έχει αποδεχτεί την μετάβαση της πραγματικότητας στον κόσμο του ψηφιακού αναλόγου. Και μάλιστα ο Μανουέλ Καστέλς¹¹ υποστηρίζει ότι η αποδοχή της

⁸καθηγήτρια στο Πρόγραμμα Επιστήμης, Τεχνολογίας και Κοινωνίας στο Τεχνολογικό Ινστιτούτο της Μασαχουσέτης (MIT)

⁹Οι κοινωνικοί ανθρωπολόγοι χρησιμοποιούν συχνά αυτόν τον όρο για το πως εκλαμβάνουν στις δυτικές κοινωνίες οι άνθρωποι όσους ανήκουν σε άλλες κοινωνίες οι οποίες δεν έχουν φτάσει στο στάδιο εξέλιξης που βρίσκονται οι ίδιοι.

¹⁰Εθνικός Οργανισμός Παροχής Υπηρεσιών Υγείας

¹¹Ισπανός κοινωνιολόγος, με ερευνητικό πεδίο την επικοινωνία και την κοινωνία της πληροφορίας

κοινωνίας είναι τέτοια ώστε η πραγματική δυνητικότητα αναγνωρίζεται σαν πραγματική πραγματικότητα περισσότερο και από την πραγματικότητα εκτός διαδικτυακού κόσμου.

Έχουμε μία νέα κοινωνική πραγματικότητα, όπου για να έχει πραγματοποιήσει το άτομο μία δραστηριότητα και να πειστεί ο κοινωνικός περίγυρος για αυτήν θα πρέπει να κοινοποιηθεί στα social media. Για παράδειγμα, για να ενημερωθεί ο κόσμος για ένα ταξίδι και το θεωρήσει αληθές, θα πρέπει να δει φωτογραφίες από το συγκεκριμένο μέρος.

Η Τερκλ μιλάει για την μέθοδο μετατροπής των απλών αρχείων καταγραφής σε ολόκληρο σύστημα προσθέτοντας όλες τις διαθέσιμες εφαρμογές με αποτέλεσμα ο διαδικτυακός κόσμος να καλύπτει όλο το φάσμα των επιθυμιών των ατόμων, όπως η επικοινωνία και η ψυχαγωγία. Αν σκεφτούμε ότι αυτή η διαπίστωση αρκετά χρόνια πριν δεν συμπεριλαμβάνει πολλά από αυτά που έχουμε σήμερα στην διάθεσή μας όπως η εφαρμογή για τα μέσα μαζικής μεταφοράς που χρησιμοποιούμε από το κινητό μας τηλέφωνο ανά πάση στιγμή, καταλαβαίνουμε την κυριαρχία της ψηφιακής πραγματικότητας στην κοινωνία.

Η Τερκλ υποστηρίζει ότι έχοντας οποιαδήποτε πληροφορία στην διάθεσή μας, άμεση επικοινωνία χωρίς χωρικά όρια, επιλογή σε υλικό και όλα αυτά με ένα απλό κλικ, έχει αποτέλεσμα να επιλέγουμε να καταναλώνουμε τον ελεύθερο μας χρόνο εκεί. Επιπλέον, έχουμε την δυνατότητα να επικοινωνούμε με ανθρώπους που δεν έχουμε καν γνωριστεί, χωρίς τους περιορισμούς της πραγματικής ζωής, κι έτσι η δυνητική πραγματικότητα κερδίζει σε έδαφος την πραγματική.

Παρατηρούμε πως δεν χρησιμοποιούν τα άτομα την επικοινωνία μέσω διαδικτύου με τους ίδιους τρόπους. Εδώ συναντάμε το μοντέλο διαδραστικότητας του Schmutzer, όπου υποστηρίζει πως ο έλεγχος της επικοινωνιακής ροής, γίνεται έλεγχος του περιεχομένου αφού ελέγχει ποιες πληροφορίες θα ανταλλαχθούν και την σειρά με την οποία θα παρουσιαστούν. Ο βαθμός διαδραστικότητας των ατόμων καθορίζει και παγιώνει κοινωνικές σχέσεις. Ο χρήστης έχει ελεύθερη βούληση δεν είναι παθητικός δέκτης των τάσεων των μέσων μαζικής επικοινωνίας, αλλά χειριστής αυτών. Σε αυτό το σημείο πρέπει να αναφερθεί η πρακτική του «surfing», η οποία έχει διατυπωθεί από τον Manuel Castells, δηλαδή η παρακολούθηση πολλών προγραμμάτων ταυτόχρονα, που βλέποντάς τα μας δίνει πληροφορίες για ορισμένα χαρακτηριστικά του εκάστοτε ατόμου ή της ομάδας που μελετούμε.

Η Wallace θεωρεί ότι το άτομο είναι σε θέση να δίνει την εντύπωση που επιθυμεί στο άλλο άτομο με το οποίο επικοινωνεί διαδικτυακά. Το άτομο έχει την ευκαιρία να δώσει πληροφορίες για τον εαυτό του σε ένα δωμάτιο συζήτησης στο οποίο έχει εισέλθει, και μάλιστα προτρέπεται αρκετές φορές από τα υπόλοιπα μέλη της συζήτησης να το πράξει. Ακόμα κι εάν η εξωτερική εικόνα που παρουσιάζει το άτομο δεν έχει πλήρη ταύτιση με την πραγματικότητα, είναι συμβατή με τις αντιλήψεις του για την πραγματικότητα. Οπότε δεν μπορούμε να κάνουμε λόγο για έναν ψεύτικο κόσμο, διότι επρόκειτο για τον κόσμο τον οποίο τα ίδια τα άτομα έχουν αποδεχθεί ως ιδανικό, κι εκφράζουν την επιθυμία να ανταποκριθούν στα πρότυπά του.

Συμπεράσματα

Στην παρούσα διπλωματική εργασία διαπιστώνουμε πως οι απόψεις των ερευνητών τελικά δίστανται. Εκφράζονται και αρνητικές θεωρήσεις σχετικά με τις επιπτώσεις από τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, αλλά και θεωρήσεις που προβάλλουν τις θετικές πλευρές του κοινωνικού φαινομένου αυτού.

Τα θετικά σημεία είναι εκείνα στο οποία θα πρέπει να σταθούμε και να συνειδητοποιήσουμε τον ρόλο τους στην καθημερινή μας ζωή. Τα αρνητικά δεν πρέπει να τα παραβλέψουμε, αλλά να τα μελετήσουμε έτσι ώστε να τα επιλύσουμε. Οι νέες γενιές θα εκπαιδευτούν στην χρήση του διαδικτύου σε γενικό πλαίσιο, οπότε δεν θα υπάρχει το πρόβλημα της προσαρμογής και της διαχείρισης ενός άλλου εικονικού εαυτού αφού δεν θα συνυπάρξουν από την αρχή της κοινωνικοποίησης τους.

Στόχος της παρούσας εργασίας δεν είναι όπως γίνεται σαφές η εξαντλητική επισκόπηση του θέματος, αλλά η αποσαφήνιση ορισμένων πλευρών του παγκόσμιου αυτού φαινομένου, και κυρίως των θετικών πλευρών του, ώστε να δώσει το έναυσμα για περαιτέρω διερεύνηση. Μία σκέψη που γεννήθηκε κατά την ενασχόλησή μου με το ζήτημα είναι, πόσο περισσότερο θα εξελιχθούν σε βάθος χρόνο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και πως η ανθρωπότητα θα αντιδράσει. Ίσως κάποια από τα ίδια τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης να συμπτυχθούν εάν έχουν παρόμοιες λειτουργίες κι εξυπηρετούν τους ίδιους σκοπούς.

Η διαδικτυακή επικοινωνία, ανάλογα με την προσωπικότητα του εκάστοτε ατόμου, έχει τα ανάλογα αποτελέσματα. Όπως ανέφεραν οι ερευνητές, τα ντροπαλά άτομα περιορίζουν τον κοινωνικό τους περίγυρο, υποβοηθούμενοι από την ανωνυμία που χρησιμοποιούν με τα ψευδώνυμα. Τα εξωστρεφή άτομα αντιλαμβάνονται τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως ευκαιρία για να διευρύνουν τον κύκλο τους. Οπότε μπορούμε να συμπεράνουμε ότι οι χρήστες είναι εκείνοι που καθορίζουν κατά κάποιο τρόπο πως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θα επηρεάσουν την επικοινωνία τους με τους άλλους ανθρώπους. Είδαμε ότι έχουν την επιλογή να δημιουργήσουν τα άτομα προσωπικούς λογαριασμούς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και να ελέγχουν τις λίστες των φίλων και των ακολούθων τους, συνεπώς τους δίνεται η ευκαιρία να διαμορφώσουν την διαδικτυακή τους επικοινωνία ανάλογα με τις προτιμήσεις τους, να παρουσιάζουν στους άλλους

χρήστες όσα στοιχεία οι ίδιοι επιθυμούν και να αποκρύπτουν όσα δεν θέλουν να κοινοποιηθούν.

Οι εικονικές κοινότητες παρουσιάζουν κοινά στοιχεία με τις κοινότητες στο φυσικό περιβάλλον. Διέπονται από εσωτερικούς κανόνες και τα μέλη είτε συμμορφώνονται με αυτούς είτε έχουν τις ανάλογες κυρώσεις.

Αρκετές διαδικτυακές σχέσεις μεταφέρονται και στο φυσικό περιβάλλον και αντιστρόφως άτομα που συναναστρέφονται μεταξύ τους στο φυσικό περιβάλλον επεκτείνουν την επικοινωνία τους και διαδικτυακά. Επομένως, το διαδίκτυο λειτουργεί ως προέκταση του φυσικού κόσμου.

Πηγές-Βιβλιογραφία

Πηγές

Α΄ Αρχεία

Γενική Γραμματεία Δια Βίου Μάθησης

Αρχείο Αργυρίου Τζικοπούλου

Ηλεκτρονικά μέσα κοινωνικής δικτύωσης (socialmedia)

Ερευνητική Εργασία Μυρσίνης Ρουμελιώτου

Μέσα κοινωνικής δικτύωσης: Η σύγχρονη συμμετοχική δημοκρατία των νέων τεχνολογιών;

Διεθνές Συνέδριο Πανεπιστημίου Αθηνών, Απρίλιος 1996, Αθήνα

Τμήμα Επικοινωνίας και ΜΜΕ

Η "κατασκευή" της πραγματικότητας και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης

Β΄ Ιστοσελίδες

Πληροφορίες για την αποχώρηση των χρηστών από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας:

<https://www.insider.gr/epiheiriseis/tehnologia/88220/40-ton-hriston-pagkosmios-aphorei-apo-ta-social-media> (πρόσβαση στις 28/6/2018).

Πληροφορίες για την Google:

<http://www.socialmedialife.gr/> (πρόσβαση 15/5/2019).

Πληροφορίες σχετικά με το κλείσιμο λογαριασμών στον δημοφιλέστερων μέσων κοινωνικής δικτύωσης από τους χρήστες:

<https://www.edelman.com/> (προσβασιμότητα 19/6/2018).

Συνέντευξη του Ομότιμου Καθηγητή Κοινωνιολογίας Ζίγκουμντ Μπάουμαν στην El Pais, με θέμα τον ρόλο των social media:

<http://www.enallaktikos.gr/ar22638.html> (προσβασιμότητα 24/1/2016).

Πληροφορίες για την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης το παρόν έτος:

<http://www.eeke.gr> (προσβασιμότητα 14/4/2019).

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση

- Αθανασόπουλος, Κ. (1996). *Η δημοσιότητα : επικοινωνία, δημόσιες σχέσεις, ανθρώπινες σχέσεις, διαφήμιση, κοινή γνώμη, προπαγάνδα, μέσα δημοσιότητας, νομικές ρυθμίσεις, προσωπική προβολή*. Αθήνα.
- Αλεξιάς, Γ. – Βάγιας Γ. (2009). *Από την Παραδοσιακή στην Δυνητική Οργάνωση. Θεωρητικά ζητήματα και προσεγγίσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
- Αρσένης, Σ. (2010). *Διαδίκτυο και κοινωνικές επιστήμες Τεχνικές, τεχνολογικές και συστημικές προσεγγίσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
- Braud, F. (1973). *Οι ανθρώπινες σχέσεις*. Αθήνα: Ι. Ν. Ζαχαρόπουλος.
- Βρύζας, Κ. (2014). *Νέοι και τεχνολογίες της επικοινωνίας*. Αθήνα: Gutenberg.
- Γεωργόπουλος, Γ. (1989). *Ανθρώπινες σχέσεις στην εργασία*. Αθήνα: Σμπίλιας.
- Γιαννακόπουλος, Κ. (2005). *Εικονικές κοινότητες μια κοινωνιολογική προσέγγιση του Διαδικτύου* Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.
- Κουζέλης, Γ. (2006). *Φιλική κοινωνία ή κοινωνία των χρηστών; Γνώση, υποκειμενικότητα και πολιτισμός στον κόσμο των νέων τεχνολογιών*. Εκδόσεις ΚΡΙΤΙΚΗ.
- Πόλο, Ε. (2016). *Ανθρώπινες σχέσεις και διαδίκτυο*. Αθήνα: Bookstar
- Τσενέ, Λ.- Τσενέ Σ. (2012). *Από την κρίση των ΜΜΕ στα social media: ένα νέο μοντέλο κοινωνικής ευθύνης*; Αθήνα: Αιώρα.

Ξενόγλωσση

- Briggs, A. & Burke, P. (2009). *Social History of the Media: From Gutenberg to the Internet*, 3d edition.
- Christakis, N. & Fowler, J. (2009). *Connected: The Surprising Power of Our Social Networks and How They Shape Our Lives – How Your Friends' Frinds Affect Everything You Feel. Think and Do*". New York: Little Brown.
- Giddens, A. (1995). *The consequences of modernity*. Cambridge: Polity Press.
- White, Connie M. Boca Raton, (2012). *Social media, crisis communication, and emergency management: leveraging web2.0 technologies* FL: CRC Press.

