

ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ & ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΑΣ



ΠΟΛΙΤΙΚΗ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΘΕΩΡΙΑ



Jon Berkeley

**ΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΕΣ ΑΛΛΑΓΕΣ ΠΟΥ ΦΕΡΟΥΝ ΤΑ
SMARTPHONES**

ΣΦΑΚΙΑΝΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ
(0314M025)

ΕΠΒΛΕΠΟΥΣΑ:

ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ, ΧΡΙΣΤΙΑΝΑ ΚΩΝΣΤΑΝΤΟΠΟΥΛΟΥ

ΑΘΗΝΑ 2017

Η εικόνα στο εξώφυλλο είναι δανεισμένη από το περιοδικό:

The Economist, (2015), Planet of the phones: The smartphone is ubiquitous, addictive and transformative, [online magazine], διαθέσιμο: <<http://www.economist.com/news/leaders/21645180-smartphone-ubiquitous-addictive-and-transformative-planet-phones>> πρόσβαση: 16/06/2016.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	5
---------------	---

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι

ΙΣΤΟΡΙΑ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ SMARTPHONES

1.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ ΤΗΛΕΦΩΝΟΥ: ΠΩΣ ΦΤΑΣΑΜΕ ΣΤΑ ΕΞΥΠΝΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ	10
1.2 ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ‘SMARTPHONES’ ..	12

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙ

Ο ΟΡΟΣ ‘ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ’ ΚΑΙ ΤΟ ΤΗΛΕΦΩΝΟ ΩΣ ΜΕΣΟ

2.1 ΤΑ ΤΕΧΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ.....	17
2.2 ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΥ ΠΛΑΙΣΙΟΥ ΚΑΙ ΟΙ ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	19
2.3 ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΛΟΓΟΥ.....	22
2.4 ΜΗ ΛΕΚΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ. – Η ΓΛΩΣΣΑ ΤΟΥ ΣΩΜΑΤΟΣ	24

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙΙ

Η ΕΠΟΧΗ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ Η ΔΙΚΤΥΩΜΕΝΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ

3.1 ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ	27
3.2 ΠΡΟΣΕΓΓΙΖΟΝΤΑΣ ΤΗΝ ΕΠΟΧΗ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ..	30
3.3 ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ / ΕΙΚΟΝΙΚΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΕΣ.....	35

ΚΕΦΑΛΑΙΟ IV

ΤΑ ΚΙΝΗΤΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ SMARTPHONE

4.1	ΚΑΤΟΧΗ ΚΑΙ ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ SMARTPHONES.....	39
4.1.1	Η ΕΙΚΟΝΑ ΣΤΙΣ ΗΝΩΜΕΝΕΣ ΠΟΛΙΤΕΙΕΣ ΤΗΣ ΑΜΕΡΙΚΗΣ	41
4.1.2	Η ΕΙΚΟΝΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	46
4.2	ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΑΝΤΙΚΤΥΠΟ ΤΩΝ ‘SMARTPHONES’	51
4.3	Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ ΤΗΛΕΦΩΝΟΥ ...	56

ΚΕΦΑΛΑΙΟ V

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ

5.1	ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΗΣ ΜΕΘΟΔΟΥ ΚΑΙ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	59
5.2	ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΕΡΜΗΝΕΥΤΙΚΗ ΠΑΡΑΔΟΣΗ...	66
5.3	ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΤΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ	68

ΚΕΦΑΛΑΙΟ VI

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

6.1	ΣΧΕΣΗ ΚΙΝΗΤΟΥ ΚΑΙ ΚΑΤΟΧΟΥ	70
6.2	ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ SMARTPHONE ΣΕ ΔΗΜΟΣΙΟ ΧΩΡΟ.....	72
6.3	ΕΛΚΥΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗ ΧΡΗΣΗ.....	74
6.4	ΤΟ SMARTPHONE ΣΤΗΝ ‘ΠΑΡΕΑ’	75

ΕΠΙΛΟΓΟΣ	81
ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΠΟΥ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΤΗΚΑΝ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	85
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ	86
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	98

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.

Η παρούσα εργασία ξεκίνησε από μια παρατήρηση: Όλο και περισσότεροι άνθρωποι γύρω μας ασχολούνται με το κινητό τους τηλέφωνο. Έτσι, δημιουργήθηκαν και τα βασικά ερωτήματά της. Τι είναι αυτό που κάνει τη συσκευή αυτή τόσο ελκυστική στον χρήστη, έτσι ώστε ακόμα κι όταν βρίσκουμε μια παρέα από ανθρώπους, βρίσκουμε ταυτόχρονα και μια ‘παρέα’ τηλεφωνικών συσκευών στο τραπέζι, ή στο χέρι; Επηρεάζει η αυξανόμενη χρήση τους, την επικοινωνία- αλληλόδραση μεταξύ των δρώντων υποκειμένων; Αν όντως την επηρεάζει, πώς και με τι τρόπο γίνεται αυτό;

Η εν λόγω διπλωματική αποτελεί μια κοινωνιολογική μελέτη. Σκοπός της κοινωνιολογίας είναι η κατανόηση και η εξήγηση των κοινωνικών φαινομένων, στο πεδίο που ονομάζουμε κοινωνική πραγματικότητα ενώ, όπως αναφέρει ο Giddens (2002), η μελέτη των συναναστροφών της καθημερινής ζωής φωτίζει ευρύτερα κοινωνικά συστήματα και θεσμούς. Διότι τα κοινωνικά συστήματα μεγάλης κλίμακας εξαρτώνται από τις μορφές κοινωνικής διαντίδραση στις οποίες συμμετέχουμε καθημερινά. Μέσω λοιπόν του περιγραφικού θεωρητικού μέρους αφ’ ενός και της πρωτογενούς έρευνας που διεξήχθη αφ’ ετέρου, η παρούσα διπλωματική καλείται να διερευνήσει και έπειτα να απαντήσει σε μια σειρά ερωτημάτων. Τα βασικά ερώτημα υπόθηκαν στην προηγούμενη παράγραφο, ωστόσο με την εκπόνηση της εργασίας, την ανάγνωση της σχετικής βιβλιογραφίας, αλλά και άλλων ερευνών που έχουν γίνει στο αντικείμενο, τα ερωτήματα αυτά εμβαθύνθηκαν και προσαρμόστηκαν στα ερευνητικά πλαίσια της παρούσας έρευνας.

Στόχος είναι να δούμε πώς η χρήση της συσκευής αυτής επηρεάζει πτυχές της κοινωνικής ζωής του ανθρώπου, όπως τις διαπροσωπικές σχέσεις, την επιχειρηματικότητα, τις σχέσεις εργασίας, την εκπαίδευση κ.α. Πώς έφτασε να είναι όχι μόνο προέκταση του αυτιού ή της φωνής μας, αλλά στοιχείο ταυτότητας και πολλές φορές όλος μας ο κόσμος. Να δούμε τέλος, αν η συσκευή αυτή μπορεί τελικά να

αντικαταστήσει τον ‘φίλο’, ή την παρέα και αν μπορούν να αναπτυχθούν συναισθηματικοί δεσμοί με αυτήν.

Ενδιαφέρον μας λοιπόν, είναι να μελετήσουμε τη σχέση ατόμου και κινητού τηλεφώνου smartphone αλλά και την σχέση της συσκευής αυτής με μια παρέα ατόμων. Αντικείμενο δηλαδή της παρούσης μελέτης είναι η επικοινωνία και η διάδραση, μέσω των συσκευών που αποκαλούμε smartphones σε επίπεδο ατόμου αλλά και παρέας.

Για να ανταπεξέλθουμε στο στόχο και να καταφέρουμε να απαντήσουμε στα ερωτήματα που θέσαμε νωρίτερα, θα πρέπει να αποσαφηνίσουμε σύνθετους όρους όπως η ‘επικοινωνία’, είτε πρόκειται για επικοινωνία μεταξύ φυσικών προσώπων, είτε για εξ’ αποστάσεως, (αφού οι κοινωνίες χαρακτηρίζονται από τις επικοινωνιακές δομές τους) και να δούμε πώς αυτή συντελείται μέσω του κινητού τηλεφώνου. Θα πρέπει επίσης να ορίσουμε το κοινωνικό πλαίσιο, το οποίο στην περίπτωση μας είναι η κοινωνία της πληροφορίας και η εποχή του διαδικτύου και της δικτύωσης. Θα δούμε επιπλέον ότι βασικό χαρακτηριστικό και λειτουργία των smartphones είναι η πρόσβαση στο διαδίκτυο, το οποίο θα πρέπει επίσης να παρουσιαστεί. Στη συνέχεια αναλύονται τα τεχνικά χαρακτηριστικά των έξυπνων τηλεφώνων, ώστε να δούμε τι είναι ένα smartphone και να αντιληφθούμε ταυτόχρονα τις δυνατότητες που προσφέρει. Τέλος, στηριζόμενοι στην αποτίμηση της βιβλιογραφίας παρουσιάζεται η εικόνα όσον αφορά την κατοχή και την χρήση των smartphones στις ΗΠΑ και στην ελληνική κοινωνία.

Η επιλογή των Ηνωμένων Πολιτειών βασίστηκε σε δυο λόγους. Πρώτον, ότι αναλογικά με τον πληθυσμό της χώρας έχει τους περισσότερους χρήστες έξυπνων κινητών τηλεφώνων και ανήκει στον δυτικό κόσμο. Δεύτερον διότι όπως αναφέρει η Χ. Κωνσταντοπούλου (2009: 111) «Η προβολή της ιδέας της επικοινωνίας είναι αμερικάνικο δημιούργημα (γι’ αυτό και η σύγχρονη έννοια της επικοινωνίας –που επικρατεί λίγο-πολύ σε όλον τον κόσμο- στηρίζεται κατά βάση στον αμερικάνικο ορισμό¹.)» Η περιγραφή του ελληνικού τοπίου έγινε διότι η Ελλάδα αποτελεί χώρα του

¹ Αυτό βέβαια δεν έγινε τυχαία αλλά οφείλεται σε ιστορικούς λόγους. Στα τέλη του 18^{ου} αιώνα η Αμερική αποτέλεσε νέα γη, όπου εγκαταστάθηκαν Ευρωπαίοι πρόσφυγες. Εκεί γεννήθηκαν οι ανάγκες της ρήξης με τις ρίζες του παρελθόντος και ταυτόχρονα η ανάγκη δημιουργίας κοινών σημείων σε πληθυσμούς διαφορετικών προελεύσεων. Οι νέες πολιτικές ιδέες λοιπόν

δυτικού κόσμου και δεύτερον επειδή ένα μεγάλο μέρος της εκπόνησής της έγινε στον ελληνικό χώρο.

Τέλος, για την επαλήθευση ή την απόρριψη των υποθέσεων χρησιμοποιούνται τα στοιχεία που συλλέχθηκαν από την πρωτογενή έρευνα στο πεδίο. Η έρευνα αυτή βοήθησε, ώστε να διαμορφωθεί η τελική μορφή των υποθέσεων και αποτελείται από δυο μέρη, τα οποία αλληλοσυμπληρώνονται. Αρχικά, έγιναν συνεντεύξεις σε 20 νεαρά άτομα ηλικίας 20-25 ετών, διαφόρων εθνικοτήτων, στην Φινλανδία. Υστέρα, έγινε παρατήρηση σε συνδυασμό με ομαδικές συνεντεύξεις σε 5 παρέες ατόμων ηλικίας 17-25, ελληνικής εθνικότητας, στην Ελλάδα. Η μεθοδολογία των συνεντεύξεων και της παρατήρησης αναλύεται σε αντίστοιχο κεφάλαιο, όπου επίσης θα εξηγηθεί η επιλογή των συγκεκριμένων μεθόδων και ο τρόπος διεξαγωγής τους. Σε κάθε περίπτωση, πρόκειται για μια ενδεικτική έρευνα, τα αποτελέσματα της οποίας δεν μπορούν να γενικευτούν, διότι αφ'ενός δεν το επιτρέπει η μεθοδολογία που επιλέχθηκε και αφ'ετέρου, το δείγμα των συνεντεύξεων και των παρατηρήσεων δεν μπορεί να είναι αντιπροσωπευτικό του κοινωνικού συνόλου.

Η εργασία αποτελείται από έξι κεφάλαια. Το πρώτο, είναι ένα εισαγωγικό κεφάλαιο στο οποίο παρουσιάζεται η τεχνολογία των έξυπνων τηλεφώνων και μια σύντομη ιστορική περιγραφή της πορείας του κινητού τηλεφώνου.

Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζεται το επικοινωνιακό πλαίσιο, η λεκτική επικοινωνία και η γλώσσα του σώματος. Παρουσιάζονται επίσης με συντομία τα τεχνικά μέσα επικοινωνίας, όπως είναι ο τηλεγράφος και τώρα, τα κινητά τηλέφωνα.

Στο επόμενο κεφάλαιο μελετάται το διαδίκτυο και η εποχή της πληροφορίας. Βλέπουμε πώς ορίζεται η τελευταία και πώς έχει επηρεάσει την κοινωνία εν γένει. Γίνεται επίσης αναφορά στις εικονικές κοινότητες και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, που όπως φαίνεται αποτελούν τα νέα 'μέρη' κοινωνικοποίησης του σύγχρονου ανθρώπου.

που εκφράστηκαν, έπρεπε να είναι ανθρώπινο προϊόν και όχι θείας προέλευσης όπως στην Ευρώπη. Για περισσότερα βλ. (Κωνσταντοπούλου, 2009: 111-115).

Στο κεφάλαιο με αριθμό τέσσερα διερευνάται το κινητό τηλέφωνο smartphone, ως προς την χρήση και την κατοχή του, ενώ επιχειρείται μια προσέγγιση της κατάστασης που υπάρχει σε αυτό το ζήτημα στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής και στην Ελλάδα. Στο ίδιο κεφάλαιο παρουσιάζονται επίσης κάποιες από τις αλλαγές που έχουν φέρει τα έξυπνα τηλέφωνα στην κοινωνική ζωή των ανθρώπων, ειδικά στον τομέα της επικοινωνίας.

Στα δυο τελευταία κεφάλαια περιγράφεται η έρευνα που έγινε στο πεδίο. Αρχικά εξηγείται η επιλογή της μεθόδου και παρουσιάζονται οι βασικές αρχές της μεθοδολογίας αυτής. Στη συνέχεια αναφέρεται η επεξεργασία και η κωδικοποίηση των δεδομένων, ενώ στο τέλος, βάση των στοιχείων που έχουν συλλεχθεί, αναπτύσσεται η θεωρία σχετικά με την ατομική και ομαδική χρήση του smartphone και επιχειρείται η απάντηση των ερευνητικών υποθέσεων.

‘Οι τεχνολογίες αποτελούν ζωτικό κομμάτι του πολιτισμού μας, καθώς εισέρχονται σε αυτόν ως παράγοντες που επηρεάζουν τις καθημερινές μας ιστορίες, ως αντικείμενα για τα οποία συζητάμε και θα πρέπει να γνωρίζουμε το πώς θα μιλήσουμε για αυτά, ως υποκείμενα των μικροαφηγήσεων της καθημερινότητας μέσα από τα οποία δομούμε και αποδομούμε το νόημα των πράγματων. Το νόημα που αποδίδουμε στις τεχνολογίες, η σημαντική τους επίδραση στην κοινωνική μας ζωή- εν συντομία, η πολιτισμική και κοινωνική τους δύναμη- προέρχεται από τον πολιτισμό της καθημερινής μας ζωής, ο οποίος συνεχώς δομείται μέσω του καθημερινού λόγου.’

(Caron & Caronia 2007: 47)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι

ΙΣΤΟΡΙΑ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ SMARTPHONES

1.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ ΤΗΛΕΦΩΝΟΥ: ΠΩΣ ΦΤΑΣΑΜΕ ΣΤΑ ΕΞΥΠΝΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ

Ομολογουμένως το κινητό τηλέφωνο έφερε μια επανάσταση στην επικοινωνία, η οποία σήμερα φαίνεται να μην γνωρίζει χωρικά όρια. Πότε όμως ξεκίνησε η ανάπτυξη των συσκευών αυτών; Εξετάζοντας την ιστορία του κινητού τηλεφώνου, μπορούμε να αντιληφθούμε την χρησιμότητά του και την ταχεία ανάπτυξή του στην σύγχρονη κοινωνία.

Τα πρώτα κινητά τηλέφωνα σχεδιάστηκαν αρχικά ως τηλέφωνα αυτοκινήτων, αφού το μέγεθός τους ήταν τέτοιο, ώστε δεν επέτρεπε την πρακτική μεταφορά τους. Το 1983 δημιουργείται το πρώτο στην κυριολεξία κινητό τηλέφωνο (Motorola DynaTAC 8000x) όπου το μέγεθός του επέτρεπε την μεταφορά του. Ο συγκεκριμένος τύπος τηλεφώνου χρησιμοποιούταν κυρίως για επαγγελματικούς λόγους και δεν ήταν ιδιαίτερα δημοφιλής στο κοινό. Η χρησιμότητά τους ήταν ότι επέτρεπαν την ομιλία με μακρινά πρόσωπα και εκτός σπιτιού. Στη συνέχεια όμως, τα τηλέφωνα εμπλουτίστηκαν με περισσότερες λειτουργίες που τα έκαναν πραγματικά δημοφιλή στο αγοραστικό κοινό. Σταδιακά, τα κινητά αρχίσαν να λειτουργούν ως συσκευές που επιτρέπουν την αποστολή σύντομου γραπτού μηνύματος (SMS) και την χρήση φωνητικού μηνύματος, ενώ πιο πρόσφατα, τα κινητά επιτρέπουν την είσοδο στο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail), απέκτησαν επίσης φωτογραφική μηχανή, καθώς και συσκευή αναπαραγωγής ήχου και βίντεο. Μετατράπηκαν δηλαδή από τηλέφωνα, σε φορητές πολύ-συσκευές. (Blog / The History and Evolution of Cell Phones, χ.χ). Τα τηλέφωνα με τις περισσότερες χρήσεις και δυνατότητες, πρόσβαση στο Internet και χρήση πολλαπλών εφαρμογών, ονομάστηκαν 'έξυπνα τηλέφωνα' (smartphones). Οι χρήστες των έξυπνων τηλεφώνων παγκοσμίως το 2015 ήταν 1,859.3, υπολογίζεται όμως ότι το 2017 θα

φτάσουν τα 2,292.5. (Statista, χ.χ)². από τα νούμερα αυτά βλέπουμε την ανάπτυξη και την υιοθέτηση των έξυπνων αυτών συσκευών, αν και δεν μετρούν πολλά χρόνια που είναι διαθέσιμα στο κοινό.

Τα πρώτα smartphones βγήκαν στην αγορά το 1993, ωστόσο η χρήση τους ήταν επαγγελματική, καθώς το κόστος τους ήταν πολύ υψηλό για τους καθημερινούς καταναλωτές. Αυτό είναι το πρώτο στάδιο της εποχής των smartphones η οποία μπορεί να χωριστεί σε τρία μέρη. Στο πρώτο στάδιο, οι συσκευές αυτές προορίζονταν μόνο για επαγγελματική χρήση καθώς στόχευαν σε λειτουργίες που θα κάλυπταν επιχειρησιακού τύπου ανάγκες. Η εποχή αυτή ξεκινάει το 1993 με το πρώτο έξυπνο τηλέφωνο 'The Simon' της IBM² ωστόσο η συσκευή που φέρνει την επανάσταση εκείνη την εποχή είναι το blackberry, καθώς περιέχει πρόσβαση στο διαδίκτυο, Email, Fax και camera. Το επόμενο στάδιο των smartphones ξεκινάει το 2007 με την εισαγωγή του iPhone της Apple. Για πρώτη λοιπόν φορά δημιουργήθηκε ένα smartphone, το οποίο προοριζόταν και για ιδιωτική χρήση. Έναν χρόνο αργότερα, η Google δημιούργησε τα κινητά τηλέφωνα με λειτουργικό σύστημα Android, με σκοπό να προσεγγίσει το καταναλωτικό κοινό. Δίνεται λοιπόν έμφαση σε δυο πράγματα. Πρώτον, σε χαρακτηριστικά κι εφαρμογές που θα ενδιαφέρουν το καταναλωτικό κοινό, (πρόσβαση στο διαδίκτυο και σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης, Email, αναπαραγωγή ήχου και video, εφαρμογές συνομιλίας κ.α.) και δεύτερον, στο να κρατηθεί η τιμή σε προσιτά επίπεδα. Η τρίτη φάση των smartphones είναι ουσιαστικά προέκταση της δεύτερης, αφού επιχειρείται η εξίσωση του επιχειρησιακού τηλεφώνου με του ιδιόκτητου. Σε αυτή την περίοδο, οι έξυπνες συσκευές βελτιώνονται με την αύξηση των εφαρμογών και των τεχνικών λειτουργιών και την ενίσχυση της μπαταρίας τους. Οι συνέπειες ήταν φανερές, πολύ γρήγορα η εικόνα του smartphone άλλαξε. Έγινε μια συσκευή στην οποία κυριαρχεί η οθόνη αφής και όχι το πληκτρολόγιο. Έτσι τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει πολλές αναβαθμίσεις στα λειτουργικά συστήματα των έξυπνων τηλεφώνων (iOS,

² Η Statista, είναι μια εταιρεία που παρέχει στατιστικά στοιχεία στο διαδίκτυο. Αποτελείται από μια ομάδα με 250 στατιστικολόγους, αναλυτές και συντάκτες. Τα προϊόντα της απευθύνονται σε επιχειρήσεις, πανεπιστήμια, ακαδημαϊκούς, και οργανισμούς μέσω μαζικής ενημέρωσης. Ως εκ τούτου, θεωρείται μια αξιόπιστη πηγή δεδομένων.

Android, Blackberry OS, Windows), ενώ και οι κατασκευαστικές εταιρίες (Apple, Samsung, HTC, Motorola, Nokia, LG, Sony, κ.α.) δίνουν έμφαση στην βελτίωση του λειτουργικού και στην προσθήκη εφαρμογών, που θα καταστήσουν τα κινητά αυτά τηλέφωνα πιο δημοφιλή στο αγοραστικό κοινό. (Sarwar, Soomro. 2013)

1.2 ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ‘SMARTPHONES’

Το κινητό τηλέφωνο (και το tablet) αποτελεί το τρίτο και πιο προσωπικό είδος οθόνης μετά την τηλεόραση και τον ηλεκτρονικό υπολογιστή. Η συσκευή αυτή έφερε μια επανάσταση στον τομέα των κινητών τεχνολογιών και έχει επηρεάσει σημαντικά πολλές εκφάνσεις της κοινωνικής και οικονομικής ζωής στη σύγχρονη εποχή.

Οι κινητές τεχνολογίες³ έχουν γνωρίσει ραγδαία ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια, χάρη στις εξελίξεις που έχουν συντελεστεί στον χώρο των ασύρματων και κινητών επικοινωνιών, αλλά και χάρη στις συσκευές που διαθέτουν πλέον εξελιγμένες υπολογιστικές, απεικονιστικές και επικοινωνιακές δυνατότητες.

Τα ‘smartphones’ φέρουν πολλές αλλαγές όσον αφορά τον σχεδιασμό, αλλά και τα τεχνικά χαρακτηριστικά, σε σύγκριση με τα τηλέφωνα της προηγούμενης γενιάς. Όσον αφορά τα εξωτερικά χαρακτηριστικά ενός ‘smartphone’ μπορούμε να διακρίνουμε, την οθόνη αφής με το εικονικό πληκτρολόγιο, και την οθόνη καθεαυτή.

Το εικονικό πληκτρολόγιο συμπεριλαμβάνεται στην οθόνη αφής. Με την οθόνη αφής, ο χρήστης χειρίζεται το κινητό του τηλέφωνο απλώς ακουμπώντας την οθόνη, δίνοντας έτσι απεριόριστες δυνατότητες στο να κάνει πολλαπλά πράγματα. Αυτός ο τύπος πληκτρολογίου παρέχει τη δυνατότητα να κάνει κάποιος κλήση, να γράψει SMS, να έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο και να δει τις φωτογραφίες του, απλά πατώντας πάνω στην οθόνη. Στις οθόνες αφής, συνήθως δεν υπάρχουν σταθερά πλήκτρα που πιέζονται.

³ Σύμφωνα με τους Γαβαλά, Κασαπάκη και Χατζηδημήτρη, (2015: V) «οι κινητές τεχνολογίες ορίζονται, ως το πεδίο στο οποίο συγκλίνουν η ασύρματη δικτύωση, οι κινητές επικοινωνίες και οι τεχνολογίες πληροφορικής.»

Χρησιμοποιούνται τα πλήκτρα που εμφανίζονται στην οθόνη⁴. Αν και υπάρχουν διάφορες μέθοδοι πληκτρολόγησης με την οθόνη αφής, ο χρήστης πρέπει να εξοικειωθεί με την τεχνολογία αυτή, αφού συναντάται πρώτη φορά με τη συγκεκριμένη μορφή σε κινητό τηλέφωνο.

Οι οθόνες αφής είναι δυο τύπων, οι Resistive και οι Capacitive. Οι πρώτες, δουλεύουν με την πίεση της οθόνης χρησιμοποιώντας κάποιο ειδικό στυλό, ή την άκρη ενός δαχτύλου, ενώ δεν επιτρέπουν το Multitouch, δηλαδή τις εντολές αφής με δύο δάχτυλα ή παραπάνω. Οι resistive αποτελούνται από αρκετά στρώματα και η ένωσή τους σε συγκεκριμένα σημεία, επιτρέπει λόγω της δικής μας πίεσης, την ενημέρωση του συστήματος για τις συντεταγμένες της περιοχής που αγγίζαμε.

Οι οθόνες αφής capacitive, λειτουργούν αντιλαμβανόμενες την αγωγιμότητα του δέρματος των δαχτύλων. Δεν απαιτείται πίεση για να εντοπίσουν με επιτυχία κάθε άγγιγμα του ανθρώπινου χεριού. Συνήθως το εξωτερικό τους στρώμα είναι φτιαγμένο από σκληρό, ανθεκτικό γυαλί, εύκολο στο σκούπισμα από τα στίγματα των δαχτύλων, και ικανό να αντιληφθεί πολλαπλά αγγίγματα (multitouch).

Το εικονικό πληκτρολόγιο που διαθέτουν τα έξυπνα τηλέφωνα είναι τύπου qwerty, όπου σε κάθε γράμμα αντιστοιχεί ένα πλήκτρο. Είναι σχεδιασμένο και τοποθετημένο όπως στον υπολογιστή, ώστε να διευκολύνει στο γρήγορο γράψιμο.

Περνώντας τώρα στα εσωτερικά χαρακτηριστικά, άξια αναφοράς είναι, ο επεξεργαστής και η κάμερα. Οι επεξεργαστές χωρίζονται σε 3 μεγάλες κατηγορίες. Τους μονοπύρηνους, τους διπύρηνους και τους τελευταίας τεχνολογίας, τετραπύρηνους. Οι διπύρηνοι επεξεργαστές, συναντώνται συχνότερα και κάνουν τα smartphones δυνατά, χωρίς κολλήματα και καθυστερήσεις. Τα καλύτερα smartphones έχουν διπύρηνους, ή τετραπύρηνους επεξεργαστές με ταχύτητες 1GHz ή και μεγαλύτερες. Η επεξεργαστική ισχύς πολλών smartphone, η οποία μετράται σε MHz, πλέον αγγίζει αυτή των υπολογιστών. Ένας γρήγορος επεξεργαστής κάνει το κινητό

⁴ Υπάρχουν βέβαια κάποια υποτυπώδη πλήκτρα, όπως αυτό που οδηγεί στην αρχική οθόνη του κινητού, αυτό που ενεργοποιεί την αναζήτηση, ή ρυθμίζει την ένταση του ήχου.

τηλέφωνο να ανταποκρίνεται ταχύτερα και να είναι σε θέση να εκτελεί πολλές εφαρμογές ταυτόχρονα.

Πλέον, όλα τα smartphones ενσωματώνουν κάμερα για εγγραφή video, αλλά και λήψη φωτογραφιών. Διαθέτουν μια ψηφιακή κάμερα στο πίσω μέρος της συσκευής για τη λήψη φωτογραφιών και την εγγραφή video. Διαθέτουν επίσης μια δεύτερη, χαμηλότερης ανάλυσης κάμερα στην πλευρά της οθόνης για την πραγματοποίηση video κλήσεων. Υπάρχουν κινητά τα οποία προσφέρουν video μέχρι και σε Full HD (High Definition) ανάλυση, και φωτογραφίες μέχρι 41 Megapixel. Στην απόδοση της κάμερας, σημαντικό ρόλο παίζει ο επεξεργαστής. Μπορεί ένα κινητό να έχει κάμερα πολλών megapixel, αλλά αν ο επεξεργαστής του είναι μέτριος η κάμερα θα έχει αργές αποκρίσεις.

Κάποια επιπλέον χαρακτηριστικά που κάνουν τα 'έξυπνα τηλέφωνα' πολύ ελκυστικά και εξυπηρετικά, είναι το GPS (Global Positioning System) και η άμεση συνδεσιμότητά του με το διαδίκτυο.

Ο δέκτης GPS, δέχεται σήμα από δορυφόρους για να εντοπίσει την θέση του τηλεφώνου στον πλανήτη, σχεδιάζει διαδρομές προς προορισμούς επιλογής μας, ή μπορεί να μας καθοδηγεί σε όλη τη διαδρομή.

Κάθε smartphone είναι εξοπλισμένο και με έναν δέκτη Wi-Fi. Με τον Wi-Fi δέκτη, η συσκευή συνδέεται στο Internet μέσω ενός τοπικού ασύρματου δικτύου. Έτσι, η πρόσβαση στο Internet είναι δωρεάν αν γίνει από το σπίτι, ή τη δουλειά και δωρεάν ή με χρονοχρέωση, σε άλλα σημεία που εκπέμπουν Wi-Fi, όπως καταστήματα, εμπορικά κέντρα, κ.α.

Συνεχίζοντας με τη δυνατότητα πρόσβασης στο διαδίκτυο, κάθε smartphone έχει τη δυνατότητα σύνδεσης σε δίκτυο κινητής τηλεφωνίας 3G. Στα σημεία με καλό σήμα 3G, η ταχύτητα είναι αρκετά καλή. Το 3G είναι τα αρχικά των λέξεων 3rd Generation και αποτελεί έναν γενικό όρο, ο οποίος αναφέρεται στην τρίτη γενιά τεχνολογίας κινητής τηλεφωνίας, όπου χαρακτηρίζεται από το σύνολο των ασύρματων τεχνολογιών που επιτρέπουν τη μετάδοση φωνής, ή και δεδομένων στα δίκτυα κινητής τηλεφωνίας. Η σύνδεση σε δίκτυο 4G, είναι ουσιαστικά η εξέλιξη του 3G με αρκετά υψηλότερες

ταχύτητες upload/download και ταχύτερη απόκριση⁵. Αναλυτικότερα, με την 4G τεχνολογία, θα μπορούμε να έχουμε ό,τι είχαμε και στην 3G γενιά, με κύρια διαφορά ότι, ενώ στη γενιά 3G για να είναι δυνατή η πρόσβαση στο Internet θα έπρεπε να υπάρχει ένα σημείο Wi-Fi στα 100 μέτρα, στην τεχνολογία 4G επιτυγχάνεται μεγαλύτερο εύρος ζώνης. Αυτό σημαίνει ότι η πρόσβαση στο διαδίκτυο καθίσταται δυνατή, σε απόσταση 35 χιλιομέτρων από το μέγιστο σημείο απόστασης του Wi-Fi.

Τέλος, όλα τα έξυπνα τηλέφωνα διαθέτουν επιπρόσθετα, γυροσκόπιο (Gyroscope), επιταχυνσιόμετρο (Accelerometer ή G-Sensor) και ψηφιακή πυξίδα, ή μαγνητόμετρο (Digital Compass/ Magnetometer). Το γυροσκόπιο, ελέγχει τις αλλαγές στη γωνιακή ταχύτητα, και συνεργαζόμενο με το επιταχυνσιόμετρο, βελτιώνει την ευαισθησία της οθόνης όταν αλλάζει ο προσανατολισμός της. Το επιταχυνσιόμετρο είναι ο αισθητήρας που είναι υπεύθυνος για τον αυτόματο προσανατολισμό της οθόνης, ανάλογα με το αν η συσκευή στηρίζεται κάθετα ή οριζόντια. Το μαγνητόμετρο έχει την ιδιότητα μέσω ειδικής τεχνολογίας, να μετράει το μαγνητικό πεδίο γύρω από τη συσκευή. Αυτό βοηθάει τις εφαρμογές πλοήγησης, ώστε να εκτιμήσουν τον προσανατολισμό στον χώρο. (smartphones: η νέα γενιά των κινητών τηλεφώνων, χ.χ.).

Από τα παραπάνω γίνεται κατανοητό, ότι τα Smartphones είναι υπολογιστές τσέπης, που επιτρέπουν στον χρήστη να πραγματοποιεί περισσότερες λειτουργίες, από απλώς τηλεφωνικές κλήσεις και την αποστολή SMS. Πιο αναλυτικά, βασίζονται σε ένα λειτουργικό σύστημα κινητής τηλεφωνίας με προηγμένη υπολογιστική ικανότητα και συνδεσιμότητα, σε σχέση με ένα απλό κινητό τηλέφωνο. Οι Γαβαλάς, Κασαπάκης, Χατζηδημήτρης, (2015: 3-4) ορίζουν τα έξυπνα τηλέφωνα σύμφωνα με τα τεχνικά χαρακτηριστικά τους, δηλαδή «ως μια φορητή συσκευή που διαθέτει ένα πολυδιεργασικό (multitasking) λειτουργικό σύστημα, ένα πλήρες πρόγραμμα περιήγησης (browser), ασύρματη διαδικτυακή συνδεσιμότητα με 3G/ 4G, λογισμικό αναπαραγωγής μουσικής, καθώς επίσης και άλλα χαρακτηριστικά όπως: GPS,

⁵ Πριν την έλευση των smartphones, η συνδεσιμότητα των κινητών περιοριζόταν στη χρήση υπέρυθρων ακτινών και Bluetooth.

ψηφιακή πυξίδα, φωτογραφική μηχανή με δυνατότητα εγγραφής βίντεο, Bluetooth, οθόνη αφής, επιταχυνσιόμετρο, γυροσκόπιο και μαγνητόμετρο».

Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, αυτοί οι ενσωματωμένοι αισθητήρες είναι σημαντικό χαρακτηριστικό των έξυπνων τηλεφώνων. Με την χρήση του επιταχυνσιόμετρου και του μαγνητόμετρου, η συσκευή μπορεί να διατηρεί την ‘επίγνωση’ του προσανατολισμού της. Έτσι, είναι εφικτή η αλλαγή προβολής των εφαρμογών, όταν η συσκευή είναι σε κάθετη ή οριζόντια θέση. Το γυροσκόπιο, χρησιμεύει κυρίως σε παιχνίδια για τον έλεγχο της κάμερας ή άλλων κινήσεων, αφού μετρά τον ρυθμό περιστροφής της συσκευής.

Ως συνέπεια αυτών των εξελίξεων, οι κινητές συσκευές χρησιμοποιούνται ολοένα και συχνότερα για πρόσβαση στο διαδίκτυο, ενώ οι οθόνες αφής δημιουργούν νέα δεδομένα ως προς την αλληλεπίδραση ανθρώπου- μηχανής⁶.

⁶ Ίσως η λέξη ‘αλληλοεπίδραση’, [ορίζεται ως η άμεση και συνεχής επικοινωνία μεταξύ ηλεκτρονικού υπολογιστή και χρήστη. (lexigram, <http://www.lexigram.gr/lex/enni/%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BB%CE%B5%CF%80%CE%AF%CE%B4%CF%81%CE%B1%CF%83%CE%B7#Hist3>)] να μην είναι η πλέον κατάλληλη. Στον χώρο των κοινωνικών επιστημών, αποτελεί κοινή θέση ότι δεν μπορεί να υπάρξει επικοινωνία μεταξύ ανθρώπου και μηχανής. Κλασσικοί της κοινωνιολογίας, όπως ο K. Marx και ο M. Weber, υποστήριζαν, ότι η κοινωνική σχέση είναι σχέση ανθρώπου προς άνθρωπο. Στο παρόν σημείο όμως, η ‘αλληλοεπίδραση’ νοείται, ως ‘αμοιβαία επιρροή’. Ο χρήστης, άνθρωπος, λοιπόν με τις πράξεις του δίνει εντολές στην μηχανή, ενώ ταυτόχρονα η συνεχόμενη χρήση κάποιας τεχνολογίας επηρεάζει διαλεκτικά και το υποκείμενο, τόσο στην κοινωνική συμπεριφορά του, όσο και στην βιολογία του. Ενδεικτικά βλ. την μελέτη του Arko Gosh, στην οποία υποστηρίζει ότι η χρήση της οθόνης αφής, επηρεάζει τον τρόπο που αλληλοεπιδρούν τα δάχτυλα με τον εγκέφαλό μας. (Spencer B., 2014, *Are smartphones changing the shape of our BRAINS? Area that controls the thumbs is larger in people who use touchscreens daily*, mailonline, διαθέσιμο: < <http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-2885213/Are-smartphones-changing-shape-BRAINS-Area-controls-thumbs-larger-people-use-touchscreens-daily.html> >, πρόσβαση 15/12/2016. Για την αλλαγή σε κοινωνικό επίπεδο, βλ. ενδεικτικά την μελέτη του Α. Παπαρίζου, όπου υποστηρίζει πως το ‘εργαλείο’, ως μετατρεπτικό ενδιάμεσο, μετατρέπει τις ‘φυσικές’ δυνάμεις του ανθρώπου, σε μορφές γνώσης χάρη στις οποίες ο άνθρωπος αποκτά συνεχώς νέες ιδιότητες και μορφές. (Παπαρίζος Α., 2011, *Θεός, Εξουσία και θρησκευτική συνείδηση: τα γενικά, μετατρεπτικά και ερωτικά ενδιάμεσα και η κοινωνία του ανθρώπου*, Παπαζήση, Αθήνα. σελ. 41-52.)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙ

Ο ΟΡΟΣ ‘ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ’ ΚΑΙ ΤΟ ΤΗΛΕΦΩΝΟ ΩΣ ΜΕΣΟ.

2.1 ΤΑ ΤΕΧΝΙΚΑ ΜΕΣΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

«κάθε τεχνολογία αποτελεί μια προβολή του ανθρώπου στο χώρο και το χρόνο, μια προέκταση ενός μέλος του σώματός μας, μιας αίσθησης ή μιας ικανότητάς μας: το βιβλίο είναι προέκταση του ματιού μας, τα όπλα των νυχιών και των δοντιών μας, ο τροχός του ποδιού μας»

(McLuhan χ.χ : 10-11)

Ο όρος ‘μέσα επικοινωνίας’ χρησιμοποιείται κυρίως για να περιγράψει τα τεχνικά υλικά στοιχεία, που μεσολαβούν μεταξύ των επικοινωνούντων στην διαμεσολαβημένη επικοινωνία. Ωστόσο, δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι τα πρώτα και κύρια μέσα επικοινωνίας είναι, ο λάρυγγας, οι φωνητικές χορδές, τα αυτιά, τα μάτια κοκ., διότι δίχως αυτά οι νοηματοδοτημένοι ήχοι και οι μη λεκτικές συνιστώσες δεν θα ήταν δυνατό να παραχθούν, ή να προσληφθούν. Αντιλαμβανόμαστε λοιπόν, ότι το κυριότερο μέσο επικοινωνίας είναι το ίδιο το ανθρώπινο σώμα, το οποίο επηρεάζεται από τις εκάστοτε κοινωνικο- πολιτισμικές συνθήκες.

Η ανάγκη του ανθρώπου για επικοινωνία με τον άλλο, τον οδήγησε στη χρήση ποικίλων τεχνικών μέσων, που καθιστούσαν δυνατή ως ένα βαθμό την επικοινωνία. Αρχικά, τα μέσα αυτά ήταν πέτρες, ξυλά, κάρβουνα, ακόμα και αίμα, και αποτέλεσαν της πρώτες επιφάνειες και τα πρώτα σχεδιαστικά εργαλεία για την απεικόνιση κάποιων συμβολικών μορφών. Η γραφή εμφανίστηκε πολύ αργότερα και όπως επισημαίνεται από την Κούρτη (2003), απαιτεί τα δικά της εργαλεία για να συντελεστεί και ταυτόχρονα δεσμεύεται από αυτά.

Μπορούμε να αντιληφθούμε τη σημαντικότητα της γραφής, αν την συνδυάσουμε με την εμφάνιση της τυπογραφίας το 1450 μ.Χ., η οποία ανοίγει ένα νέο κεφάλαιο στην ιστορία της ανθρώπινης επικοινωνίας, θέτοντας τις βάσεις για την παγκοσμιοποιημένη επικοινωνία. Ο πολιτισμός της τυπογραφίας υποβάθμισε την σημασία της τοπικής

κοινότητας, αφού επέτρεψε στα εγγράμματα κοινωνικά υποκείμενα που ζούσαν στον ίδιο τόπο, να βιώνουν διαφορετικά πράγματα καθώς διαβάζουν και να αναπτύσσουν διαφορετικές κοσμοθεωρίες.

Μετά την εφεύρεση της τυπογραφίας, έκανε την εμφάνισή του ο τηλεγράφος το 1830. Ο τηλεγράφος έδωσε την δυνατότητα της γρήγορης επικοινωνίας μεταξύ δυο μακρινών σημείων, μέσω ενός κοινού παγκόσμιου κώδικα, εκμεταλλευόμενος τον ηλεκτρισμό. Το μειονέκτημά του όμως, ήταν ότι τα μηνύματα δεν μπορούσαν να αναφέρονται σε προσωπικά ζητήματα, καθώς μεσολαβούσαν οι τηλεγραφητές οι οποίοι γνώριζαν τον τηλεγραφικό κώδικα και τον αποκωδικοποιούσαν. Ήταν λοιπόν πολύ εύκολο να διαρρεύσουν πληροφορίες.

Το τηλέφωνο δημιουργήθηκε αρκετά χρονιά αργότερα και αναπτύχθηκε ραγδαία. Σημαντικές εξελίξεις στο χώρο της τηλεφωνίας αποτελούν: η υπηρεσία προσωπικού τηλεφωνητή, η αναγνώριση κλήσεων, το ασύρματο τηλέφωνο και τελευταία, το κινητό τηλέφωνο και τα smartphones. Οι εξελίξεις αυτές επηρεάζουν τη διαπροσωπική επικοινωνία, απελευθερώνοντας το άτομο από την υποχρέωση αναμονής της κλήσης σε συγκεκριμένο χωρικό πλαίσιο. Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και το σύντομο γραπτό μήνυμα (SMS), είναι δυο ιδιότητες που καλύπτονται από τα έξυπνα τηλέφωνα και αποτελούν τις σύγχρονες μορφές αλληλογραφίας, αφού το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο παρέχει τη δυνατότητα σύνταξης απεριόριστου μεγέθους κειμένων, ενώ επιτρέπει επιπλέον την αποστολή εικόνων, βίντεο και ολόκληρων άρθρων. Με την έλευση του παγκόσμιου ηλεκτρονικού πολιτισμού το υποκείμενο είναι σε θέση να πράττει, να αντιλαμβάνεται και να αντιδρά ταυτόχρονα. Η εμπειρία που βασίζεται στις αισθήσεις γίνεται η κύρια μορφή επικοινωνίας του ανθρώπου με τον εξωτερικό κόσμο, ενώ σε αντίθεση με την προφορική επικοινωνία, η ηλεκτρονική δεν υπόκειται στους φυσικούς περιορισμούς του χώρου και του χρόνου. (Εκμεκτζιάν 2010)⁷

Σύμφωνα με την Εκμεκτζιάν (ο.π) η παρατήρηση των κυρίαρχων μορφών επικοινωνίας μέσω των μέσων που χρησιμοποιούν, έχει κάποια σταθερά επαναλαμβανόμενα στοιχεία. Πρώτο, είναι η επιφυλακτικότητα προς το νέο μέσο στα πρώτα στάδια της εμφάνισής του. Δεύτερο, είναι ο αντίκτυπος που έχουν αυτά τα μέσα στις ψυχολογικές διεργασίες και τρίτον, η χρήση των νέων μέσων με τρόπους που δεν φαντάστηκαν ποτέ οι δημιουργοί τους. Μέτρο σύγκρισης κάθε πρωτοεμφανιζόμενης

⁷ Το έργο της Εκμεκτζιάν Ε., αποτελεί διδακτορική διατριβή η οποία εκπονήθηκε το 2010 στο τμήμα Ψυχολογίας του Παντείου Πανεπιστημίου.

διαμεσολαβημένης μορφής επικοινωνίας, είναι η πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνία, η οποία φαίνεται συνήθως να απειλείται από τα νέα μέσα. Τέλος, κάθε νέο μέσο προσαρμόζεται στις επιθυμίες των χρηστών του, ενώ η διάδραση ‘μέσου- χρήστη’ είναι αυτή που σε τελευταία ανάλυση θα καθορίσει την εξέλιξη των παρεχόμενων υπηρεσιών του μέσου, αλλά και την σχέση του χρήστη με τον εαυτό του, με τους άλλους ανθρώπους και με το περιβάλλον στο οποίο βρίσκεται και δρα.

2.2 ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟΥ ΠΛΑΙΣΙΟΥ ΚΑΙ ΟΙ ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Το πεδίο της επικοινωνίας άνθισε τις δεκαετίες του 70 και 80. Σημαντικό μέρος στην άνθιση αυτή έπαιξε η εξάπλωση του ρόλου των τεχνολογιών επικοινωνίας στην κοινωνία και η διαδικασία της παγκοσμιοποίησης, που ευνόησε την διάδοση αυτή σε παγκόσμια κλίμακα.

Η επικοινωνία αφορά όλο το φάσμα της ανθρώπινης δραστηριότητας. Ο τρόπος κατανόησης του άλλου προσδιορίζει την επικοινωνιακή δομή μιας κοινωνίας και είναι η σημαντικότερη διάσταση της επικοινωνίας, αφού σημαίνει ακριβώς ότι οι διαφορετικοί δρώντες, αποκτούν κοινά σημεία και συσχετίζονται. Δηλαδή το εγώ, είναι σε άμεση συνάρτηση με το εσύ (Κωνσταντοπούλου 2009).

Οι Watzlawick, Beavin-Bavelas & Jackson (2005), τονίζουν το αναπόφευκτο της επικοινωνίας, διότι αν αποδεχθούμε ότι κάθε συμπεριφορά σε μια κατάσταση αλληλεπίδρασης έχει αξία μηνύματος, τότε δεν υφίσταται κάποιος που να μην επικοινωνεί. Ακόμα και η απραξία ή η σιωπή επηρεάζουν τους άλλους σε έναν κάποιο βαθμό. Όταν για παράδειγμα κάποιος κάθεται στον πάγκο ενός εστιατορίου και τρώει κοιτώντας μπροστά, ή όταν ασχολείται με το κινητό του τηλέφωνο, επικοινωνεί με τους άλλους, δίνοντας το μήνυμα ότι δεν θέλει να μιλήσει ή να του μιλήσουν.

Αν και η υιοθέτηση ενός ορισμού που πιθανόν να εξυπηρετεί την δεδομένη στιγμή είναι επιστημονικά νόμιμη, δεν είναι αρκετή ώστε να φωτίσει το σύνολο των διαστάσεων του όρου ‘επικοινωνία’. Για το λόγο αυτό θα προσπαθήσουμε να συγκεντρωθούμε στην επικοινωνία μεταξύ των ανθρώπων εν γένει και να παρουσιάσουμε όσο πιο πολλές διαστάσεις της μπορούμε.

Η επικοινωνία είναι μια διαδικασία στην οποία είναι πολύ βασικό το σχεσιακό στοιχείο. Για να συντελεστεί δηλαδή επικοινωνία, απαιτούνται τουλάχιστον δυο

πλευρές⁸, αυτή του πομπού και αυτή του δεκτή, ή του ομιλητή και του ομιλούμενου. Σχηματικά, η επικοινωνία μπορεί να ειδοθεί ως ανταλλαγή και ερμηνεία κωδικοποιημένων μηνυμάτων. Τα μηνύματα αυτά κωδικοποιούνται από τον πομπό και πρέπει να ερμηνευτούν από τον δέκτη, διότι μέσα στο μήνυμα υπάρχει η πληροφορία. Αν η αποκωδικοποίηση που εκτελεί ο παραλήπτης, δεν συμπίπτει με αυτή που έχει επιβάλει στο μήνυμα ο πομπός, τότε το μήνυμα δεν γίνεται αντιληπτό. Όταν η διαδικασία αυτή συμπίπτει, δηλαδή όταν ο παραλήπτης αποκωδικοποιεί το μήνυμα όπως το έχει ορίσει η πηγή, τότε δημιουργούνται κοινά νοήματα μεταξύ των δυο υποκειμένων, πράγμα που φαίνεται να είναι βασικό στοιχείο για μια πετυχημένη επικοινωνία. (Ντάβου 2000)

Σε περιπτώσεις κατά τις οποίες η επικοινωνία μεταξύ ανθρώπων δεν γίνεται πρόσωπο με πρόσωπο αλλά με τη βοήθεια ενδιάμεσων μέσων, όπως είναι για παράδειγμα οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές ή τα κινητά τηλέφωνα, η κωδικοποίηση περιλαμβάνει εκτός των άλλων και τον κατάλληλο μετασχηματισμό του μηνύματος, έτσι ώστε να μπορέσει διερχόμενο από το μέσο μετάδοσης να φτάσει τελικά στον παραλήπτη⁹. Αυτός ο μετασχηματισμός αναφέρεται στην ψηφιοποίηση του φωνητικού μηνύματος ή της εικόνας, που καταγράφονται από το μικρόφωνο ή την κάμερα αντίστοιχα, και την κωδικοποίηση που συνήθως εφαρμόζεται για τη μετατροπή του στην κατάλληλη μορφή, έτσι ώστε να είναι δυνατή η αποστολή του στο άλλο άκρο του συστήματος. Όταν η επικοινωνία δεν γίνεται πρόσωπο με πρόσωπο αλλά διαμέσω κάποιου τρίτου προσώπου ή κάποιου τεχνολογικού εξοπλισμού, ονομάζεται διαμεσολαβημένη επικοινωνία.

Η διαμεσολαβημένη επικοινωνία δεν μπορεί να είναι ολοκληρωμένη και αυτό γιατί δεν περιλαμβάνει την άμεση φυσική επαφή. Στα χρόνια πριν την εφεύρεση του

⁸ Ακόμα και σε αυτό που ονομάζουμε 'προσωπική ή ενδοψυχική επικοινωνία' είναι απαραίτητη η ύπαρξη διαφορετικών συστατικών στοιχείων του υποκειμένου και θεωρείται ως μια μορφή διαπροσωπικής επικοινωνίας, όπου προηγούμενες εμπειρίες οργανώνονται σε ενότητες (εικόνες, συναισθήματα, φαντασιώσεις κ.α.) και αποτελούν τα διαφορετικά συστατικά στοιχεία του κάθε ανθρώπου. Βλ. Ντάβου (2000: 42-45)

⁹ Σημαντικό στοιχείο στη θεωρία της επικοινωνίας είναι η έννοια του θορύβου. Οποιοσδήποτε παράγοντας παρεμβάλλεται στη μετάδοση του μηνύματος, προκαλώντας έτσι την παραμόρφωσή του μπορεί να θεωρηθεί θόρυβος. Σε διαδικασίες συνομιλίας και προφορικής επικοινωνίας μεταξύ ανθρώπων, η φύση του θορύβου είναι αποκλειστικά ηχητική. Σε διαδικασίες μετάδοσης μηνυμάτων διαμέσω τεχνικού εξοπλισμού, ο θόρυβος είναι συνάρτηση του μέσου που χρησιμοποιείται σε κάθε περίπτωση.

(Μάργαρης Α. Ι., (χ.χ), Δεξιότητες Διαπροσωπικής Επικοινωνίας, διαθέσιμο: <<http://aetos.it.teithe.gr/~amarg/Skills/commSkills.pdf>>, πρόσβαση 09/09/2016.)

τηλεφώνου και του διαδικτύου, η διαμεσολαβημένη επικοινωνία ήταν συνήθως ετεροχρονισμένη. Ο αποστολέας του μηνύματος έπαιρνε την απάντηση σε ύστερο χρόνο, χωρίς καμία φυσική επαφή με τον παραλήπτη. Συμπεραίνουμε επομένως, ότι αυτή η μορφή επικοινωνίας δεν έχει την αυθόρμητη και σε μεγάλο βαθμό μη ελεγχόμενη ροή ενέργειας, που συμβαίνει σε πραγματικό χρόνο με τη φυσική παρουσία των ανθρώπων που επικοινωνούν. Στη σημερινή εποχή το τηλέφωνο προσφέρει μεν επικοινωνία σε πραγματικό χρόνο, είναι όμως ελλιπές όσον αφορά την φυσική επαφή. Μπορεί τα σύγχρονα κινητά τηλέφωνα να διαθέτουν υπηρεσίες βίντεο-κλήσεων, όπου υπάρχει ομιλία και ταυτόχρονα εικόνα, δηλαδή οπτική επαφή, παρόλα αυτά δεν είναι δυνατή η ολοκλήρωση της επικοινωνίας που θα υπήρχε, αν οι επικοινωνούντες βρισκότουσαν στον ίδιο χώρο, πρόσωπο με πρόσωπο. Μπορούμε δηλαδή να πούμε, ότι στην διαμεσολαβημένη επικοινωνία αποδυναμώνεται η δράση των αισθήσεων διότι σπανίως χρησιμοποιούνται όλες, αλλά και των συγκινήσεων, επειδή οι επικοινωνούντες βρίσκονται σε διαφορετικά γεωγραφικά μέρη και δεν υπάρχει η αναγκαία αμεσότητα, ώστε να συντελεστεί μια πιο ολοκληρωμένη μορφή επικοινωνίας (Ντάβου 2000).

Στην έρευνά της η Εκμεκτζιάν (2010) περιγράφει, πως η διαμεσολαβημένη επικοινωνία της σύγχρονης εποχής έχει τα εξής στοιχεία. Πρώτον είναι ‘δυναμικά ακατάπαυστη’, δηλαδή ο χρήστης μπορεί να επικοινωνήσει με οποιονδήποτε άλλο, ανα πάσα στιγμή, ανεξάρτητα από τα φυσικά και κοινωνικά χώρο- χρονικά όρια. Δεύτερον είναι ‘αόρατη’, που σημαίνει, ότι ο χρήστης συμμετέχει στην εξ αποστάσεως επικοινωνία μέσω συγκεκριμένων αισθήσεων. Ο χρήστης και ο συνομιλητής του, παραμένουν αόρατοι και η επικοινωνία περιορίζεται στον τόνο και στην χροιά της φωνής.

Τρίτον, η επικοινωνία είναι ‘άμεση’, μπορεί δηλαδή να λάβει χώρα την ίδια στιγμή που θα το θελήσει ο χρήστης. Τέταρτον είναι ‘ελεύθερη από κοινωνικό έλεγχο’. Το κινητό είναι ένα προσωπικό αντικείμενο και ο κάτοχός του έχει τη δυνατότητα να το μεταφέρει μαζί του. Δίνεται με αυτόν τον τρόπο η δυνατότητα της δημιουργίας προσωπικού χώρου οπουδήποτε. Φαίνεται λοιπόν, πως ο χρήστης μεταφέρει μαζί του, όχι την συσκευή καθεαυτή, αλλά τον προσωπικό του χώρο¹⁰. Τέλος, η

¹⁰ Η Εκμεκτζιάν (2010) επιχειρηματολογεί, ότι μέσω του κινητού ο χρήστης μπορεί να δημιουργήσει προσωπικό χώρο οπουδήποτε. Στο ίδιο θέμα, μελετητές, όπως η Κωνσταντοπούλου (2009), ο Eriksen (2005) και οι Henderson, Taylor & Thomson (2002 στο

διαμεσολαβημένη επικοινωνία είναι ‘καταναγκαστική’, με την έννοια ότι χωρίς αυτή δεν ανήκω ή δεν υπάρχω. Πρακτικά αυτό σημαίνει, ότι η συνεχής διαθεσιμότητα του ατόμου το καθιστά διαρκώς ‘επικοινωνήσιμο’ από οποιονδήποτε, κάθε στιγμή της ημέρας. Η συνεχής επικοινωνιακή διαθεσιμότητα φαίνεται πως εμφανίζεται ως ανάγκη και την ίδια στιγμή ως υποχρέωση του υποκειμένου. Χαρακτηριστικά, η Εκμεκτζιάν (ο.π: 136) αναφέρει: «Το υποκείμενο, αν επιθυμεί να ορίζει το ίδιο την κοινωνική του θέση και εικόνα, θα πρέπει να <<μην χάνει κλήση>>, θα πρέπει να βρίσκεται πάντα στο τέλος της γραμμής.»

Βασικό χαρακτηριστικό της επικοινωνίας ανάμεσα σε ανθρώπους είναι η αμφίδρομη φύση της, που χαρακτηρίζει κυρίως τη διεξαγωγή συζητήσεων και διαλόγων. Στην περίπτωση αυτή το κάθε άτομο, ανάλογα με το εάν ομιλεί ή όχι, μπορεί να είναι τόσο ομιλητής, όσο και ακροατής, ρόλοι οι οποίοι εναλλάσσονται συνεχώς κατά την πρόοδο μιας συζήτησης. Ο κάθε ακροατής μπορεί να ακούει ταυτόχρονα δύο ή και περισσότερους ομιλητές και ο εγκέφαλός του έχει γενικά τη δυνατότητα να ξεχωρίζει τα λεγόμενα του κάθε ομιλητή και να αποκωδικοποιεί το περιεχόμενό τους.

2.3 ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΛΟΓΟΥ

Ο συνηθέστερος τρόπος διαπροσωπικής επικοινωνίας είναι η λεκτική. Το μήνυμα δηλαδή, μεταδίδεται από τον αποστολέα προς τον παραλήπτη με τη μορφή λέξεων και φράσεων. Πρέπει να διευκρινίσουμε, ότι αυτό αφορά την προφορική επικοινωνία, αφού ως λεκτική επικοινωνία θεωρείται και εκείνη που στηρίζεται στη χρήση του γραπτού λόγου. Η λεκτική επικοινωνία είναι ο πιο πολύπλοκος τύπος επικοινωνίας, καθώς τα μηνύματα δημιουργούνται και εκπορεύονται από τον εγκέφαλο, ενώ η μετάδοσή τους στηρίζεται στη χρήση κάποιας φυσικής γλώσσας. Η γλώσσα είναι ουσιώδες στοιχείο της κοινωνικής ζωής και αποτελεί ένα κοινό μέσο επικοινωνίας, επηρεάζοντας τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβανόμαστε την κοινωνική ζωή, δεν αποτελεί όμως κοινό χαρακτήρα καθολικής σημασίας, αφού ενδέχεται κάποιες

Εκμεκτζιάν 2010) θεωρούν, ότι υπάρχει σύγχυση μεταξύ δημοσίου και ιδιωτικού χώρου, αφού το υποκείμενο μεταφέρει την ιδιωτική του ζωή στο δημόσιο πεδίο. Η θέση της παρούσας εργασίας είναι, ότι υπάρχει αλλαγή στις κοινωνικές υπαγορεύσεις που παραδοσιακά χαρακτήριζαν τον δημόσιο και τον ιδιωτικό χώρο, ωστόσο, είναι ο συνδυασμός της προσωπικής επιλογής και της κοινωνικής επιβολής, που θα κάνει το άτομο να μιλήσει για προσωπικά θέματα γνωρίζοντας ότι τον ακούνε ‘άλλοι’.

κοινωνικές ομάδες να την χρησιμοποιούν διαφορετικά. Μπορούμε επίσης να χρησιμοποιήσουμε διαφορετικούς γλωσσικούς κώδικες ανάλογα με το πρόσωπο με το οποίο βρισκόμαστε και ανάλογα με τον σκοπό που θέλουμε να πέτυχουμε (Miel D. & Dallos R, 2011).

Η γλώσσα λοιπόν ενδέχεται να εξαρτάται από το κοινωνικό πλαίσιο, αλλά δεν καθορίζεται απαραίτητως από αυτό. Μπορεί να γεννιόμαστε σε συγκεκριμένη κοινωνική τάξη, πολιτισμό και φύλο, αλλά μορφοποιούμε την εμπειρία μας με βάση συγκεκριμένα γλωσσικά ρεπερτόρια. Επομένως, η γλώσσα αποτελεί ένα διάμεσο στην επικοινωνία, αλλά και το μέσο αυτής, ενώ διαφορετικές μορφές της μπορεί να υιοθετηθούν ανάλογα με την συγκεκριμένη σχέση και περίπτωση¹¹. Η γλώσσα πάντως μέσω της οποίας κοινωνικοποιούμαστε, προσφέρει στους άλλους δείγματα της κοινωνικής μας ταυτότητας. Όπως πολύ εύστοχα αναφέρει η Κωνσταντοπούλου (2009: 34) «Για να είναι δυνατή η επικοινωνία, δεν αρκεί η γνώση μόνο μιας γλώσσας. Πρέπει να είναι γνωστές οι κοινωνικές και πολιτιστικές συνθήκες που παρέχουν τις ενδείξεις με τις οποίες τα παιδιά μαθαίνουν να επικοινωνούν σε ένα δεδομένο κοινωνικό πλαίσιο.»

Υπάρχουν δύο διαφορετικοί τύποι λεκτικής επικοινωνίας, η προφορική που στηρίζεται στη χρήση της ομιλίας, και η γραπτή που στηρίζεται στη χρήση του γραπτού λόγου. Κάποια χαρακτηριστικά των δυο αυτών τύπων λεκτικής επικοινωνίας είναι, ότι η προφορική πραγματοποιείται πάρα πολύ γρήγορα, καθώς η ταχύτητα ομιλίας είναι πολύ μεγαλύτερη από την ταχύτητα συγγραφής λέξεων στο χαρτί ή σε κάποιο τεχνολογικό μέσο. Επίσης, η προφορική ομιλία είναι πιο ευέλικτη, αφού φέρει τον ομιλητή και τον ακροατή σε άμεση προσωπική επαφή. Δύναται να πραγματοποιηθεί και προς τις δύο κατευθύνσεις και ανά πάσα στιγμή μπορεί να τροποποιηθεί, έτσι ώστε να προσαρμοσθεί στις ανάγκες των ακροατών. Σε περιπτώσεις κατά τις οποίες η προφορική επικοινωνία χαρακτηρίζεται από οπτική επαφή του ομιλητή με τους ακροατές και δεν πραγματοποιείται για παράδειγμα μέσω τηλεφώνου, δύναται να συμπληρωθεί με μη λεκτικά μηνύματα, έτσι ώστε η μεταφορά των μηνυμάτων στους ακροατές και η κατανόησή τους από αυτούς, να γίνει πολύ πιο εύκολα (Μάργαρης χ.χ).

¹¹ Η γλώσσα, όπως αναφέρει ο Παπαρίζος (2014), είναι η ψυχή μιας κοινωνίας και αυτό διότι η πρώτη αναδύεται και δημιουργείται συνεχώς μέσω των προφορικών και γραπτών μορφών της από τους ίδιους τους ανθρώπους. Η ψυχή του κάθε ανθρώπου παίρνει μορφή από τους ήχους της γλώσσας του, ενώ όλες οι κοινωνικές πρακτικές υπάρχουν μέσω της γλώσσας και των λέξεων.

Βασικό μειονέκτημα της προφορικής επικοινωνίας είναι πως δεν διαρκεί στο χρόνο, παρά μόνο εάν η συνομιλία του ομιλητή με τους ακροατές καταγραφεί με τη βοήθεια κάποιας συσκευής. Από την άλλη πλευρά, το βασικό πλεονέκτημα της γραπτής επικοινωνίας είναι η δυνατότητα προετοιμασίας της πριν τη μεταβίβαση του μηνύματος. Η εκπομπή της πληροφορίας δεν είναι άμεση, όπως στην προφορική επικοινωνία όπου ο ομιλητής είναι υποχρεωμένος να σκεφτεί επί τόπου την απάντηση που θα δώσει ή ακόμη και να αυτοσχεδιάσει. Ο συντάκτης του κειμένου έχει σαφώς περισσότερο χρόνο να προετοιμαστεί και να οργανώσει τις ιδέες του.

Εκτός από τις μορφές που παρουσιάστηκαν στις προηγούμενες σελίδες, υπάρχουν επίσης μη διατυπωμένες και μη λεκτικές μορφές επικοινωνίας, χωρίς τη γνώση των οποίων ένα μεγάλο μέρος της συμπεριφοράς του ατόμου και της κοινωνίας δεν μπορεί να γίνει κατανοητό. Οι εκφράσεις του προσώπου, οι στάσεις του σώματος, οι κινήσεις του, η οπτική επαφή και οι άναρθροι ήχοι, όπως το γέλιο, είναι κάποια μέσα που χρησιμοποιούν οι άνθρωποι για να επικοινωνήσουν, τα οποία εντάσσονται στην μη λεκτική επικοινωνία.

2.4 ΜΗ ΛΕΚΤΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ. – Η ΓΛΩΣΣΑ ΤΟΥ ΣΩΜΑΤΟΣ

Τα μη λεκτικά επικοινωνιακά συστήματα αναπτύσσονται μέσα από την πρώιμη σχέση του βρέφους με την μητέρα, δηλαδή αρκετά νωρίτερα από την ανάπτυξη του λόγου. Τα συστήματα αυτά βασίζονται σε αισθησιοκινητικές λειτουργίες όπως η φυσική επαφή και οι συσπάσεις των μυών. Ως πιο πρώιμα των λεκτικών επικοινωνιών συστημάτων είναι λιγότερο ελεγχόμενα και σε μεγάλο βαθμό ασυνείδητα. (Ντάβου 2000)

Η μη λεκτική επικοινωνία στηρίζεται στην εκούσια ή ακούσια μετάδοση μηνυμάτων, που εκπορεύονται από το ίδιο το σώμα του ομιλητή διαμέσω διαδικασιών, όπως είναι οι κινήσεις των ματιών ή των χεριών, ή ακόμη το βάδισμα και η στάση του. Έρευνες έχουν δείξει πως η επίδραση του μηνύματος ενός ομιλητή προς τους ακροατές, προέρχεται κατά 55% από τις κινήσεις του σώματός του (κυρίως από τις εκφράσεις του προσώπου του), κατά 38% από τη φωνή του και μόνο κατά 7% από το περιεχόμενο του προφορικού του λόγου (Μάργαρης χ.χ). Το συμπέρασμα αυτό είναι πολύ σημαντικό, καθώς αναδεικνύει τη μεγάλη σημασία που έχει η εστίαση της προσοχής του ακροατή

στη γλώσσα του σώματος του ομιλητή, για την λειτουργία σωστής και αποδοτικής επικοινωνίας ανάμεσά τους. Τα μηνύματα που μεταδίδονται δια της χρήσεως της γλώσσας του σώματος, συνήθως είναι πολύ πιο αξιόπιστα σε σχέση με εκείνα που προέρχονται από την ομιλία. Δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις κατά τις οποίες ένας ομιλητής ψεύδεται εσκεμμένα για κάποιο θέμα. Στην περίπτωση αυτή, ο ομιλητής μπορεί να ελέγξει τον τόνο, το ρυθμό και το ύφος της φωνής του, έτσι ώστε να μην προδίδουν πως πιστεύει άλλα πράγματα από εκείνα που λέει.

Οι κινήσεις του σώματος δεν είναι επίκτητες αλλά δημιουργούνται και νομιμοποιούνται κοινωνικά¹². Χωρίς λοιπόν κάποια ιδιαίτερη διαδικασία εκπαίδευσης, οι άνθρωποι από νεαρή ηλικία πραγματοποιούν και δοκιμάζουν κινήσεις. Αρχικά μιμούνται το οικογενειακό περιβάλλον, ενώ το περιεχόμενο αυτών των κινήσεων συναρτάται άμεσα από το πολιτισμικό και κοινωνικό περιβάλλον, που χαρακτηρίζει το χώρο καταγωγής του ατόμου. Ωστόσο, ακόμα και μέσα στο ίδιο το περιβάλλον είναι δυνατόν να υπάρξουν αποκλίσεις ανάμεσα στις κινήσεις του σώματος και τα νοήματα που μεταφέρονται από αυτές, καθώς εξαρτώνται εκτός των άλλων, από το βιοτικό και μορφωτικό επίπεδο του ατόμου που συνομιλεί.

Οι κινήσεις του σώματος εξυπηρετούν πολλούς και διαφορετικούς σκοπούς επικοινωνίας. Η συμμετοχή ολόκληρου του σώματος είναι βασικός παράγοντας στην άμεση αλληλόδραση των υποκειμένων.

Το πρόσωπο είναι το πιο εκφραστικό μέρος του ανθρωπίνου σώματος. Υποστηρίζεται ότι μέσω των εκφράσεων του προσώπου εκδηλώνονται τα συναισθήματα (Giddens 2002). Μέσω των εκφράσεων του προσώπου μπορούμε να μεταφέρουμε όλα όσα ειπώθηκαν νωρίτερα, επιπλέον, σε μια συνομιλία συνηθίζεται οι συν-ομιλούντες να κοιτάζουν ο ένας το πρόσωπο του άλλου. Όσο πιο μεγάλο τμήμα του προσώπου είναι καλυμμένο, τόσο μικρότερο είναι και το ποσοστό των πληροφοριών που αντλούμε από αυτό. Τυπική έκφραση του προσώπου που παρατηρούμε σχεδόν πάντα στους συνομιλητές μας, είναι η κίνηση του βλέμματος. Ένα χαμηλό βλέμμα συνήθως παραπέμπει σε συνεσταλμένο άτομο, ή σε κάποιον που κρύβει κάποιο μυστικό ή αισθάνεται ενοχή. Παρόμοια συμπεράσματα μπορούν να

¹² Σε μερικές κοινωνίες οι άνθρωποι γνέφουν όταν θέλουν να πουν 'όχι', σε αντίθεση με την Άγγλο-αμερικανική πρακτική. Αυτό σημαίνει, ότι δεν υπάρχουν κινήσεις, ή χειρονομίες που να χαρακτηρίζουν όλους τους πολιτισμούς. Giddens A., (2002).

προκύψουν εάν το μέτωπο του ατόμου είναι ζαρωμένο ή επίπεδο, ή εάν το πηγούνι του είναι τεντωμένο. (Μάργαρης, ο.π)

Παρομοίως, οι κινήσεις των χεριών αποτελούν αναπόσπαστο στοιχείο της μη λεκτικής επικοινωνίας και προσδίδουν στον ομιλητή υψηλό βαθμό εκφραστικότητας. Οι πιο πολλοί από τους ανθρώπους ξύνουν τα χέρια τους σε καταστάσεις σύγχυσης ή απορίας. Τοποθετούν τα χέρια πάνω στα γόνατά τους για να δηλώσουν ετοιμότητα ,ή κρύβουν τα χέρια τους πίσω από την πλάτη για να εκφράσουν αυτοέλεγχο και αυτοπεποίθηση. Τέλος, η στάση των χεριών προς τον ακροατή κρύβει συναισθήματα οικειότητας και εγκαρδιότητας, ενώ το ανασήκωμα των ώμων μπορεί να δηλώνει απροθυμία ή αμφιβολία.

Συνοψίζοντας, η αλληλεπίδραση δυο ατόμων πρόσωπο με πρόσωπο εμπεριέχει εξ'ορισμού και το σώμα εκτός από τις λέξεις. Χρησιμοποιούμε τις εκφράσεις του προσώπου και τις κινήσεις του σώματος, για να συμπληρώσουμε αυτό που θέλουμε να πούμε με τα λόγια. Χωρίς να το αντιληφθούμε παρατηρούμε τις κινήσεις του άλλου, τις εκφράσεις και τις στάσεις του σώματος. Παρατηρούμε ακόμα την εμφάνιση, τις σωματικές διαστάσεις και το ντύσιμο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙΙ

Η ΕΠΟΧΗ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΚΑΙ Η ΔΙΚΤΥΩΜΕΝΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ

3.1 ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Με την έλευση της ευρυζωνικότητας¹³ και της τρίτης γενιάς κινητών οι χρήστες, που στην πλειοψηφία τους είναι παιδιά και έφηβοι, έχουν άμεση και γρήγορη πρόσβαση στο διαδίκτυο. Η ζωή στον χώρο του διαδικτύου αποτελεί πλέον αναπόσπαστο μέρος τις καθημερινότητας των εφήβων, ενώ η αυξανόμενη πρόσβαση σε αυτό επηρεάζει την κοινωνική ζωή των ατόμων. Η επιρροή αυτή αρχίζει από μικρή ηλικία με την αλλαγή των πρακτικών της κοινωνικοποίησης. Ενώ παλαιότερα οι νέοι κοινωνικοποιούνταν με άμεση αλληλόδραση ο ένας με τον άλλο, στους δρόμους, σε πλατείες, σε πάρκα και αργότερα στα μεγάλα εμπορικά καταστήματα τύπου Mall, σήμερα η εικόνα έχει αλλάξει. Μια παρέα νέων με κινητά στα χεριά είναι πολύ οικεία. Είναι πλέον σύνηθες να βλέπουμε μια παρέα παιδιών και πολλά από αυτά να ασχολούνται με το κινητό τους τηλέφωνο, που τις περισσότερες φορές είναι smartphone. Το σημαντικό είναι, ότι οι πρακτικές αυτές κοινωνικοποίησης δεν αλλάξαν, απλώς μεταφέρθηκαν σε έναν άλλο χώρο, αυτόν του διαδικτύου¹⁴. Εκεί, τα παιδιά περνούν τον χρόνο τους κάνοντας ό,τι ακριβώς έκαναν στις πλατείες και στα Mall. Διαπραγματεύονται την ταυτότητά τους, κουτσομπολεύουν, συνεργάζονται, ανταλλάσσουν πληροφορίες, φλερτάρουν κ.α. (Τσαλίκη 2011).

Το Internet έχει ιδιαίτερο ρόλο στη διαμόρφωση της κοινωνίας της πληροφορίας, καθώς αποτελεί τη βάση λειτουργικών εφαρμογών και ένα ενιαίο, εύχρηστο λογισμικό περιβάλλον, που επιτρέπει την πρακτική του χρήση από ανθρώπους χωρίς ιδιαίτερο γνωσιακό υπόβαθρο. Τα χαρακτηριστικά του διαδικτύου σύμφωνα με τον Eriksen

¹³ Με τον όρο Ευρυζωνικότητα εννοούμε ένα προηγμένο και καινοτόμο περιβάλλον, από κοινωνική και τεχνολογική άποψη, το οποίο αποτελείται από γρήγορες συνδέσεις με το Διαδίκτυο και κατάλληλες δικτυακές υποδομές για την ανάπτυξη νέων ευρυζωνικών εφαρμογών και υπηρεσιών. (ευρυζωνικότητα. Διαθέσιμο <<http://broadband.cti.gr/el/evrizonikotita/evrizonikotita.php>> πρόσβαση 15/06/2016)

¹⁴ Στο συμπέρασμα ότι οι άνθρωποι του διαδικτύου κάνουν ό,τι και στην πραγματική ζωή, δηλαδή ερωτεύονται, βρίσκουν και χάνουν φίλους, φλερτάρουν κ.α., καταλήγει και ο Λυγεράκης Γ. (virtual κοινότητες, ειδικό τεύχος της Compulink, Ιανουάριος 1995. Στο Κωνσταντοπούλου 2009.) τονίζοντας, όμως, ότι αφήνουν πίσω τα σώματά τους.

(2005) είναι, ότι είναι απίστευτα δημοκρατικό και αποκεντρωμένο, αφού ο καθένας μπορεί να βρει ό,τι θέλει. Επίσης είναι απίστευτα γρήγορο και περιέχει πολλές διαφημίσεις, ενώ το περιεχόμενό του σε σχέση με τα έντυπα έγγραφα, αλλάζει συνεχώς. Συχνός χαρακτηρισμός του διαδικτύου είναι επίσης η ονομασία του ως ‘υπερλεωφόρος της πληροφορίας’. Το διαδίκτυο δεν ανήκει σε κανέναν, αλλά αποτελεί έναν πολύ-συμμετοχικό φορέα, στον οποίο συμμετέχουν τόσο οι παραγωγοί, όσο και οι καταναλωτές της πληροφορίας που συσσωρεύεται σε αυτό¹⁵. Στα πλαίσια της παρούσας μελέτης, αποδεχόμαστε τον ορισμό που δίνουν οι Γαβαλάς, Κασαπάκης, Χατζηδημήτρης, (2015: 23-24) για το διαδίκτυο ώστε να οροθετηθεί ως προς το περιεχόμενό του και να προληφθεί τυχόν σύγχυση στην αντίληψη του συγκεκριμένου όρου. Το διαδίκτυο λοιπόν ορίζεται ως ένα: «παγκόσμιο σύστημα διασυνδεδεμένων δικτύων υπολογιστών που χρησιμοποιούν τη σουίτα πρωτοκόλλων TIP/IP, με σκοπό τη διασύνδεση δισεκατομμυρίων συσκευών παγκοσμίως. Θεωρείται ως το διεθνές δίκτυο που αποτελείται από εκατομμύρια ιδιωτικά, δημόσια, ακαδημαϊκά, επιχειρηματικά και κυβερνητικά δίκτυα μεταγωγής πακέτων, διασυνδεδεμένων μέσω ενός ευρέος φάσματος ηλεκτρονικών, ασύρματων και οπτικών τεχνολογιών δικτύωσης. Το διαδίκτυο παρέχει την τεχνολογική υποδομή για την διάθεση μεγάλου εύρους πληροφοριακών πόρων και συσκευών, όπως των διασυνδεδεμένων εγγράφων υπερκείμενου, του παγκόσμιου ιστού, την υποδομή υποστήριξης ηλεκτρονικής αλληλογραφίας κ.α.»

Το Διαδίκτυο προέκυψε με αυτόματο τρόπο μετά την πτώση του Τείχους του Βερολίνου, μπορούμε όμως να αναζητήσουμε τις απαρχές του από το 1969, την περίοδο δηλαδή του Ψυχρού πολέμου. Το διαδίκτυο ξεκίνησε από το Πεντάγωνο των ΗΠΑ με την ονομασία ARPA¹⁶. Ο σκοπός του ήταν περιορισμένος, καθώς το δίκτυο αυτό επιδίωκε να επιτρέψει σε επιστήμονες που δούλευαν σε στρατιωτικές

¹⁵ Ο Manuel Castells στο βιβλίο του: Castells M., (2003-2005), *Ο γαλαξίας του διαδικτύου: στοχασμοί για το διαδίκτυο, τις επιχειρήσεις και την κοινωνία*, μτφρ Αστέριου Ε., Καστανιώτη, Αθήνα. Περιγράφει τις σύγχρονες κοινωνικές αλλαγές και τις νέες δομές που διαμορφώνονται από την αυξανόμενη χρήση του διαδικτύου. Μεταξύ άλλων, περιγράφει την ιστορική διαδρομή του διαδικτύου, τον νέο πολιτισμό που εισάγει, ενώ δεν παραλείπει να ασχοληθεί με την οικονομία και τις ηλεκτρονικές επιχειρηματικές δραστηριότητες και τέλος τις επονομαζόμενες εικονικές κοινωνίες.

¹⁶ Το ARPA είναι τα αρχικά της υπηρεσίας προωθημένων ερευνητικών προγραμμάτων του Πεντάγωνου: (Advanced Research Project Agency).

εγκαταστάσεις σε διαφορά σημεία της Αμερικής, να ενώσουν της δυνάμεις τους και να συνεργαστούν. Έπειτα, οι δημιουργοί του αποφάσισαν να το χρησιμοποιήσουν ως μέσω διαβίβασης μηνυμάτων, με τη χρήση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Μέχρι το 1980 το internet του πενταγώνου αποτελούταν από 500 υπολογιστές που βρίσκονταν σε στρατιωτικά εργαστήρια και σε πανεπιστημιακά τμήματα θετικών επιστήμων. Το 1987 το internet είχε επεκταθεί τόσο, ώστε συνέδεε 28.000 υπολογιστές σε πολλά διαφορετικά πανεπιστήμια και ερευνητικά εργαστήρια. Με τη διάδοση των προσωπικών υπολογιστών, το διαδίκτυο άρχισε να επεκτείνεται προς τα έξω και η χρήση του αυξήθηκε εκρηκτικά. Από το 1994 και έπειτα πολλές εταιρείες επεκτάθηκαν στη χρήση του διαδικτύου σε τέτοιο βαθμό, που ξεπερνούσαν τα πανεπιστήμια ως κύριοι χρήστες του (Giddens 2002). Από το 91 κι έπειτα, όπου το Internet έγινε προσβάσιμο προς το ευρύ κοινό, άνησε η χρήση των e-mail ως επικοινωνιακό μέσο, ενώ ο αριθμός των ιστοσελίδων αυξάνεται με ραγδαίους ρυθμούς. Έτσι, δημιουργήθηκε και απογειώθηκε αυτό που ονομάζουμε παγκόσμιος ιστός και σηματοδότησε την αρχή μιας νέας εποχής.

Αυτό που κάνει τον κυβερνοχώρο μοναδικό, είναι ότι μπορεί και ενσωματώνει τοπικά και περιφερικά δίκτυα, βάσεις δεδομένων και κάθε είδους πληροφορία, σε ένα κύριο δίκτυο παγκόσμιας εμβέλειας, (World Wide Web) το οποίο είναι προσβάσιμο από εκατομμύρια χρήστες από όλο τον κόσμο (Αναστασιάδης 2000). Ο παγκόσμιος αυτός ιστός είναι αναμφισβήτητα η δημοφιλέστερη υπηρεσία του διαδικτύου, και ορίζεται από τους Γαβαλά, Κασαπάκη και Χατζηδημήτρη, (2015: 23-24) ως ένα «σύστημα διασυνδεδεμένων εγγράφων υπερκείμενου τα οποία προσπελάζονται μέσω του διαδικτύου. Τα έγγραφα αυτά ονομάζονται ιστοσελίδες και μπορεί να περιέχουν κείμενο, εικόνες, βίντεο κ.α. Οι ιστοσελίδες φορτώνονται σε ειδικό λογισμικό (browser), το οποίο επιτρέπει την περιήγηση μεταξύ σελίδων.»

Το διαδίκτυο λοιπόν, αποτελεί έναν μοναδικό μηχανισμό διάχυσης οποιασδήποτε πληροφορίας και δίνει τη δυνατότητα μέσω της ευχρηστίας του, να επικοινωνήσουν και να συνεργαστούν άνθρωποι, ανεξάρτητα από την χωρική απόσταση που έχουν. Είναι ουσιαστικά η τεχνολογία που ξεπερνά τα εθνικά σύνορα και εξαλείφει τα εμπόδια στην ελεύθερη ροή των πληροφοριών. Φαίνεται επίσης, ότι το διαδίκτυο τείνει να έχει

θετικές συνέπειες στην κοινωνική αλληλεπίδραση και αυξάνει την έκθεση σε άλλες πηγές πληροφόρησης. Οι χρήστες του διαδικτύου παρακολουθούν περισσότερα καλλιτεχνικά γεγονότα, διαβάζουν περισσότερα λογοτεχνικά βιβλία και παρακολουθούν περισσότερο διάφορα αθλήματα, απ' ό,τι οι μη χρήστες (Castells 2003/2005).

Η πληροφορία μέσω του διαδικτύου έχει και αυτή τη μορφή δεδομένων και μπορεί να απευθύνεται σε πολλούς ενδιαφερόμενους ανά τον κόσμο. Αυτό έχει τέσσερα επακόλουθα σύμφωνα με τους Δουκατά& Πολίτη (2014). Πρώτον, ότι καθώς η πληροφορία περνάει από το ένα άτομο στο άλλο, πολλαπλασιάζεται και δημιουργεί παραπροϊόντα πληροφορίας. Δεύτερον, το μέγεθος της δομής της διάχυσης της πληροφορίας αυξάνεται και καθώς η δομή μεγαλώνει, το περιεχόμενο πολλαπλασιάζεται για να καλύψει το κενό. Τρίτο επακόλουθο είναι, ότι όσο πιο πολύπλοκα γίνονται τα μέσα και οι χώροι αποθήκευσης της πληροφορίας, τόσο πιο εφήμερα είναι. Τέλος, τίθεται το ερώτημα: είμαστε έτοιμοι να διαχειριστούμε αυτή την ποσότητα πληροφορίας; Διαθέτουμε την απαραίτητη πνευματική και συναισθηματική ικανότητα για να την απορροφήσουμε, να την κατανοήσουμε και να την χρησιμοποιήσουμε; Τα επακόλουθα αυτά οι Δουκατά& Πολίτης (ο.π: 424) τα ονομάζουν «εντροπία της πληροφορίας», διότι η πληροφορία μεγαλώνει, εξαπλώνεται και γίνεται περισσότερο πολύπλοκη.

3.2 ΠΡΟΣΕΓΓΙΖΟΝΤΑΣ ΤΗΝ ΕΠΟΧΗ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ

Είναι δύσκολο να δοθεί ένας ορισμός που να καλύπτει όλες τις πτυχές του όρου 'πληροφορία'. Οι περισσότερες προσεγγίσεις του όρου από θεωρητικούς συνδυάζουν το 'δεδομένο', με το 'νόημα', ως συστατικά στοιχεία της πληροφορίας. Οι David& Olson,(1985:200, στο Αρακά, Κούτρας, Μακρίδου, 2014: 398) υποστηρίζουν, ότι πληροφορία είναι τα «δεδομένα που έχουν υποστεί επεξεργασία κατά τρόπο που να έχουν νόημα για τον παραλήπτη», ενώ οι Checkland& Scholes (1990: 303, στο ο.π) δίνουν έναν πιο σχηματικό ορισμό της πληροφορίας λέγοντας, πως «πληροφορία =

δεδομένα + νόημα. Ένας πιο εκτεταμένος αν και γενικός ορισμός τέλος, δίνεται από τον Μπώκο (2001: 27), οπού ως πληροφορία ορίζει «οποιοδήποτε δεδομένο του περιβάλλοντος προσλαμβάνεται, συνειδητά ή όχι, ενεργητικά ή παθητικά, με τη βοήθεια ποικίλων αισθητήριων οργάνων και γίνεται αντικείμενο νοητικής επεξεργασίας από το άτομο.»

Ο όρος εποχή/κοινωνία της πληροφορίας, αναφέρεται στην ιδέα, ότι η σημερινή εποχή χαρακτηρίζεται από την δυνατότητα των ανθρώπων να ανταλλάσσουν και να μεταφέρουν πληροφορίες ελεύθερα, καθώς μπορούν να έχουν άμεση πρόσβαση σε γνώσεις που θα ήταν δύσκολο, ή αδύνατο να βρεθούν στο παρελθόν. Ο όρος αυτός έχει κυριαρχήσει στην Ευρώπη σε αντίθεση με τις ΗΠΑ, όπου επικρατεί ο όρος ‘λεωφόροι πληροφοριών’, και στις δυο όμως περιπτώσεις τονίζεται η σημασία της πληροφορίας στη ζωή του σημερινού τύπου ανθρώπου.

Μέχρι σήμερα η πληροφορία ήταν δέσμια των μορφολογικών της χαρακτηριστικών, όπως η έντυπη μορφή της. Την έντυπη αυτή κυριαρχία της πληροφορίας στη δύση ο McLuhan την ονόμασε ‘γαλαξία του Γουτεμβέργιου’. Η ψηφιοποίηση της πληροφορίας όμως και η διάχυσή της μέσω των ηλεκτρονικών δικτύων στον τελικό χρήστη, την καθιστά ένα από τα σημαντικότερα συστατικά στοιχεία του νέου μοντέλου κοινωνικής και οικονομικής οργάνωσης. Μιμούμενος τον McLuhan, ο Castells ονόμασε τον νέο αυτό κόσμο επικοινωνίας ‘γαλαξία του διαδικτύου’.

Τα κύρια χαρακτηριστικά των δομών της κοινωνίας της πληροφορίας, είναι η ικανότητα παραγωγής και γρήγορης διαχείρισης της πληροφορίας, σε συνδυασμό με την ταχύτητα μετάδοσής της. Αυτό θα διευκολύνει την πρόσβαση των ενδιαφερόμενων σε τεράστιους όγκους πληροφοριών, χωρίς να χρειαστεί να πάνε σε κάποιον χώρο αποθήκευσης της πληροφορίας, όπως για παράδειγμα σε κάποια βιβλιοθήκη. Οι πληροφορίες πλέον ταξιδεύουν μέσω δικτύων προς τους ανθρώπους, ο οποίοι μπορούν να τις αναζητήσουν από σταθερό γεωγραφικό σημείο. (Αναστασιάδης, 2000).

Κάθε εποχή, αναφέρεται στην έλευση των νέων μέσων επικοινωνίας τα οποία είναι περισσότερο αποτελεσματικά από τα προηγούμενα και θα εξυπηρετούν καλύτερα

τις ανθρώπινες ανάγκες. Άλλωστε, αποτελεί σύνηθες χαρακτηριστικό κάθε εποχής να θεωρεί, ότι τα νέα μέσα που συνδέονται μαζί της είναι και τα καλύτερα. Στα τέλη του 19^{ου} αιώνα το νέο μέσο ήταν ο κινηματογράφος, στις αρχές του 20^{ου} το ραδιόφωνο, μετά ήρθε η τηλεόραση και τέλος το διαδίκτυο. Σήμερα, το μέσο που έχει επικρατήσει κι έχει αντικαταστήσει ή ενσωματώσει πολλά από τα προηγούμενα, είναι το κινητό τηλέφωνο smartphone. (Παπαθανασόπουλος 2005)

Ο Daniel Bell παρουσίασε την πορεία της κοινωνίας της πληροφορίας μέσα από αυτό που ο Kumar (1995/2005: 26) ονομάζει «πορεία ανάμεσα στους τομείς απασχόλησης». Σύμφωνα με αυτή τη θεώρηση, με το πέρασμα του χρόνου είναι φανερή η μετάβαση από την εποχή που οι περισσότεροι άνθρωποι κέρδιζαν τα προς το ζην μέσω της γεωργίας (προβιομηχανική εποχή), αργότερα στην στροφή στην βιομηχανία (βιομηχανική εποχή), και πιο πρόσφατα την στροφή στις υπηρεσίες και στην πληροφορία (Bell 1973). Μεγάλη πλειοψηφία ανθρώπων στον σύγχρονο δυτικό κόσμο εργάζεται σε επαγγέλματα σχετικά με την παροχή υπηρεσιών, όπως η διδασκαλία, η οικονομία, και η διαχείριση. Αυτό σημαίνει ότι έχουμε εισέλθει στην εποχή της πληροφορίας, αφού το κύριο χαρακτηριστικό των επαγγελματιών αυτών είναι η πληροφορία. Γνωστή είναι η πρόταση ‘ η γνώση είναι δύναμη’. Αυτό ίσχυε στην περίοδο της κλασσικής νεοτερικότητας, ακόμα όμως δεν έχει χάσει την ορθότητά της, αν και η πληροφορία δεν είναι πια κάτι σπάνιο. Το ζήτημα λοιπόν δεν είναι να αναζητήσουμε περισσότερες πληροφορίες, αλλά να μάθουμε να φιλτράρουμε τον όγκο αυτών των πληροφοριών.

Υπάρχει γύρω μας εξαιρετικά πολλή πληροφορία και αρκετή για όλους, πράγμα που δε συνέβαινε στην βιομηχανική κοινωνία. Μια κρίσιμη δεξιότητα της κοινωνίας της πληροφορίας, είναι το να μπορεί κάποιος να προστατεύσει τον εαυτό του από το 99% της παρεχόμενης πληροφορίας που του είναι άχρηστη και να μπορεί να αξιοποιεί στο έπακρο το 0.1% της πληροφορίας που του είναι χρήσιμη (Eriksen, 2005). Ο Eriksen (ο.π: 17) υποστηρίζει, ότι «έχουμε σκλαβωθεί από την τεχνολογία που μας υποσχέθηκε

απελευθέρωση¹⁷». Για να στηρίξει αυτή του τη θέση, αναφέρεται στην σταδιακή εξέλιξη των τεχνολογιών επικοινωνίας, διότι τις τελευταίες δεκαετίες αναπτύχθηκε πληθώρα τεχνολογιών εξοικονόμησης χρόνου, όπως τα κινητά τηλέφωνα, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και ακόμα, τα αυτοκίνητα και οι φούρνοι μικροκυμάτων. Ωστόσο, ο χρόνος που έχουμε στη διάθεσή μας σήμερα είναι λιγοστός. Η πληροφοριακή επανάσταση προσέφερε στον καθένα πολλαπλές δυνατότητες πρόσβασης στην πληροφορία, επηρεάζοντας εκατομμύρια ανθρώπους σε όλο τον κόσμο. Η πρόσβαση αυτή στην πληροφορία ήταν αδιανόητη πριν από μια γενιά. Παρόλα αυτά, η ποικιλία της δωρεάν ή μη, διαθέσιμης πληροφορίας δεν κατέληξε σε έναν καλύτερα πληροφορημένο κόσμο, αλλά γέννησε μεγάλη σύγχυση, αφού σύμφωνα με τον Eriksen (ο.π) βρισκόμαστε στα πρόθυρα δημιουργίας ενός νέου είδους κοινωνίας, όπου θα είναι αδύνατο να δομήσει κανείς οποιαδήποτε σκέψη, που γραμμένη θα καταλαμβάνει περισσότερο από 3 γραμμές. Αυτό συμβαίνει διότι η κοινωνία της πληροφορίας, αντί να ταξινομεί τη γνώση στοιχίζοντάς την μεθοδικά, προτείνει πάμπολλες πληροφορίες, οι οποίες δεν εντάσσονται σε κάποιο γενικότερο πλαίσιο, αλλά συνδέονται μεταξύ τους με τυχαίο τρόπο, καταλήγοντας τελικά στην δημιουργία σύγχυσης.

Ο Αναστασιάδης (2000) προσεγγίζει την ανάδυση της εποχής της πληροφορίας σε αναλογία με την εξέλιξη των ηλεκτρονικών υπολογιστών. Έτσι, η πρώτη φάση είχε ως χαρακτηριστικό της γνώρισμα τα μεγάλα υπολογιστικά συστήματα mainframe, η δεύτερη χαρακτηρίζεται από την ανάπτυξη μικρότερων συστημάτων, η χρήση των οποίων ήταν αυστηρά επαγγελματική και σχετιζόταν με μικρό μέρος του εργασιακού περιβάλλοντος και της καθημερινής ζωής. Η τρίτη φάση ξεκίνησε με τη μαζική παραγωγή των προσωπικών Η/Υ σε τιμές προσιτές στον μέσο καταναλωτή, προσφέροντας πολλές δυνατότητες και εφαρμογές τόσο στο σπίτι, όσο και στον χώρο εργασίας. Ο Αναστασιάδης (ο.π) υποστηρίζει ότι η εποχή που ζούμε αποτελεί την τέταρτη φάση της εξάπλωσης του υπολογιστή, όπου είναι ουσιαστικά η εποχή της δικτύωσης των πάντων με τα πάντα. Δεν θα διαφωνήσω πλήρως με την θέση αυτή, αφού είναι αλήθεια ότι μέσω του ηλεκτρονικού υπολογιστή ξεκίνησε η ανάδυση της

¹⁷ Η Κωνσταντοπούλου (2009) αναφέρει, ότι το επικοινωνιακό απόφθεγμα της σύγχρονης κοινωνίας είναι το σλόγκαν: *‘Δεν είσαι ποτέ μονός σου όταν είσαι με τον υπολογιστή σου’*. Δεν θα πρέπει ωστόσο να ξεχνάμε, ότι παρόλο που ο ηλεκτρονικός υπολογιστής είναι ένα ανθρώπινο κατασκευάσμα, θεοποιήθηκε, ενώ τα αποτελέσματά του θεωρήθηκαν αλάνθαστα.

εποχής της πληροφορίας, ωστόσο δεν θα μπορούσε ποτέ να φτάσει σε μια κάποια ολοκλήρωση χωρίς την συμβολή των smartphones, όπου στην ουσία λειτουργούν ως ηλεκτρονικοί υπολογιστές, οι οποίοι όμως δεν χρειάζονται κάποιο έδρανο, είναι συνεχώς μαζί μας και σε λειτουργία και είναι απολύτως προσωπικοί.

Ο αιώνας της πληροφορίας λοιπόν, παρέχει τη βάση για μια κοινωνία όπου χαρακτηριστικό της είναι η πρόσβαση στο διαδίκτυο (ο Castells την ονομάζει δικτυακή κοινωνία (στο: αιώνας της πληροφορίας και δικτυακή κοινωνία) και ο πολίτης μετατρέπεται σε πολίτη του διαδικτύου (citizen- netizen)¹⁸.

Στην εποχή της πληροφορίας η μετάλλαξη της μορφολογίας και η λυτρωτική αποδέσμευση της πληροφορίας από χωροχρονικούς περιορισμούς την καθιστούν προσπελάσιμη μέσω των όποιων δικτυωμένων συσκευών (όπως ηλεκτρονικοί υπολογιστές, tablets και smartphones) στους ενδιαφερόμενους, οι οποίοι την αναζητούν χωρίς να απαιτείται πλέον η μετακίνηση από τον χώρο της γεωγραφικής τους εγκατάστασης, προς το φυσικό ή τεχνητό σημείο αποθήκευσής της. Οι αλλαγές αυτές έχουν ως αποτέλεσμα την διαίρεση του χρόνου σε όλο και πιο μικρές μονάδες, ώστε πλέον ο χρόνος παύει να υφίσταται ως διάρκεια και υπάρχει μόνο ως στιγμές, έτοιμες να καταληφθούν από τις επόμενες στιγμές. Είναι αυτό που ο M Castells ονομάζει «άχρονο χρόνο».

Η νέα αυτή μορφή της πληροφορίας, η ψηφιοποιημένη πληροφορία, αποτελεί το κυριότερο συστατικό στοιχείο της αναδύμενης κοινωνίας της πληροφορίας. Η ψηφιοποίηση και η διάχυσή της μέσω των ηλεκτρονικών δικτύων προς το κοινό, την καθιστά ένα ιδιότυπο προϊόν με ιδιαίτερα προστιθέμενη αξία. Η πληροφορία με την ψηφιοποίησή της γίνεται περισσότερο ευέλικτη και ευκολότερα ανακτήσιμη, ωστόσο η ουσία και ο ορισμός της παραμένει ο ίδιος. Το να αποκτήσει κάποιος πληροφορία σημαίνει ουσιαστικά ότι γνώρισε κάτι που προηγουμένως δεν το γνώριζε.

Η ανεμπόδιστη όμως ροή των πληροφοριών τείνει να γεμίσει όλα τα κενά, οδηγώντας σε μια κατάσταση που όλα απειλούνται να μετατραπούν σε μια ανεξέλεγκτη διαδοχή κορεσμένων στιγμών, δίχως ένα πριν, ένα μετά, ένα εδώ κι ένα εκεί που να τις διαχωρίζει. Ακόμα και το 'εδώ και τώρα' απειλείται καθώς η επόμενη στιγμή φτάνει

¹⁸ Ο netizen είναι ουσιαστικά ένας πολίτης που χρησιμοποιεί το διαδίκτυο ως ένα μέσο για να συμμετέχει στην κοινωνική ζωή και σε διαδικτυακές ομάδες, συζητήσεις για ποικίλα θέματα και πολιτική. (Whatis.com, 2005, Netizen, διαθέσιμο <<http://whatis.techtarget.com/definition/netizen> >, πρόσβαση 10/07 2016).

τόσο γρήγορα που γίνεται εξαιρετικά δύσκολο να ζήσει κανείς το παρόν. Ζούμε έχοντας το βλέμμα μας προσηλωμένο κάπου δυο δευτερόλεπτα μέσα στο μέλλον. Ζούμε πλέον στην εποχή των επιπαλάμιων υπολογιστών και της συνεχούς σύνδεσης στον παγκόσμιο ιστό.

Η πληροφορία στη σημερινή εποχή αποκτά πλέον άλλες διαστάσεις, καθώς απαλλαγμένη από γεωγραφικούς και χρονικούς περιορισμούς, έχει αναχθεί σε ένα εμπορικό προϊόν, με παραγωγούς, διακινητές, και καταναλωτές. Υπάρχει πλεόνασμα πληροφορίας και ανεξέλεγκτη αύξηση της ποσότητας της διαθέσιμης πληροφορίας. Στη διάρκεια των τελευταίων 30 ετών, η ανθρωπότητα έχει παράξει τόση πληροφορία, όση παράγαγε τα τελευταία 5000 χρόνια. Αυτό σημαίνει ότι υπάρχει μια πολύ απότομη καμπύλη. Μια από τις εμφανέστερες συνέπειες είναι, ότι αφιερώνουμε όλο και λιγότερο χρόνο σε κάθε μονάδα πληροφορίας. Ακολουθώντας αυτή τη διαπίστωση, μπορούμε να καταλάβουμε γιατί και τα τηλεοπτικά ενημερωτικά προγράμματα προσφέρουν τόσο μεγάλη πληθώρα ειδήσεων με μέσω όρο 5' ανά είδηση (Eriksen 2005).

3.3 ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ / ΕΙΚΟΝΙΚΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΕΣ¹⁹.

Όπως έχει αναφερθεί σε πολλά σημεία της εργασίας αυτής, το διαδίκτυο ευνοεί την εξ αποστάσεως επικοινωνία. Ο σχηματισμός εικονικών κοινοτήτων που βασίζονται πρωταρχικά στην on-line επικοινωνία, αποτελούν την κορύφωση της πορείας του διαχωρισμού ανάμεσα στην τοπικότητα και την κοινωνικότητα. Τα νέα αυτά πρότυπα κοινωνικών σχέσεων υποκαθιστούν τις εδαφικά καθοριζόμενες σχέσεις της ανθρώπινης αλληλεπίδρασης. Οι τρόποι με τους οποίους δομούνται οι εικονικοί χώροι, υποδεικνύουν και συγκεκριμένους τρόπους αλληλόδρασης. Το Facebook για παράδειγμα, πρόκειται για μια διαδικτυακή εφαρμογή κοινωνικού δικτύου, που επιτρέπει στους χρήστες να δημιουργήσουν το προφίλ τους, να επιδείξουν φωτογραφίες και βίντεο, να συνδεθούν με διάφορους φίλους και να δουν ο ένας το προφίλ του άλλου. Αξιολογείται δε, ότι είναι η έβδομη πιο δημοφιλής ιστοσελίδα.

¹⁹ Οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης ορίζονται ως: υπηρεσίες που βασίζονται στον ιστό και οι οποίες παρέχουν τη δυνατότητα στα άτομα να δημιουργήσουν ένα δημόσιο/ ήμι-δημόσιο προφίλ μέσα σε ένα οριοθετημένο σύστημα, να αναφερθούν σε έναν κατάλογο από άλλους χρήστες με τους οποίους συνδέονται και να δουν και να εξετάσουν τους καταλόγους των επαφών. (Boyd. D& Ellison. N., (2007), «social network Sites: definition, History and Scholarship». Journal of computer-mediated Communication, τομ. 13, τχ 1 διαθέσιμο<<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> > πρόσβαση 07/06/2016)

Το LinkedIn αποτελεί και αυτό μια εικονική κοινότητα, η οποία επιτρέπει στους χρήστες να δημιουργήσουν ένα προφίλ που βασίζεται στην επαγγελματική τους σχέση και να συνδεθούν με επαγγελματικές επαφές, εντός και εκτός των επαγγελματικών δικτύων(Παπαχαρίση 2011). Το θέμα γύρω από το οποίο οικοδομείται το on-line δίκτυο καθορίζει σε μεγάλο βαθμό και το ποιοι θα συμμετέχουν.

Η δημιουργία ταυτότητας στην διαδικτυακή αλληλεπίδραση συναντάται κυρίως σε έφηβους χρήστες, οι οποίοι, στην παρούσα ηλικία, πειραματίζονται με την ταυτότητά τους και ψάχνουν να βρουν ποιοι θα ήθελαν να είναι. Παρόλα αυτά το internet δεν αποτελεί ένα πεδίο για τις προσωπικές φαντασιώσεις των ανθρώπων, αλλά είναι μια επέκταση της ζωής (Castells, 2003,2005). Όπως αναφέρει ο Turkle (1995: 267, στο Castells, 2003/2005: 150) «οι άνθρωποι που ζουν παράλληλες ζωές στην οθόνη εξακολουθούν να είναι δεμένοι με τις επιθυμίες, τον πόνο και τη θνητότητα των πραγματικών εαυτών τους». Φαίνεται λοιπόν, ότι ακόμα και αν τα άτομα υποδύονται κάποιους ρόλους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, η πραγματική τους ζωή είναι αυτή που καθορίζει την on-line αλληλεπίδραση. Τα προφίλ των κοινωνικών δικτύων καθιστούν δυνατή την παρουσίαση μιας προσεκτικά διαλεγμένης επιλογής ενδιαφερόντων, προτιμήσεων και σχέσεων, δίνοντας στα άτομα την δυνατότητα να τοποθετηθούν σε μια συγκεκριμένη κουλτούρα προτίμησης, να υιοθετούν συγκεκριμένα γούστα και να εντάσσονται σε συγκεκριμένα πολιτισμικά περιβάλλοντα, δημιουργώντας με τον τρόπο αυτό την ταυτότητα που θέλουν. Έτσι, διαχωρίζουν τον εαυτό τους από εκείνους που έχουν διαφορετικές προτιμήσεις και πολιτισμικό υπόβαθρο (Liu 2007). Οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης επενεργούν στο να καθιστούν δυνατή την αυτοπαρουσίαση και τη δημιουργία επαφών, αλλά γίνονται επιτυχημένες όταν χρησιμοποιούν δομικά χαρακτηριστικά, για να δημιουργήσουν συμβολικούς κώδικες που διευκολύνουν την επικοινωνία. Αυτό το ονομάζει ο Castells πολιτισμό της «πραγματικής εικονικότητας». Τόσο ο Castells (2003/2005), όσο και η Παπαχαρίση (2011) συμπεραίνουν, ότι οι χρήστες των μέσων αυτών σπάνια αναζητούν να γνωρίσουν νέα άτομα, καθώς περισσότερο τους ενδιαφέρει να διατηρήσουν επαφή με την υπάρχουσα ομάδα φίλων, ή γνωστών. Τα μέσα που προσφέρουν διαδικτυακή συνομιλία με μικρό, ή και μηδενικό κόστος, ευνοούν την διατήρηση μακρινών σχέσεων που όμως έχουν χρονική αντοχή. Σημαντικό είναι επίσης, ότι οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης ενισχύουν τον κοινωνικό χαρακτήρα του διαδικτυακού περιβάλλοντος ενθαρρύνοντας την αλληλόδραση, που κατά βάση είναι διαπροσωπική και στηρίζεται

σε κανόνες καθημερινής αλληλόδρασης προσαρμοσμένους στο διαδικτυακό περιβάλλον, όπου υπάρχει βέβαια μια ανωνυμία (Τσαλίκη 2011).

Κάποιες ερωτήσεις που μπορεί να προκύψουν σχετικά με την αύξηση της χρήσης του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, είναι το κατά πόσο αυτά επηρεάζουν ενεργά το υποκείμενο και τι είδους κοινωνικές σχέσεις δομούν; Η απάντηση στο πρώτο ερώτημα έχει εν μέρει δοθεί. Τα υποκείμενα μέσω αυτού, πειραματίζονται και αναζητούν την ταυτότητά τους, ενώ η ζωή στον κυβερνοχώρο συνδέεται άμεσα με την πραγματική ζωή. Υπό αυτή την έννοια το διαδίκτυο χρησιμοποιείται ως εργαλείο.

Προχωρώντας στη δεύτερη ερώτηση, ο Eriksen (2005: 50) υποστηρίζει, ότι όταν λεμέ κοινωνία, μας έρχεται στο μυαλό το άτομο, όχι η συλλογικότητα, ενώ η πανταχού παρούσα κινητή τηλεφωνία επιδεινώνει την κατάσταση αυτή, επιτρέποντας στο άτομο να κάνει χρήση του διαδικτύου χωρίς χωρικούς περιορισμούς. Τη συλλογιστική αυτή μπορούμε να πούμε ότι συμπληρώνει και ο Castells (2003/2005) σύμφωνα με τον οποίο, ο σημαντικότερος ρόλος του διαδικτύου στη δόμηση κοινωνικών σχέσεων, είναι το πρότυπο κοινωνικότητας που βασίζεται στον ατομισμό. Δεν είναι όμως το διαδίκτυο καθαυτό που δημιουργεί ένα πρότυπο δικτυωμένου ατομισμού, αλλά η ανάπτυξή του, που παρέχει ένα κατάλληλο μέσο για τη διάδοση αυτής της μορφής κοινωνικότητας. Ο δικτυωμένος ατομισμός στηρίζεται στο ότι τα άτομα οικοδομούν τα δίκτυά τους μέσω του διαδικτύου, στη βάση των ενδιαφερόντων, των αξιών, των κοινών προτιμήσεων και των σχεδίων τους. Η διαδικτυακή κοινωνική αλληλεπίδραση, παίζει σημαντικό ρόλο στην κοινωνική οργάνωση, ως σύνολο, λόγω της ευελιξίας και της δύναμης επικοινωνίας που προσφέρει. Όπως αναφέρει και ο Καρντόσο (1988: 116, στο Castells ο.π: 164) «έχουμε μπροστά μας την παρουσία μιας νέας εννοίας του χώρου, όπου ο φυσικός χώρος και ο εικονικός χώρος επηρεάζουν ο ένας τον άλλο, βάζοντας τα θεμέλια για την εμφάνιση νέων μορφών κοινωνικοποίησης, νέων τρόπων ζωής και νέων τρόπων κοινωνικής οργάνωσης». Φαίνεται λοιπόν, πως οι νέες τεχνολογικές εξελίξεις ενισχύουν τις δυνατότητες να γίνει ο δικτυωμένος ατομισμός η κυρίαρχη μορφή κοινωνικότητας, ενώ η συνεχόμενη ανάπτυξη των έξυπνων τηλεφώνων ταιριάζει σε ένα κοινωνικό πρότυπο, το οποίο οργανώνεται γύρω από τις εικονικές κοινότητες οι οποίες είναι κατά βάση κοινότητες επιλογής.

Το παραπάνω συμπέρασμα εξάγεται από τη συλλογιστική, ότι μια από τις σημαντικότερες ιδιότητες των έξυπνων τηλεφώνων είναι η άμεση πρόσβαση στο

διαδίκτυο και στον παγκόσμιο ιστό. Αυτό επιτρέπει στους χρήστες να χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μέσω του κινητού. Τα μέσα αυτά, αποτελούν ολοένα και περισσότερο μέρος της καθημερινότητας των νέων, αφού διευκολύνουν την κοινωνικοποίηση, διευρύνοντας τα δίκτυα συνομήλικων. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επιτρέπουν στους χρήστες τους να ξεπεράσουν τα φυσικά σύνορα και να επεκτείνουν τον κύκλο επαφών τους. Ωστόσο, σημαντική είναι η συνεισφορά του Livingstone (2008: 395 στο: Τσαλίκη 2011), ο οποίος έδειξε, ότι παρά τη δυνατότητα για παγκόσμια δικτύωση που παρέχουν τα μέσα αυτά, οι περισσότεροι διατηρούν ένα τοπικό δίκτυο επαφών, ενισχύοντας τις ήδη υπάρχουσες σχέσεις, ενώ δείχνουν μικρό ενδιαφέρον για τους άγνωστους τρίτους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ IV

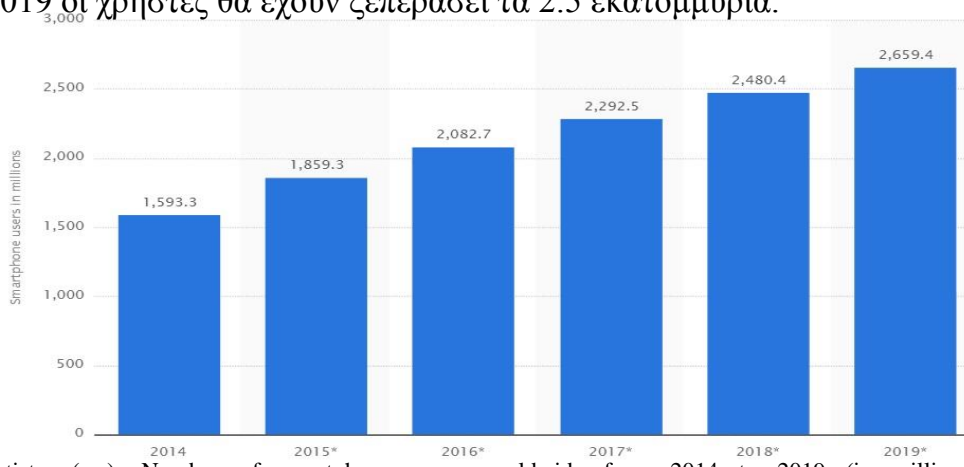
ΤΑ ΚΙΝΗΤΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ SMARTPHONE

4.1 ΚΑΤΟΧΗ ΚΑΙ ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ SMARTPHONES

Τα έξυπνα τηλέφωνα έχουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον διότι είναι πανταχού παρόντα. Είναι οι πρώτες σε αριθμό πωλήσεων συσκευές στην ιστορία των κινητών τηλεφώνων, έχοντας ξεπεράσει ακόμα και τις πωλήσεις των ηλεκτρονικών υπολογιστών. Σύμφωνα με το The Economist (2015), το 50% του ενήλικου πληθυσμού παγκοσμίως είναι κάτοχοι ενός τουλάχιστον έξυπνου τηλεφώνου, ενώ υπολογίζεται ότι μέχρι το 2020 το ποσοστό αυτό θα φτάσει στο 80%.

Σύμφωνα με το eMarketer (2014), οι χρήστες έξυπνων τηλεφώνων θα έχουν φτάσει τα 2 εκατομμύρια παγκοσμίως το 2016. Επίσης, εκτιμάται ότι το 2018 το 1/3 του παγκόσμιου πληθυσμού θα είναι κάτοχοι smartphone, ενώ οι χώρες με τον μεγαλύτερο πληθυσμό χρηστών το 2018 θα είναι η Κίνα με 704 εκατομμύρια, η Ινδία με 279,2 εκατομμύρια και οι Ηνωμένες Πολιτείες με 220 εκατομμύρια.

Παρόμοια στατιστικά δείχνουν και οι αναλύσεις του Statista (χ.χ) σύμφωνα με τις οποίες, όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα, οι χρήστες smartphones το 2014 ήταν 1.5 εκατομμύρια περίπου, και το 2016 εκτιμάται ότι θα είναι 2 εκατομμύρια, ενώ ως το 2019 οι χρήστες θα έχουν ξεπεράσει τα 2.5 εκατομμύρια.



Statista, (χ.χ), Number of smartphone users worldwide from 2014 to 2019 (in millions) διαθέσιμο:

<http://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/> > πρόσβαση 16/062016

Οι πωλήσεις των έξυπνων τηλεφώνων συνεχίζουν να αυξάνονται και αυτό γιατί οι επιχειρήσεις συνεχίζουν να επενδύουν στην ανάπτυξη αυτών των συσκευών, ώστε να γίνονται χρηστικότερες και να θεωρούνται απαραίτητες, ενώ η τιμή τους παραμένει σε προσιτά επίπεδα. Για παράδειγμα, το βασικό μοντέλο smartphone της εταιρίας Micromax στην Ινδία κοστίζει λιγότερο από \$40.

Μια από τις λειτουργίες που αναβαθμίζονται συνεχώς στα smartphones, είναι η ταχύτητα της συνδεσιμότητας στο διαδίκτυο, καθώς και η ταχύτητα με την οποία ο χρήστης μπορεί να βρει πληροφορίες και να κατεβάσει υλικό από τον παγκόσμιο ιστό. Ενώ παραδοσιακά έχουμε συνδέσει την εικόνα του υπολογιστή με το γραφείο, τα smartphones την έχουν ανατρέψει, αφού είναι κινητές συσκευές που ταυτόχρονα εκτελούν λειτουργίες ηλεκτρονικού υπολογιστή. Αυτή η διάσταση των έξυπνων τηλεφώνων αίρει αρκετούς περιορισμούς που ίσχυαν προηγουμένως, όπως κάποιες δουλειές που πρέπει να γίνουν σε συγκεκριμένο χώρο και χρόνο. Η δυνατότητα του να ξέρεις ανα πάσα στιγμή που βρίσκεσαι, ή με πόση ταχύτητα κινείσαι, και να μπορείς ακόμα να ενημερωθείς για το τι συμβαίνει στον κόσμο, ή να ελέγχεις πόσο κοστίζει ένα προϊόν σε διάφορα μέρη του κόσμου, κάνουν αυτές τις πραγματικά έξυπνες συσκευές μοναδικές, και τις κατατάσσουν στην κορυφή των τεχνολογιών της πληροφορίας. Τις δυνατότητες αυτές αυξάνουν οι διάφορες εφαρμογές που είναι διαθέσιμες στο διαδίκτυο και μπορούν να μετατρέψουν το τηλέφωνο σε θερμόμετρο, τηλεχειριστήριο, φακό, λεξικό, κ.α. (The Economist, 2015,[2]). Τέλος, τα σύγχρονα κινητά παίζουν σημαντικό ρόλο στη συμπίεση του χώρου και του χρόνου, επειδή προσφέρουν τη δυνατότητα στους ανθρώπους να έχουν στη διάθεσή τους και να χρησιμοποιούν με ευκολία τις διεθνείς διασυνδέσεις. Η υπέρβαση των περιορισμών του χώρου και του χρόνου από τα μέσα αυτά, δίνει την αίσθηση στους ανθρώπους ότι όλα συμβαίνουν γύρω τους. Κατά την Lee (2006), αυτό μπορεί να έχει διττή σημασία. Από τη μια δημιουργείται στα νεαρά άτομα ένα είδος παγκόσμιας συνείδησης και από την άλλη, ο κόσμος βρίσκεται σε συνεχή εγρήγορση για το τι συμβαίνει γύρω του.

Έρευνες έχουν δείξει, ότι το 80% των χρηστών των έξυπνων τηλεφώνων, ελέγχουν το κινητό τους μέσα σε 15 λεπτά αφότου σηκωθούν από το κρεβάτι (Darell 2013), (The Economist 2015 [1]). Αυτό μας δείχνει το πόσο αναγκαία θεωρείται η

συσκευή αυτή σήμερα, αλλά και πόσο μεγάλη χρήση της γίνεται. Σύμφωνα με τους Scott και Sale (2014), ο μέσος όρος του χρόνου χρήσης που διαθέτουν οι χρήστες smartphone κάθε μέρα σχεδόν διπλασιάστηκε από το 2011 που ήταν 98 λεπτά, μέχρι το 2013 που έφτασε τα 195 λεπτά ημερησίως. Ωστόσο, η χρήση εφαρμογών επικοινωνίας μειώθηκε από 49% στο 25%²⁰. Αυτό μας δείχνει ότι η επικοινωνία παραμένει μια σταθερά, αν και μειώνεται ως ποσοστό του συνολικού χρόνου χρήσης των smartphones.

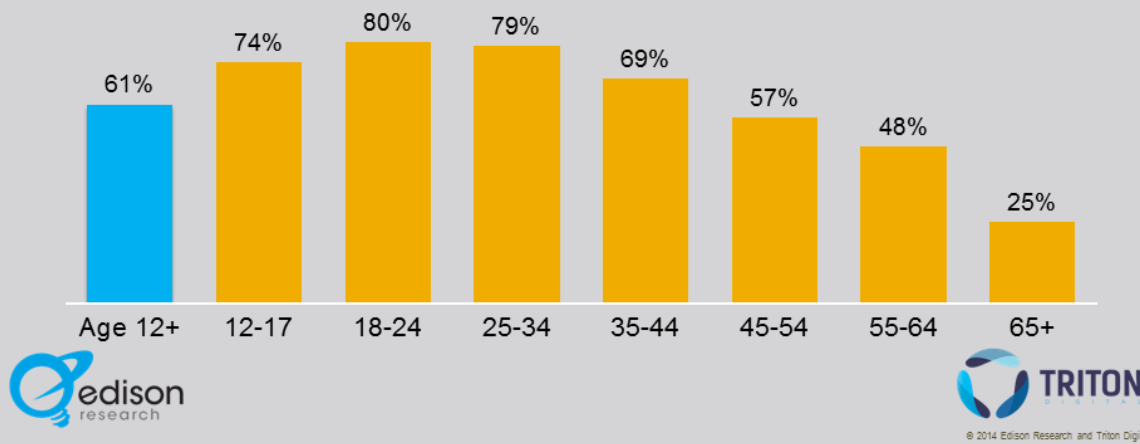
4.1.1 Η ΕΙΚΟΝΑ ΣΤΙΣ ΗΝΩΜΕΝΕΣ ΠΟΛΙΤΕΙΕΣ ΤΗΣ ΑΜΕΡΙΚΗΣ

Σύμφωνα με το The Economist (2015 [1]), ο μέσος Αμερικάνος κάτοχος smartphone, περνάει τουλάχιστον δυο ώρες ημερησίως μπροστά από την οθόνη της συσκευής αυτής. Στην Αμερική περίπου το 64% του ενήλικου πληθυσμού, δηλαδή σχεδόν τα 2/3 των ανθρώπων, είναι κάτοχοι smartphone (Smith,2015). Επίσης, η κατοχή της συσκευής αυτής είναι ιδιαίτερα υψηλή και στις νεαρές ηλικίες, όπως φαίνεται και στο διάγραμμα που ακολουθεί:

²⁰ Το δείγμα που χρησιμοποιήθηκε για την έρευνα αυτή από την Analysys Mason προέρχεται από χρήστες smartphone στη Γαλλία, τη Γερμανία, το Ηνωμένο βασίλειο και τις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής. Η χρονική περίοδος ήταν από τα μέσα Αυγούστου, μέχρι τα τέλη Οκτώβρη του έτους 2013.

Smartphone Penetration by Age Demo

% by Age Group Who Own a Smartphone



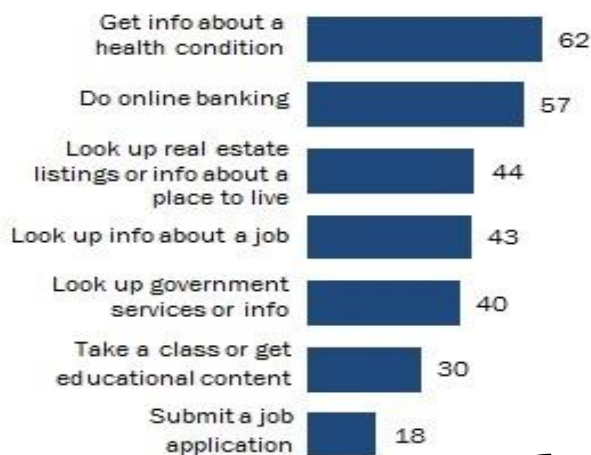
Edison research, (2014), Smartphone Ownership Demographics, διαθέσιμο: < <http://www.edisonresearch.com/2014-smartphone-ownership-demographics/> > πρόσβαση: 16/06/2016.

Βασική χρήση που γίνεται στο κινητό είναι η πρόσβαση στο διαδίκτυο, ωστόσο 10% των χρηστών δήλωσε ότι δεν έχει άλλο τρόπο πρόσβασης σε αυτό και ένα 15% ανέφερε ότι εκτός του τηλεφώνου, έχει περιορισμένα μέσα για να μπει στο διαδίκτυο. Οι κοινωνικές ομάδες που βασίζονται σε μεγάλο βαθμό στο κινητό τους smartphone για να έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο, είναι οι νεαροί ενήλικες ηλικίας 18-29, τα νοικοκυριά με εισόδημα λιγότερο των \$30,000, ένα ποσοστό 12% Αφροαμερικανών και 13% Λατίνων.

Έχει ήδη γίνει σαφές, ότι τα έξυπνα τηλέφωνα χρησιμοποιούνται για πολλά περισσότερα από απλώς τηλεφωνήματα ή γραπτά μηνύματα, αφού μέσω αυτών οι χρήστες τους μπορούν να ενημερώνονται για διάφορα γεγονότα και να πραγματοποιούν πολλές διεργασίες. Συγκεκριμένα, η έρευνα που πραγματοποιήθηκε από το Pew Research Center έδειξε, ότι οι Αμερικανοί χρησιμοποιούν το smartphone για να ενημερωθούν για καταστάσεις υγείας, για την εκτέλεση διαδικτυακών τραπεζικών εργασιών, για να ψάξουν αγγελίες για ακίνητα, να βρουν πληροφορίες για εργασία, να αναζητήσουν κυβερνητικές υπηρεσίες ή πληροφορίες, για να συμμετέχουν σε προγράμματα εκπαιδευτικού χαρακτήρα και τέλος, για να υποβάλλουν αίτηση εργασίας

(Smith, ο.π). Στο παρακάτω διάγραμμα φαίνονται τα ποσοστά των ανθρώπων για την κάθε χρήση που προαναφέρθηκε:

% of smartphone owners who have used their phone to do the following in the last year



Pew Research Center American Trends Panel Survey, October 3-27/2014.

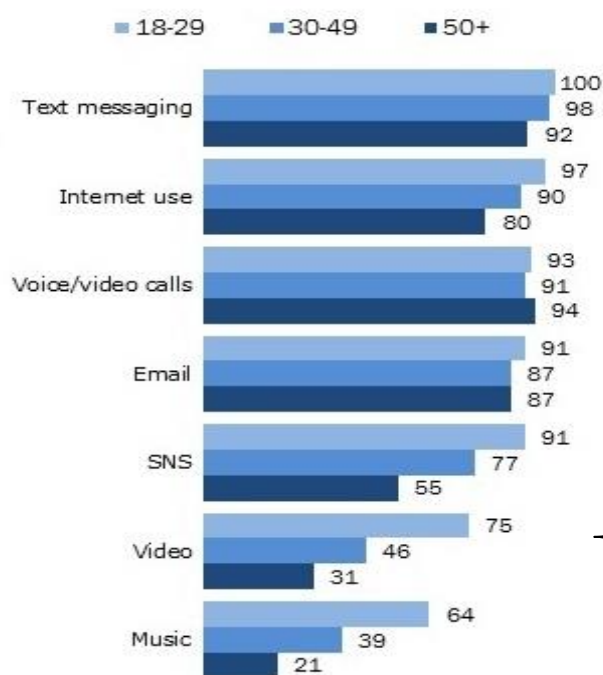
Διαθέσιμο: <http://www.pewinternet.org/2015/04/01/us-smartphone-use-in-2015/pi_2015-04-01_smartphones_03/>, πρόσβαση: 20/06/2016.

Συνεχίζοντας, η πλειοψηφία των ιδιοκτητών smartphone χρησιμοποιούν το τηλέφωνό τους για να ενημερώνονται σχετικά με τις τελευταίες ειδήσεις, αλλά και να μοιράζονται ή να πληροφορούνται, για διάφορες εκδηλώσεις που μπορεί να λαμβάνουν χώρα στο κοντινό τους κοινωνικό και χωρικό περιβάλλον. Όταν το δείγμα ρωτήθηκε αν θεωρεί αναγκαίο το smartphone, το 54% απάντησε ότι δεν είναι πάντα αναγκαίο, σε αντίθεση με το 46% που είπε, ότι δεν μπορεί να ζήσει χωρίς αυτό. Επίσης, η πλειοψηφία των ερωτώμενων θεωρεί ότι αυτή η συσκευή είναι χρήσιμη και όχι ενοχλητική, ότι συνδέει και όχι ότι αποσπά την προσοχή, ότι αντιπροσωπεύει την ελευθερία παρά τη δέσμευση (Smith, ο.π).

Στην ίδια έκθεση αναφέρεται μια εμπειρική έρευνα που διεξήχθη από το Pew Research Center. Στην συγκεκριμένη έρευνα, οι ερωτώμενοι καλούνταν τηλεφωνικώς δυο φορές τη μέρα, σε χρονικό περιθώριο μιας εβδομάδας και ερωτώντουσαν το τι χρήση έκαναν στο τηλέφωνό τους μια ώρα πριν. Στον πίνακα που ακολουθεί, φαίνεται η πιο συχνή χρήση του τηλεφώνου. Από όλες τις ηλικίες συχνότερη ήταν η αποστολή

μηνυμάτων και η χρήση του διαδικτύου, ενώ η αναπαραγωγή video και μουσικής είναι συνηθέστερη στις ηλικίες 18-29 ετών. Στις ηλικίες 30-49 και 50+ ετών, συχνότερη είναι η χρήση της φωνητικής κλήσης και ο έλεγχος του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου:

% of smartphone owners in each age group who used the following features on their phone at least once over the course of 14 surveys spanning a one-week period

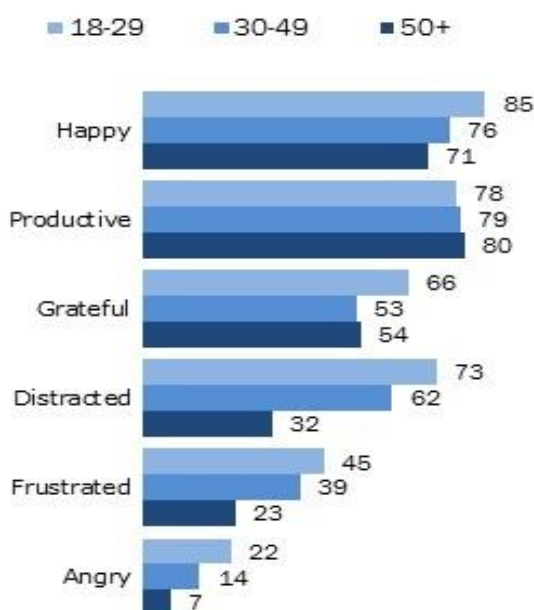


Pew Research Center American Trends Panel experience sampling survey, November 10-16/2014, διαθέσιμο <http://www.pewinternet.org/2015/04/01/us-smartphone-use-in-2015/pi_2015-04-01_smartphones_05/>, πρόσβαση 20/ 06/ 2016.

Οι νεαρής ηλικίας κάτοχοι smartphones στις Ηνωμένες Πολιτείες, χρησιμοποιούν το κινητό τους σε δημόσιους χώρους ως επί το πλείστον για δυο λόγους. Αρχικά, για να αποφύγουν να βαρεθούν όταν δεν έχουν τι να κάνουν και αφ'ετέρου, για να αποφύγουν τους ανθρώπους γύρω τους. Το 93% των χρηστών smartphone ηλικία 18-29 ετών αναφέρει, ότι έχει χρησιμοποιήσει το κινητό ώστε να μην βαριέται όταν είναι έξω περιμένοντας κάποιον, ή περιμένοντας τα μέσα μαζικής μεταφοράς. Επίσης, 47% των χρηστών ίδιας ηλικίας δήλωσε, ότι έχει χρησιμοποιήσει το κινητό για να μην ενοχλείται από ανθρώπους που είναι τριγύρω. Με την χρήση του κινητού, οι νέοι φαίνονται απασχολημένοι και απορροφημένοι, ενώ ταυτόχρονα δίνουν το μήνυμα ότι δεν είναι διαθέσιμοι για συζήτηση, ή κάποια άλλη μορφή κοινωνικής αλληλεπίδρασης. Η τελευταία συμπεριφορά είναι περισσότερο συχνή σε περιόδους οπου οι νέοι πρέπει να διαβάσουν, όπως σε κάποια εξεταστική περίοδο.

Για να ολοκληρωθεί η εικόνα που υπάρχει στις Ηνωμένες Πολιτείες σύμφωνα με τα στοιχεία που βρέθηκαν στην έκθεση του Smith (2015), θα αναφερθούμε στο ψυχολογικό αντίκτυπο που έχει η χρήση των έξυπνων τηλεφώνων. Όπως φαίνεται και στο διάγραμμα που ακολουθεί, τα συναισθήματα που περιγράφονται πιο συχνά είναι αυτά της χαράς και της δημιουργικότητας, ενώ συναισθήματα όπως, ο θυμός και η ενόχληση/ ματαιώση είναι στο τέλος τις λίστας. Τέλος, είναι άξιο αναφοράς ότι σε όλα τα συναισθήματα εκτός από την δημιουργικότητα, οι νέοι χρήστες μεταξύ 18-29 ετών είναι περισσότεροι, πράγμα που σημαίνει ότι είναι πιθανότερο να εκφράσουν κάποιο συναίσθημα για την χρήση του τηλεφώνου, αλλά και ότι έχουν μια πιο ‘δεμένη’ σχέση με τη συσκευή αυτή.

% of smartphone owners in each age group who indicate that their phone made them experience the following emotions at least once over the course of 14 surveys spanning a one-week period

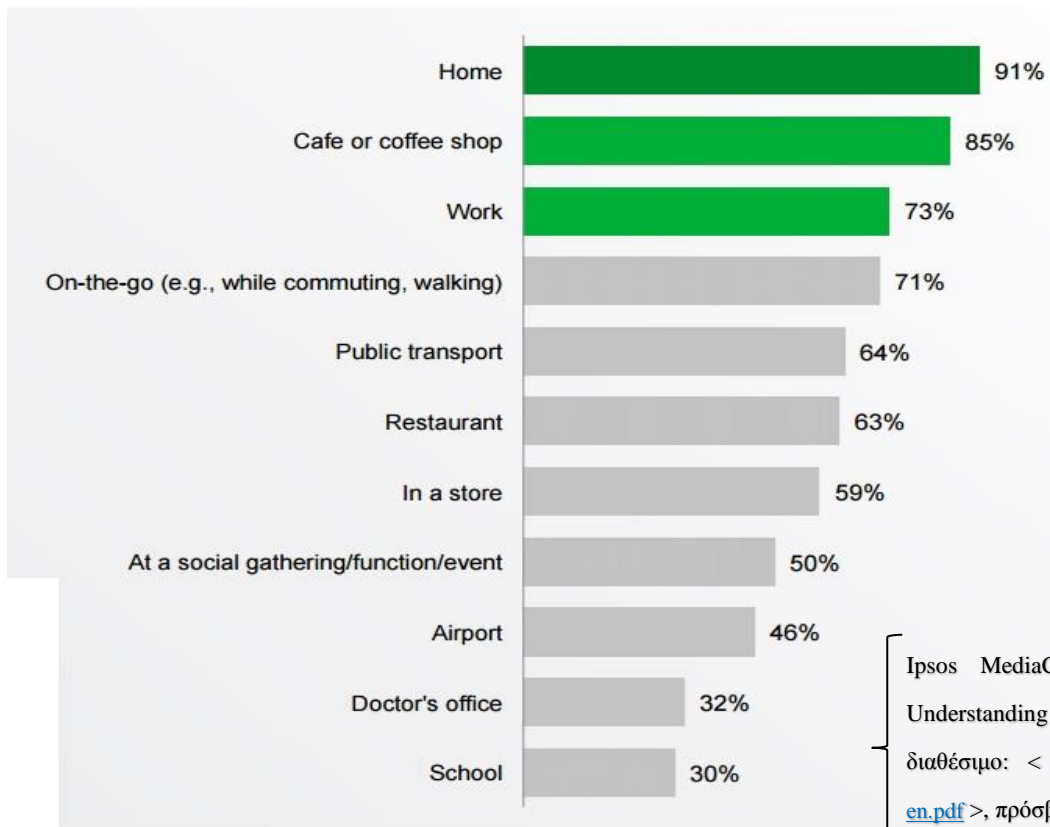


Pew Research Center American Trends Panel experience sampling survey, November 10-16/2014, διαθέσιμο <http://www.pewinternet.org/2015/04/01/us-smartphone-use-in-2015/pi_2015-04-01_smartphones_28/>, πρόσβαση 22/06/2016.

4.1.2 Η ΕΙΚΟΝΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Συνεχίζουμε την εκπόνηση τις εργασίας με μια προσπάθεια περιγραφής της κατάστασης στην ελληνική κοινωνία, όσον αφορά την διάδραση μεταξύ έξυπνου τηλεφώνου και του κατόχου του. Τα στοιχεία και οι πληροφορίες που βρέθηκαν ανήκουν στην εταιρεία Ipsos MediaCT (2013), η οποία πραγματοποίησε μια έρευνα στην οποία έγιναν συνεντεύξεις σε 600 ενήλικες Έλληνες, ηλικίας 18-64 ετών, οι οποίοι δήλωσαν ότι μπαίνουν στο διαδίκτυο μέσω του κινητού τους. Από το σύνολο των ερωτώμενων, το 63% είναι άντρες, το 32% του συνόλου είναι μεταξύ 25-34 ετών, το 80% κατοικούν σε αστικό χώρο, το 47% είναι ανύπαντροι και μόνοι, το 33% έχουν πτυχίο πανεπιστημίου, το 45% εργάζονται ως υπάλληλοι, ενώ το 17% του συνόλου έχει μηνιαίο εισόδημα μεταξύ 901-1200€. Σκοπός της έρευνας ήταν να κατανοήσει, πώς οι χρήστες των smartphone χρησιμοποιούν το διαδίκτυο και για ποιο λόγο. Η έρευνα προσανατολίστηκε σε πέντε θεματικές. Το πόσο απαραίτητο είναι το κινητό στην καθημερινή ζωή, το πώς έχουν αλλάξει τη συμπεριφορά των χρηστών, την βοήθεια που προσφέρουν στην πλοήγηση στον κόσμο, την αλλαγή που έχουν φέρει στον τρόπο που οι κάτοχοί τους κάνουν αγορές και τέλος, στο ότι τα smartphones βοηθούν στη σύνδεση μεταξύ διαφημιστή και πελάτη.

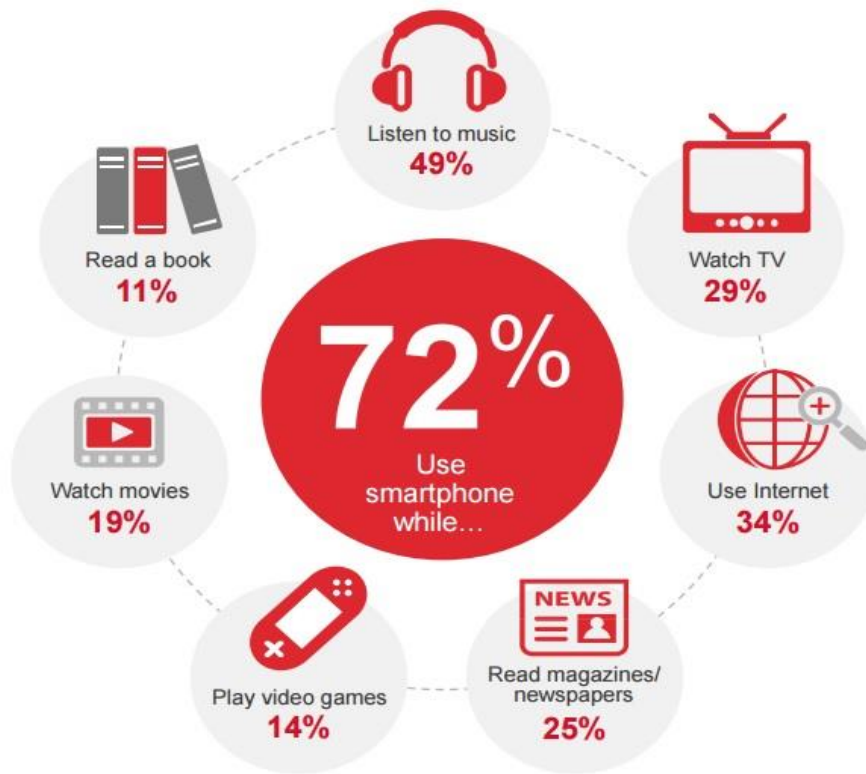
Σύμφωνα λοιπόν με τη συγκεκριμένη έρευνα και όσον αφορά την χρήση του κινητού στην καθημερινή ζωή, 47% των ερωτώμενων απάντησαν ότι χρησιμοποιούσαν το κινητό κάθε μέρα στις προηγούμενες επτά ημέρες, ενώ το 76% είπε ότι δεν θα αφήσει ποτέ το κινητό στο σπίτι, αλλά θα το έχει συνεχώς επάνω του. Τα μέρη όπου συνήθως οι κάτοχοι smartphone χρησιμοποιούν τα κινητά τους περισσότερο είναι το σπίτι, όταν έχουν πάει σε κάποια καφετέρια και στη δουλειά. Από το παρακάτω διάγραμμα όμως, φαίνεται πως η χρήση αυτή της συσκευής μπορεί να γίνει σε διάφορα μέρη, όπως για παράδειγμα στο αεροδρόμιο, σε ένα μαγαζί, ή και στο σχολείο.



Ipsos MediaCT (2013), Our Mobile Planet:Greece: Understanding the Mobile Consumer, GoogleTM, διαθέσιμο: < <http://www.edee.gr/files/Digital/omp-2013-gr-en.pdf> >, πρόσβαση: 2/07/2016.

Η χρήση του διαδικτύου γίνεται όλο και πιο εντατική από τα κινητά τηλέφωνα. Η βασική χρήση του διαδικτύου μέσω του τηλεφώνου είναι η αναζήτηση πληροφοριών. Στην έρευνα που έγινε, το 59% των ερωτώμενων δήλωσε ότι ψάχνουν στο τηλέφωνό τους πληροφορίες, όπως ταξιδιωτικές προσφορές, κάποιο καλό μέρος για να δειπνήσουν, και αγγελίες εργασίας, σε καθημερινή βάση. Επιπλέον, οι κάτοχοι των κινητών δείχνουν ένα είδος εθισμού στην παρακολούθηση βίντεο στο διαδίκτυο, αφού το 86% δήλωσε ότι παρακολουθεί συχνά βίντεο, ενώ το 27% δήλωσε ότι πραγματοποιεί αυτή την δραστηριότητα καθημερινά.

Συνήθως οι χρήστες smartphone είναι και συχνοί χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. 90% των ερωτώμενων δήλωσαν ότι επισκέπτονται τα συγκεκριμένα δίκτυα, και 56% είπαν ότι το κάνουν τουλάχιστον μια φορά την ημέρα. Τέλος, τα έξυπνα τηλέφωνα χρησιμοποιούνται συχνά όταν κάνουμε άλλες δραστηριότητες, όπως όταν βλέπουμε τηλεόραση, ή διαβάζουμε ένα βιβλίο, ακόμα κι όταν διαβάζουμε εφημερίδα ή παρακολουθούμε κάποια ταινία.



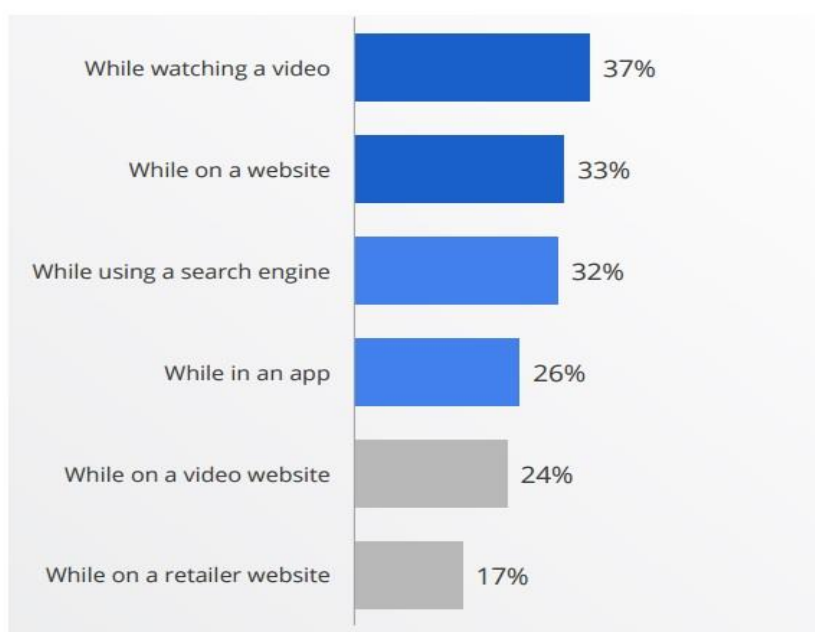
Ipsos MediaCT (2013), *Our Mobile Planet:Greece: Understanding the Mobile Consumer*, GoogleTM, διαθέσιμο: <http://www.edee.gr/files/Digital/omp-2013-gr-en.pdf> >, πρόσβαση: 2/07/2016.

Όσον αφορά την βοήθεια που προσφέρουν τα έξυπνα τηλέφωνα σχετικά με την καθοδήγηση του ατόμου στον κόσμο, το 94% των χρηστών ανέφερε, ότι χρησιμοποιεί το τηλέφωνο για να ψάξει πληροφορίες που έχουν να κάνουν με το μέρος που διαμένει, ή που βρίσκεται. Οι πληροφορίες αυτές μπορεί να έχουν σχέση με κάποια τοπική εργασία ή επιχείρηση, κάποιο μέρος διαμονής, ή κάποιο κέντρο διασκέδασης. Το 90% των ερωτώμενων, αφού βρει τις πληροφορίες, πράττει αναλόγως σύμφωνα με αυτές.

Εκτός των άλλων τα smartphones χρησιμοποιούνται επίσης για να πραγματοποιηθούν αγορές. Ο χρήστης της συσκευής, δύναται να ψάξει προϊόντα, τιμές, καθώς και καταστήματα που διαθέτουν το προϊόν της αρεσκείας του. Επιπλέον, είναι δυνατή η παραγγελία και η πληρωμή μέσω του τηλεφώνου, που όπως ειπώθηκε επανειλημμένως, λειτουργεί ως ένας φορητός υπολογιστής τσέπης. Το σημαντικό κι εδώ, είναι ότι αυτές οι λειτουργίες μπορούν να γίνουν οπουδήποτε και όχι απαραίτητα σε κάποιο κατάστημα. Έτσι, το 86% των ερωτώμενων έχουν χρησιμοποιήσει το τηλέφωνό τους για να πραγματοποιήσουν κάποια ‘έρευνα αγοράς’, ενώ το 27% είπε,

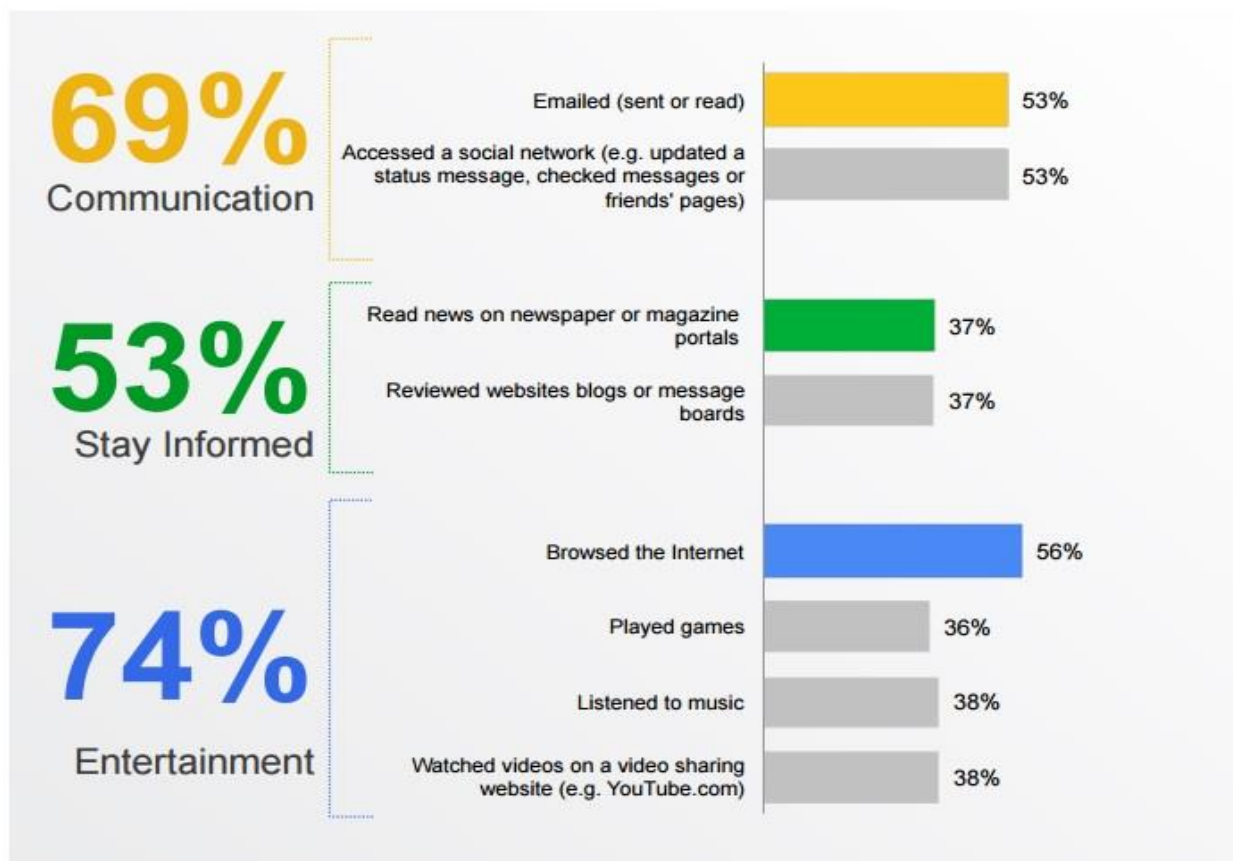
πως έχει αλλάξει γνώμη για την αγορά ενός προϊόντος, εξαιτίας των πληροφοριών που βρήκε από το τηλέφωνό του. Τέλος, αγορές μέσω της συγκεκριμένης συσκευής έχουν πραγματοποιηθεί από το 32% του δείγματος των ανθρώπων, οπού έλαβαν μέρος στην έρευνα.

Η χρήση του smartphone επηρεάζει τον χρήστη σε μεγάλο βαθμό. Φαίνεται, πως οι διάφορες εταιρίες που διαφημίζονται μέσα από κάποιες εφαρμογές ή προγράμματα των έξυπνων τηλεφώνων που εμφανίζονται στην οθόνη του κινητού, συνδέονται τελικά με τον χρήστη του τηλεφώνου. Ποσοστό 80% δήλωσε, ότι έχει ψάξει κάποιο προϊόν μετά από σχετική διαφήμιση που είδε στο κινητό του, ενώ το 79% των ερωτώμενων δίνουν μεγάλη σημασία στις διαφημίσεις που έχουν οι εφαρμογές. Οι διαφημίσεις αυτές μπορεί να εμφανιστούν στην οθόνη, όταν ο χρήστης τρέχει κάποια εφαρμογή ή πραγματοποιεί άλλες διαδικασίες στη συσκευή, όπως κάποιο πρόγραμμα πλοήγησης ή παρακολούθηση βίντεο. Ως επι το πλείστον, οι διαφημίσεις τραβάνε περισσότερο την προσοχή του χρήστη, όταν αυτές εμφανίζονται κατά τη διάρκεια αναπαραγωγής κάποιου βίντεο, ή όταν ο χρήστης χρησιμοποιεί την μηχανή αναζήτησης. Στο πιο κάτω διάγραμμά φαίνεται το πότε είναι πιο πιθανό ο χρήστης να προσέξει της διαφημίσεις:



[Ipsos MediaCT (2013), *Our Mobile Planet :Greece: Understanding the Mobile Consumer*, GoogleTM, διαθέσιμο: <http://www.edee.gr/files/Digital/omp-2013-gr-en.pdf> >, πρόσβαση: 2/07/2016.]

Τέλος, σύμφωνα με την έρευνα της Ipsos MediaCT (2013), οι συχνότερες χρήσεις του smartphone που γίνονται από τους 600 Έλληνες ερωτώμενους είναι σε γενικές γραμμές, η διασκέδαση 74%, μετά η επικοινωνία 69% και τέλος η ενημέρωση 53%. Ειδικότερα, συχνότερη είναι η περιήγηση στο διαδίκτυο μέσω της συσκευής 56%, μετά ακολουθεί ο έλεγχος του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και η πρόσβαση σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης 53%, ενώ η ενημέρωση για την επικαιρότητα, έχει ποσοστό 37%. Τα στοιχεία αυτά φαίνονται αναλυτικότερα στον πίνακα που ακολουθεί:



{ Ipsos MediaCT (2013), *Our Mobile Planet :Greece: Understanding the Mobile Consumer*, GoogleTM, διαθέσιμο: <http://www.edee.gr/files/Digital/omp-2013-gr-en.pdf> }, πρόσβαση: 2/07/2016. }

Αναζητώντας κάποια κοινά σημεία στην χρήση του κινητού στην Ελλάδα και στις Η.Π.Α., μπορούμε με βεβαιότητα να πούμε πως η χρήση των smartphones εμφανίζεται να είναι μεγαλύτερη στις ηλικίες 20-30 ετών, ενώ η βασική λειτουργία που εκτελείται μέσω της συγκεκριμένης συσκευής, είναι η πρόσβαση και η περιήγηση στο διαδίκτυο. Εκεί οι χρήστες αναζητούν συνήθως πληροφορίες σχετικά με την αγορά εργασίας, ή

κάποιο κέντρο διασκέδασης, ή μεσιτικές αγγελίες. Πολύ συχνή φαίνεται να είναι τέλος η χρήση του GPS, του συστήματος δηλαδή πλοήγησης, για να ξέρει ο κάτοχος του κινητού που πηγαίνει και που βρίσκεται. Αν και στις ΗΠΑ τα στοιχεία είναι περισσότερα σχετικά με τη χρήση του κινητού και τη διείσδυσή του στη ζωή των ανθρώπων, φαίνεται πως και στην ελληνική κοινωνία τα έξυπνα κινητά τηλέφωνα τείνουν να γίνουν άκρως προσωπικές και απαραίτητες συσκευές, οι οποίες πιθανόν να φέρουν αλλαγές στον τρόπο αντίληψης του κόσμου, και των ανθρωπίνων σχέσεων.

4.2 ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΑΝΤΙΚΤΥΠΟ ΤΩΝ ‘SMARTPHONES’

Η αύξηση της χρήση των έξυπνων τηλεφώνων σύμφωνα με τους Sarwar & Soomro (2013), έχει επηρεάσει σχεδόν κάθε πτυχή της ανθρώπινης ζωής, από τις διαπροσωπικές σχέσεις, μέχρι τις σχέσεις εργασίας, την εκπαίδευση, την υγεία και γενικότερα την κοινωνική ζωή του υποκείμενου. Με μια γρήγορη ματιά, μπορούμε να πούμε ότι τα υποκείμενα ‘εγκλωβίζονται’ σε έναν ‘κοινό μικρόκοσμο’, ενώ από την άλλη είναι σε διαρκή σύνδεση και εν δυνάμει επαφή με τον υπόλοιπο κόσμο, ανεξαρτήτως χωρικών περιορισμών.

Μπορούμε να εντοπίσουμε κάποιες χρήσεις των έξυπνων τηλεφώνων στον τομέα της επιχειρηματικότητας. Παρατηρείται μια μεγάλη αύξηση στις επιχειρήσεις που παρέχουν ευρυζωνικές και διαδικτυακές υπηρεσίες. Ένας από τους λόγους που έχουν ανθίσει αυτές οι επιχειρήσεις, είναι η συνεχώς αυξανόμενη χρήση των smartphones και η ανάπτυξη των εφαρμογών που υποστηρίζουν. Σε ένα πολύ μικρό χρονικό διάστημα, ένας τεράστιος αριθμός έξυπνων τηλεφώνων έχουν πωληθεί. Αυτό, έδωσε την ευκαιρία στις επιχειρήσεις να επενδύσουν στην ανάπτυξη των εφαρμογών για τα συγκεκριμένα τηλέφωνα, με αποτέλεσμα να εισαγάγουν νέες επιχειρηματικές διαστάσεις στον χώρο της αγοράς. Επειδή είναι εύκολο να αλλαχθούν οι ρυθμίσεις και να γίνουν προσαρμογές στα smartphones, υπάρχουν πολλά προγράμματα κι εφαρμογές από διάφορους προμηθευτές. Ο τομέας της αγοράς εφαρμογών που στηρίχτηκε στα διαφορετικά λειτουργικά συστήματα, που παρέχονται από διάφορες επιχειρήσεις, οι οποίες υποστηρίζουν το δικό τους λειτουργικό σύστημα και έχουν δικό τους ηλεκτρονικό

κατάστημα εφαρμογών, φέρει μια τεράστια αλλαγή στον τομέα της επιχειρηματικότητας όσον αφορά τα smartphones.

Η στροφή αυτή στα έξυπνα τηλέφωνα ωστόσο, έπληξε την αγορά των ηλεκτρονικών υπολογιστών, αφού σύμφωνα με έρευνα που έγινε από την Compete, ένα ποσοστό 65% των χρηστών smartphone, χρησιμοποιούν τη συσκευή για να έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο και να διαβάζουν τα νέα, ειδήσεις, να ενημερώνουν το προφίλ τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και να ανεβάζουν φωτογραφίες (Sarwar & Soomro, ο.π). Αυτό δείχνει, ότι οι άνθρωποι σταδιακά αφήνουν τον προσωπικό υπολογιστή και αντικαθιστούν πολλές από τις χρήσεις του με το κινητό smartphone, το οποίο μπορούν να έχουν συνεχώς επάνω τους. Πλέον, η ανάπτυξη των εφαρμογών για τα τηλέφωνα αυτής της γενιάς είναι σημαντικότερη και πιο εντατική σε σχέση με τους υπολογιστές. Ακόμα κι αν τα computers συνεχίζουν να είναι στη ζωή μας, φαίνεται πως η ανάπτυξη των smartphones θα υπερτερήσει στο μέλλον.

Όσον αφορά την εκπαίδευση, η χρήση των smartphones έγκειται στο γεγονός ότι καθιστούν δυνατή την πρόσβαση στο διαδίκτυο ανά πασα στιγμή. Η χρήση του διαδικτύου έχει γίνει μέρος της ζωής του κάθε μαθητή, αφού αποτελεί ένα μέσο αναζήτησης πληροφοριών. Η πρόσβαση στο Internet γίνεται συχνότερα μέσω κινητού τηλεφώνου παρά σταθερού υπολογιστή. Η γρήγορη πλοήγηση στο διαδίκτυο μέσω του κινητού, δίνει την ευκαιρία στους χρήστες να αποκομίσουν εκπαιδευτικά οφέλη, όποτε θέλουν κι όπου κι αν βρίσκονται. Η εξ αποστάσεως εκπαίδευση είναι ένας μηχανισμός μάθησης που επικεντρώνεται στην απελευθέρωση των φοιτητών από τους περιορισμούς του χρόνου και του χώρου, ενώ προσφέρει ευέλικτες ευκαιρίες για την εκπαίδευση. Τα έξυπνα τηλέφωνα, έχοντας την δυνατότητα να είναι συνεχώς σε σύνδεση με τον παγκόσμιο ιστό διευκολύνουν αυτόν τον τύπο εκπαίδευσης, τόσο στους μαθητές όσο και στους καθηγητές, οι οποίοι μπορούν να ανεβάζουν και να τοποθετούν το εκπαιδευτικό υλικό σε μια διαδικτυακή πλατφόρμα, η οποία θα είναι προσβάσιμη από τους φοιτητές.

Στην άλλη μεριά αυτής της συλλογιστικής για την χρησιμότητα των έξυπνων τηλεφώνων στην εκπαίδευση, βρίσκεται σύμφωνα με τους (Sarwar& Soomro ο.π) η

απόσπαση της προσοχής του μαθητή. Τα smartphones προσφέρουν τη δυνατότητα ελέγχου των e-mail, τη δωρεάν συζήτηση μέσω ειδικών εφαρμογών, την πρόσβαση σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης και το παίξιμο παιχνιδιών στο διαδίκτυο. Όλα αυτά, φαίνεται πως αποσπούν την προσοχή όχι μόνο των μεμονωμένων χρηστών, αλλά και των ατόμων που βρίσκονται τριγύρω. Επιπλέον είναι περισσότερες οι πιθανότητες αντιγραφής σε εξετάσεις, είτε με ανταλλαγή μηνυμάτων, είτε με κλήσεις, ή ακόμα και με πληροφορίες που μπορούν να βρεθούν από την άμεση πρόσβαση του κινητού στο διαδίκτυο.

Η χρήση των smartphones έχει επίδραση και στην ψυχική υγεία των χρηστών. Σύμφωνα με την έρευνα των Chun, Shao Yu, Yuan, Zhiming, και Lim (2011), η χρήση του smartphone μπορεί να απελευθερώνει τους ανθρώπους από το στρες της σύγχρονης ζωής, με το να επιτρέπει τη σύνδεση και την επικοινωνία με φίλους και την οικογένεια σε οποιαδήποτε στιγμή τις ημέρας

Αντιθέτως, η επανειλημμένη χρήση των συσκευών αυτών οδηγεί αναμφίβολα σε εθισμό. Ο εθισμός δεν είναι προς την συσκευή καθεαυτή, καθώς αυτή αποτελεί το μέσο. Τα άτομα εθίζονται στην συνεχή επικοινωνία και συνδεσιμότητα με τους άλλους ανθρώπους μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, ενώ στην κυριολεξία δεν υπάρχει άμεση ανάγκη για επικοινωνία (Chang-sup, 2012). Ένα ακόμα ψυχολογικό αντίκτυπο είναι, ότι οι περισσότεροι κάτοχοι smartphone ελέγχουν το κινητό τους συνεχώς, όταν είναι στο δρόμο, στη δουλειά, ή στο σπίτι. Έρευνα που έγινε στους χρήστες smartphone στις ΗΠΑ, έδειξε ότι 58% των χρηστών κοιτούν τα τηλέφωνα τους τουλάχιστον μια φορά την ώρα, ενώ ένα 54% είπαν πως κοιτούν το τηλέφωνο ακόμα και λίγο πριν κοιμηθούν. (Sarwar & Soomro, 2013)

Επιπλέον, σύμφωνα με την Whitbourne (2011) η επανειλημμένη χρήση κάποιων εφαρμογών των έξυπνων τηλεφώνων, αδρανοποιούν σταδιακά κάποιες λειτουργίες του εγκεφάλου. Για παράδειγμα, η χρήση του GPS ελαττώνει την λειτουργία του 'υπόκαμπου', μιας περιοχής του εγκεφάλου που ελέγχει την μνήμη και τον προσανατολισμό στο χώρο. Έτσι, άνθρωποι που δεν χρησιμοποιούν το GPS για να πάνε

κάπου έχουν καλύτερα αποτελέσματα σε εξετάσεις μνήμης και παρατηρείται ένας πιο δραστήριος ιππόκαμπος.

Όπως έχει αναφερθεί σε προηγούμενο κεφάλαιο, τα έξυπνα τηλέφωνα έχουν τη δυνατότητα άμεσης σύνδεσης στο διαδίκτυο ανά πάσα στιγμή. Με τη δυνατότητά τους αυτή, είναι πολύ εύκολο για τον χρήστη να ψάξει και να βρει, όποια πληροφορία θέλει, απλά γράφοντάς την στην 'έξυπνη' μηχανή αναζήτησης. Από τη μια, αυτό μπορεί να είναι αρκετά χρήσιμο σε επαγγελματικό ή εκπαιδευτικό επίπεδο, αλλά από την άλλη μπορεί να έχει αρνητικό αντίκτυπο στην δόμηση της σκέψης του ανθρώπου. Η Whitbourne (ο.π) υποστηρίζει ότι με το να έχουμε συνεχώς την πληροφορία έτοιμη, δεν την επεξεργαζόμαστε και δεν οδηγούμαστε τελικά σε γνώση του αντικειμένου αλλά σε απλή αναπαραγωγή της πληροφορίας. Αυτό έχει ως συνέπεια να μην εκγυμνάζουμε το μυαλό μας, ώστε αυτό να λειτουργεί άρτια. Όταν το κινητό αντικαθιστά κάποια λειτουργία που μπορεί να κάνει και το μυαλό μας, είναι σαν, να παίρνουμε τον ανελκυστήρα αντί για τις σκάλες. Η δουλειά γίνεται γρηγορά και ξεκούραστα, αλλά οι μύες δεν γυμνάζονται.

Η άποψη αυτή υποστηρίζεται και από μια έρευνα του Πανεπιστημίου του Waterloo, σύμφωνα με την οποία τα άτομα που χρησιμοποιούν συνήθως το κινητό τους για να βρουν πληροφορίες, ή για να πάνε σε κάποιο γεωγραφικό σημείο, έχουν την τάση να παίρνουν αποφάσεις 'ενστικτωδώς', χωρίς δηλαδή να το πολύ-σκέφτονται. Γι'αυτό με τον καιρό προτιμούν να χρησιμοποιούν το τηλέφωνο, αντί για το μυαλό τους. Ο κάθε άνθρωπος θα προτιμήσει να βρει την λύση σε κάποιο πρόβλημα με τον λιγότερο κοπιαστικό τρόπο, για το λόγο αυτό, η χρήση των έξυπνων τηλεφώνων αυξάνεται συνεχώς, αφού λειτουργεί σαν επέκταση του μυαλού μας (University of Waterloo 2015). Σε έρευνα που περιγράφεται στο ίδιο άρθρο, οι μελετητές εξέτασαν 660 άτομα όσον αφορά το γνωστικό τους επίπεδο, καθώς και τις λεκτικές και αριθμητικές τους δεξιότητες, ενώ στη συνέχεια εξέτασαν το πόσο ασχολούνται οι συμμετέχοντες με τα smartphones, και τι χρήση τους κάνουν. Τα αποτελέσματα της μελέτης έδειχναν ισχυρότερες γνωστικές δεξιότητες και μεγαλύτερη προθυμία στο να σκέφτονται με αναλυτικό τρόπο, στους συμμετέχοντες που ξόδευαν λιγότερο χρόνο

χρησιμοποιώντας τη λειτουργία αναζήτησης του κινητού τους smartphone. Η ολοένα λιγότερη εξάσκηση του μυαλού, είναι πιθανό να επιδεινώνει την επίδραση που έχει η βιολογική γήρανση στις εγκεφαλικές λειτουργίες. (Δεληγιάννης 2015)

Τέλος, τα έξυπνα τηλέφωνα έχουν φέρει και πολλές αλλαγές στο κοινωνικό πεδίο. Εκτός από τον 'εθισμό' του να ελέγχεις το κινητό συνεχώς, τα smartphones τείνουν να φέρουν σύγχυση ανάμεσα στις εργασιακές υποχρεώσεις και στην οικογενειακή ζωή. Αυτό γίνεται εξαιτίας της δυνατότητας, του να είσαι συνεχώς συνδεδεμένος. Πολλοί οργανισμοί κι επιχειρήσεις απαιτούν από τους εργαζόμενους (που είναι κυρίως σε θέσεις ευθύνης) να απαντούν στα εργασιακά τους e-mail, με αποτέλεσμα πολλοί εργαζόμενοι, χρήστες έξυπνων τηλεφώνων, να μεταφέρουν τη δουλειά στο σπίτι. Κατ' επέκταση, αυτή η αλλαγή δημιουργεί μια στρεσογόνο κατάσταση και μια ρουτίνα του να 'τσεκάρεις' συνεχώς το τηλέφωνο. Με το να μεταφέρουν λοιπόν την εργασιακή διάσταση στην οικογενειακή ζωή, τα smartphones γίνονται η αιτία της δημιουργίας μιας σύγχυσης ανάμεσα στην ιδιωτική οικογενειακή ζωή και στην εργασιακή. Ως εκ τούτου διαταράσσεται η ισορροπία στη ζωή ορισμένων ανθρώπων, μεταξύ οικογένειας και εργασίας. (Sarwar & Soomro, 2013)

Επιπλέον, όπως έχει επισημανθεί και νωρίτερα, βρισκόμαστε σε μια εποχή που καθίσταται δυνατή η διαδικτυακή σύνδεση χωρίς γεωγραφικούς και χρονικούς περιορισμούς. Αυτή η 'Έξυπνη εποχή' με τη συνεχή συνδεσιμότητα, επιτρέπει στον κάθε χρήστη smartphone να έχει πρόσβαση ακόμα και σε ακατάλληλου περιεχομένου ιστοσελίδες, ενώ σε συνδυασμό με τον μειωμένο γονεϊκό έλεγχο, φέρει τον κίνδυνο άνθισης του 'Cyber bullying'.

Ο Idugboe (2011) όσον αφορά τη συνεχή χρήση του τηλεφώνου για την είσοδο σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης υποστηρίζει, ότι αν δεν κοινοποιήσουμε κάποια εμπειρία μας στα μέσα αυτά, είναι λες και δεν την ζήσαμε ποτέ. Επιπλέον, όταν είμαστε σε ένα μέρος, σε μια συναυλία ή σε κάποιο εστιατόριο, στην ουσία ποτέ δεν είμαστε εξ' ολοκλήρου εκεί, αφού έχουμε την τάση να κοινοποιούμε στη δημόσια σφαίρα του διαδικτύου αυτό που κάνουμε την κάθε στιγμή.

Βλέποντας και την άλλη οπτική, οι δυνατότητες που προσφέρουν τα έξυπνα τηλέφωνα μπορούν να επιτρέψουν καλύτερες συνθήκες ζωής σε άτομα με ειδικές ανάγκες, ή σε ανθρώπους που χρειάζονται βοήθεια. Έτσι, πολλοί άνθρωποι θα ζουν μια πιο ολοκληρωμένη ζωή, αφού θα μπορούν πλέον να συνομιλούν με άλλους ανθρώπους και να οργανώνονται σε ομάδες στο διαδίκτυο, απλά με το άγγιγμα μιας οθόνης. (Verstockt, Decoo, Van Nieuwenhuysse, Van de Walle, 2009).

4.3 Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΟΥ ΤΗΛΕΦΩΝΟΥ

Το κινητό τηλέφωνο και ιδιαίτερα τα smartphones αποτελούν ένα από τα πιο πρόσφατα επιτεύγματα στο χώρο των τεχνολογιών επικοινωνίας. Χαρακτηριστικό γνώρισμα του κάθε κινητού τηλεφώνου είναι, ότι αποτελεί μια συνεχώς εξελισσόμενη φορητή συσκευή και είναι ένα καθαρά προσωπικό αντικείμενο, που συνήθως βρίσκεται πάνω, ή δίπλα στο σώμα του κατόχου του. Το κινητό, όντας αποκλειστικά προσωπικό σχεδόν πάντα προσωποποιείται και γίνεται ένας καθρέπτης του κατόχου του. Όπως αναφέρει και η Κωνσταντοπούλου (2009: 248): «Πρόκειται για έναν μικρόκοσμο στο χέρι, που χρησιμεύει ταυτόχρονα ως *καθρέπτης* του χρήστη και ως το *‘παράθυρό’* του στον έξω κόσμο, στοιχείο *‘ταυτότητας’* (εφόσον ουσιαστικά αντανακλά τα *‘στοιχεία’* του ιδιοκτήτη του – από τον ήχο κλήσης, ως τις διάφορες χρήσεις που του γίνονται).» Το κινητό λοιπόν έχει πάρει τέτοια διάσταση, που έχει εισχωρήσει όχι μόνο στην καθημερινή μας πρακτική, αλλά έχει γίνει πλέον μέρος του εαυτού του ατόμου.

Τα σύντομα γραπτά μηνύματα τύπου SMS²¹ και πιο πρόσφατα τα δωρεάν γραπτά μηνύματα μέσω εφαρμογών (Viber, WhatsApp κ.α.), οι οποίες όμως προϋποθέτουν διαδικτυακή σύνδεση, είναι βασικές ιδιότητες των έξυπνων τηλεφώνων. Μέσω των δυνατοτήτων αυτών οι άνδρες τείνουν να προσεγγίζουν το αντίθετο φύλο, ενώ οι γυναίκες συνηθίζουν να πραγματοποιούν φωνητικές κλήσεις και γενικά να επικοινωνούν με φίλους. (Petrierra 2005, στο Εκμεκτζιάν 2010). Σε αυτού του τύπου την επικοινωνία, οι πρώτες ενέργειες έχουν διερευνητικό χαρακτήρα και συνήθως είναι μηνύματα με ανοιχτές ερωτήσεις ή αστείο περιεχόμενο. Το προσωπικό περιεχόμενο

²¹ Κύριο χαρακτηριστικό των μηνυμάτων αυτών είναι η ελευθερία του παραλήπτη, ο οποίος έχει τη δυνατότητα να μην απαντήσει. Επίσης, ο αποστολέας δεν χρειάζεται να ανησυχεί μήπως ο παραλήπτης είναι απασχολημένος. Βλ: Εκμεκτζιάν 2010. σσ 44-46.

του μηνύματος εξισορροπείται με ένα *emoticon*, δηλαδή μια εικόνα η οποία εκφράζει ένα συναίσθημα, όπως είναι τα χαμογελαστά προσωπάκια που διατίθενται στα μηνύματα από τα κινητά τηλέφωνα, αλλά και στα περισσότερα τεχνολογικά μέσα που επιτρέπουν την γραπτή επικοινωνία.

Όσον αφορά την επικοινωνία με τον γονεϊκό κύκλο, οι κύριοι λόγοι χρήσης του κινητού είναι η επιβεβαίωση της ασφάλειας του παιδιού αλλά και του γονέα αντίστοιχα. Το τηλέφωνο δηλαδή αποτελεί μια γραμμή ασφαλείας, που συνδέει το παιδί με τους γονείς. Η δυνατότητα που έχουν αμφότεροι μέσω του κινητού να έρθουν σε άμεση επαφή, οποιαδήποτε στιγμή, ενισχύει το αίσθημα της ασφάλειας, αφού σε κάθε περίπτωση οι άλλοι βρίσκονται ένα 'τηλέφωνο' μακριά (Oksman & Panttiainen 2002, στο Εκμεκτζιάν ο.π).

Η κατοχή του κινητού φαίνεται να σχετίζεται με την επιθυμία επικοινωνίας με την κοινωνική ομάδα στην οποία ανήκει ο χρήστης (πρόκειται λοιπόν για ένα θέμα ενσωμάτωσης), διότι όπως αναφέρεται από τους Smodera & Thomas (2001, στο Εκμεκτζιάν ο.π), η επικοινωνία μέσω του κινητού εστιάζεται σε φίλους που ζουν σε κοντινή απόσταση από τον κάτοχο και όχι για την διατήρηση των σχέσεων με μακρινούς άλλους.

Η Εκμεκτζιάν (ο.π) συμπεραίνει, ότι μια από τις πιο φανερές συνέπειες που έφερε η χρήση των κινητών τηλεφώνων στην ανθρώπινη επικοινωνία, είναι η απουσία 'ολόκληρου' του υποκειμένου από την αλληλεπίδραση. Μπορούμε να αντιληφθούμε καλύτερα το συμπέρασμα αυτό, αν σκεφτούμε την πρόσωπο με πρόσωπο επαφή και επικοινωνία. Όπως έχει ειπωθεί σε προηγούμενο κεφάλαιο, το σώμα αποτελούσε το πρωταρχικό μέσω επικοινωνίας μεταξύ των ανθρώπων. Με την χρήση των κινητών τηλεφώνων αυτό αλλάζει, το σώμα συμμετέχει μόνο μέσω των ήχων που εκπέμπει. Αυτό δίνει μια αίσθηση ελευθερίας στην επικοινωνία, αφού απουσιάζει το βλέμμα και δίνεται περισσότερη σημασία στον ήχο. Έτσι εξηγείται γιατί πολλές φορές μπορούμε να εκφραστούμε ευκολότερα μέσω το κινητού τηλεφώνου, ή μέσω ενός γραπτού μηνύματος. Το τελευταίο επίσης, επιτρέπει στον χρήστη να αλληλοεπιδρά με άλλους χωρίς να δεσμεύεται από χωρικά όρια.

Τέλος, μπορούμε να διακρίνουμε κάποιες αλλαγές που έχει φέρει στην καθημερινή επικοινωνία η χρήση του κινητού τηλεφώνου, όπως αναφέρονται από την Κωνσταντοπούλου (2000, 249-251). Πρώτον, εκφράζει δημόσια τον κάτοχό του, ενώ ταυτόχρονα είναι κάτι πολύ προσωπικό. Την διαπίστωση αυτή έχουν συμπεράνει και

οι Henderson, Taylor και Thomson (2002 στο Εκμεκτζιάν 2010) σύμφωνα με τους οποίους, η δημόσια και η ιδιωτική σφαίρα αλληλοκαλύπτονται, όταν τα άτομα περπατούν στον δρόμο μιλώντας σε στενούς φίλους μέσω του κινητού, επιτρέποντας στους αγνώστους να ακούσουν τη μια πλευρά της συνομιλίας, η οποία μπορεί να είναι προσωπική. Επίσης, από τις χρήσεις του κινητού που γίνονται στον δημόσιο χώρο, φανερώνεται προς τον περίγυρο μια εικόνα του κάτοχου του.

Η δεύτερη αλλαγή συνδέεται εν μέρει με την πρώτη, από την άποψη ότι το κινητό μπορεί να αποτελέσει ένα εργαλείο σκηνοθεσίας, αφού δημιουργεί μια εικόνα γύρω από τον ομιλούντα χρήστη, ο οποίος μπορεί να μιλά δυνατά με σκοπό να εντυπωσιάσει, ή να κρύψει την αμηχανία του σε έναν κόσμο γεμάτο αγνώστους. Δεν αποτελεί σπάνιο φαινόμενο πολλοί άνθρωποι να αγνοούν την φυσική παρουσία ανθρώπων δίπλα τους και να δίνουν συμβολικά μεγαλύτερη σημασία σε μακρινούς άλλους.

Και η τρίτη αλλαγή είναι δυνατόν να συνδεθεί με την δεύτερη, διότι η παραπάνω περιγραφή μπορεί να μας οδηγήσει στην ερώτηση: τι σημαίνει συμβίωση σε μια παρέα; Όπως έχει ήδη αναφερθεί, η απόσταση φαίνεται να μην έχει ιδιαίτερη σημασία, ωστόσο δεν μπορεί να αντικαταστήσει την ολοκληρωμένη πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνία, αφού μέσω του τηλεφώνου μπορούν να ακουστούν μόνο λόγια. Φαίνεται όμως, ότι για την κοινή λογική δεν έχει ο πλησίον την πρώτη σημασία, αλλά το δίκτυο που διαμορφώνει την αντίληψη του φίλου.

Τέταρτον, η συνεχόμενη χρήση του κινητού τηλεφώνου, μπορεί να παρασύρει τις νεαρές ηλικίες σε παραβατικές πράξεις και έχει την τάση να δημιουργεί τη συνήθεια για επικοινωνία, η οποία δεν αποτελεί άμεση ανάγκη του υποκείμενου.

Κλείνοντας, η χρήση του κινητού σε δημόσιους χώρους φαίνεται να αλλάζει σταδιακά και την αστική ευπρέπεια. Σε χώρους όπως, νοσοκομεία, μουσεία, θέατρα, αίθουσες διδασκαλίας κ.α., υπάρχουν σαφείς κανόνες για την μη χρήση του κινητού, ωστόσο, η ανεκτικότητα στον θόρυβο που προκαλεί και στον μη σεβασμό των κανόνων ολοένα και αυξάνεται. Αυτό πιθανότατα να συμβαίνει γιατί το κινητό είναι πολύ συνηθισμένο και καθημερινό είδος, αφού πλέον έχει επιβληθεί στην καθημερινότητα, και είναι σύνηθες στους δημόσιους χώρους οι περισσότεροι άνθρωποι να μιλάνε, αδιαφορώντας για τον πλησίον τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ V

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ

5.1 ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΗΣ ΜΕΘΟΔΟΥ ΚΑΙ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Κάθε άνθρωπος για να ζήσει εντός μιας κοινωνίας, πρέπει να έχει τις βασικές γνώσεις και αντιλήψεις για το κοινωνικό γίγνεσθαι, ώστε να μπορεί να ανταποκρίνεται στις ανάγκες της καθημερινής διαντίδρασής του με τους συν-ανθρώπους του. Οι γνώσεις και οι αντιλήψεις αυτές εσωτερικεύονται από το κοινωνικό υποκείμενο καθ' όλη τη διάρκεια της ζωής του (Λυδάκη, 2001). Συνεπώς, όταν το υποκείμενο δρα, στα πλαίσια πάντα της κοινωνίας στην οποία εντάσσεται, έχει γνώση των κοινωνικών δομών, ώστε να μπορεί να σχεδιάζει ανάλογα την συμπεριφορά του.²² Με αφετηρία αυτήν την παραδοχή ξεκίνησε και η παρούσα έρευνα στο πεδίο. Εφόσον στις επιστήμες του ανθρώπου, όπως είναι η κοινωνιολογία, έχουμε να κάνουμε με ανθρώπους, τότε θα πρέπει να επιχειρήσουμε να δούμε τον κόσμο μέσα από τα δικά τους μάτια, μέσα από τα δικά τους βιώματα και λόγο. Όπως όμως αναφέρει η Λυδάκη, (ο.π) ο ερευνητής δεν είναι απλώς ένας άνθρωπος με επιστημονικό ενδιαφέρον, αλλά και υποκείμενο που φέρει τις αξίες και τα συμπεριφορικά πρότυπα της δικής του κουλτούρας και κοινωνίας. Ως ερευνητής παρόλα αυτά, οφείλει να είναι όσο το δυνατόν αντικειμενικός και αξιακά

²² Είναι γεγονός, ότι στον Δυτικό κόσμο έχουν επικρατήσει συγκεκριμένοι τρόποι 'καλής' συμπεριφοράς και πολλές φορές όταν γίνεται κάτι διαφορετικό σε κάποια άλλη κουλτούρα, βαφτίζεται ως 'περίεργο'. Υπάρχουν πολλά τέτοια παραδείγματα όσον αφορά την τελετουργία του φαγητού. Στην Ιαπωνία, για παράδειγμα, είναι πλήρως αποδεκτό όταν κάποιος τρώει, να κάνει και αντίστοιχους θορύβους, οι οποίοι σε μια δυτική χώρα θα θεωρούνταν ως αγένεια και ασέβεια για τους άλλους ανθρώπους, που βρίσκονται στον ίδιο χώρο. (OliveMagazine, 2016, *Οι πιο περίεργες διατροφικές συνήθειες στον κόσμο*, διαδικτυακό περιοδικό, διαθέσιμο: <<http://www.olivemagazine.gr/%CE%B3%CE%B1%CF%83%CF%84%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%B9%CE%BA%CE%AC/%CF%80%CE%B1%CF%81%CE%AC%CE%BE%CE%B5%CE%BD%CE%B1-%CE%B3%CE%B1%CF%83%CF%84%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%B9%CE%BA%CE%AC/%CF%80%CE%B5%CF%81%CE%AF%CE%B5%CF%81%CE%B3%CE%B5%CF%82-%CF%83%CF%85%CE%BD%CE%AE%CE%B8%CE%B5%CE%B9%CE%B5%CF%82-%CF%86%CE%B1%CE%B3%CE%B7%CF%84%CE%BF%CF%8D-%CE%B1%CE%BD%CE%AC-%CF%84%CE%BF%CE%BD-%CE%BA/>> είσοδος 21/ 12/ 2016.)

ουδέτερος μπορεί. Αυτό επιτυγχάνεται από τον ίδιο τον ερευνητή, ο οποίος πριν αρχίσει την οποιαδήποτε μελέτη, πρέπει να ξέρει γιατί έχει επιλέξει το συγκεκριμένο θέμα και να έχει μελετήσει στο έπακρο την σχετική βιβλιογραφία.

Στην παρούσα έρευνα, εκτός από το προσωπικό ενδιαφέρον που υπάρχει για τις ανθρώπινες σχέσεις και την αλληλεπίδραση των υποκείμενων, κίνητρο αποτέλεσε επίσης το πάθος για παραγωγή νέας γνώσης και σαφώς η περιέργεια, του γιατί και πώς, οι συσκευές κινητής τηλεφωνίας smartphones έχουν εισχωρήσει στην κοινωνική και προσωπική ζωή των κοινωνικών υποκείμενων. Η βιβλιογραφική έρευνα που προηγήθηκε της συλλογής δεδομένων, επηρέασε σε μεγάλο βαθμό την επιλογή της συγκεκριμένης μεθοδολογίας. Συγκεκριμένα, κατέδειξε ότι η έρευνα όσον αφορά τα κινητά τηλέφωνα γενικά και τα smartphones ειδικότερα, βρίσκεται σε πρώιμο στάδιο, ενώ τα περισσότερα δεδομένα που υπάρχουν από προγενέστερες έρευνες, είναι κυρίως ποσοτικά και αφορούν την χρήση των υπηρεσιών που προσφέρουν τα smartphones, όχι την επιρροή που μπορεί να έχουν στην επικοινωνία μεταξύ δυο, ή περισσότερων ανθρώπων.

Η έρευνα που έγινε αποτελεί μια ενδεικτική προσπάθεια διερεύνησης, ώστε να αποσαφηνιστεί η σχέση του ατόμου με το κινητό τηλέφωνο smartphone αφ' ενός, και η σχέση μιας παρέας ατόμων με την συσκευή αυτή αφ' ετέρου. Η έρευνα αποτελείται από δυο μέρη, τα οποία αλληλοσυμπληρώνονται και αλληλοεπιβεβαιώνονται. Δηλαδή μπορούμε να πούμε ότι η μια έρευνα, λειτουργεί ως ομάδα ελέγχου στην άλλη.

Η ομάδα στόχου ήταν οι νεαροί ενήλικες ηλικίας 18-25 ετών. Η επιλογή της συγκεκριμένης ομάδας προέκυψε από τον σκοπό και τους στόχους της έρευνας. Εφόσον λοιπόν κεντρική επιδίωξη είναι η διερεύνηση καθημερινών πρακτικών, στις οποίες 'συμμετέχει' πλέον το κινητό, έπρεπε να είμαστε σίγουροι, πως η υπό μελέτη ομάδα θα είναι κάτοχος της συσκευής αυτής. Δεχόμαστε λοιπόν, ότι οι νέοι των ηλικιών αυτών βρίσκονται πιο κοντά στην τεχνολογία των smartphones και γνωρίζουν πώς να τα χρησιμοποιούν. Επιπλέον, βρίσκονται σε στάδιο διαμόρφωσης της ταυτότητάς τους ως κοινωνικά υποκείμενα και φαίνεται πως το τηλέφωνό τους αποτελεί μέρος της ταυτότητας αυτής.

Για την εκπόνηση της παρούσας έρευνας επιλέχθηκε η ποιοτική μεθοδολογία και συγκεκριμένα η μέθοδος των συνεντεύξεων και της παρατήρησης (in situ). Η συνέντευξη, ως μέθοδος, επιτρέπει την άμεση επαφή μεταξύ συνεντευκτή και ερωτώμενου. Αυτό με τη σειρά του έχει το πλεονέκτημα ότι εξασφαλίζει μεγαλύτερο ποσοστό συμμετοχής συγκριτικά με ένα ερωτηματολόγιο. Επιπλέον, στην προσωπική συνέντευξη οδηγούμαστε συχνά σε πιο αξιόπιστα αποτελέσματα, αφού τόσο ο ερευνητής όσο και ο ερωτώμενος, είναι σε θέση να διευκρινίσουν, αν χρειαστεί, ο μεν τις ερωτήσεις και ο δε τις απαντήσεις. Αφού λοιπόν η συνέντευξη προϋποθέτει την αμεσότητα της σχέσης μεταξύ του ερευνητή και του ερωτώμενου, επιτρέπει την πληροφόρηση σε βάθος²³ αλλά και την διερεύνηση θεμάτων, τα οποία δεν είχαν προκαθοριστεί από την αρχή της έρευνας. Απεναντίας, μια τέτοια μέθοδος είναι χρονοβόρα και απαιτεί συγκεκριμένες δεξιότητες (κυρίως επικοινωνιακού τύπου) από τον ερευνητή. Στην παρούσα περίπτωση, επιλέχθηκε η μέθοδος της προσωπικής συνέντευξης, διότι η έρευνα εστιάζεται στο υποκειμενικό νόημα των ανθρώπων και στην διερεύνηση προσωπικών εμπειριών, αντιλήψεων, και συμπεριφορών.

Η παρατήρηση είναι μια μέθοδος με την οποία συλλέγουμε δεδομένα ποιοτικού χαρακτήρα και σπάνια εφαρμόζεται μεμονωμένα. Συνήθως χρησιμοποιείται σε συνδυασμό με άλλες μεθόδους συγκέντρωσης στοιχείων. Στην συγκεκριμένη έρευνα, η παρατήρηση συνδυάστηκε με ομαδικές συνεντεύξεις²⁴ (σε θέματα που είχαν ήδη προσδιοριστεί) στα άτομα της παρέας που έγινε η παρατήρηση. Όπως και οι συνεντεύξεις, έτσι και η μέθοδος της παρατήρησης έχει στόχο την μελέτη εις βάθος των κοινωνικών φαινομένων. Δηλαδή, ο ερευνητής πρέπει να συγκεντρωθεί σε λίγες περιπτώσεις του φαινομένου, αναζητώντας τα κίνητρα που ωθούν τα υποκείμενα σε συγκεκριμένες ενέργειες. Συνοπτικά, όπως αναφέρεται από τον Ιωσηφίδη (2003, κεφ. 3.2) «συνίσταται στην οργανωμένη και συστηματική παρατήρηση κοινωνικών

²³Εύστοχη είναι η παρατήρηση του Ιωσηφίδη (2003), ότι ένα μεγάλο μέρος της πληροφορίας που αντλείται από την συνέντευξη τελικά δεν γίνεται αντικείμενο ανάλυσης, διότι δεν είναι απαραίτητο.

²⁴ Θεωρούμε ότι σε συνδυασμό με την παρατήρηση, όπως αναφέρουν και οι Marshall & Rossman (1989 στο Εκμεκτζιάν, 2010), η συνέντευξη προσφέρεται ως ένα μέσο για εύκολη και άμεση συγκέντρωση μεγάλου αριθμού δεδομένων, διευκολύνει την γνώση θεμάτων που δεν είναι δυνατό να παρατηρηθούν άμεσα, ενώ ταυτόχρονα επιτρέπει την πρόσβαση στον προσωπικό τρόπο βίωσης και αντίληψης της πραγματικότητας των ατόμων.

συμπεριφορών, κοινωνικής αλληλεπίδρασης και διαντίδρασης, κοινωνικής επικοινωνίας (λεκτικής και μη), κοινωνικών διαδικασιών και κοινωνικών πλαισίων». Η παρατήρηση θεωρείται η πλέον κατάλληλη μέθοδος, όταν στόχος είναι να εξετάσουμε τα πράγματα από την σκοπιά των ανθρώπων και να μπούμε όσο μπορούμε στην θέση τους (Κυριαζή 2009). Τέλος, όπως και η συνέντευξη, η παρατήρηση απαιτεί έμπειρους και συγκεντρωμένους ερευνητές, ενώ ενδέχεται η παρουσία του παρατηρητή να επηρεάσει την συμπεριφορά του παρατηρούμενου, με αποτέλεσμα να διαστρεβλώσει τα στοιχεία που συλλέγονται.

Συνεντεύξεις.

Σε πρώτη φάση, πραγματοποιήθηκαν συνεντεύξεις σε 20 νεαρά άτομα, ηλικίας 20-25 ετών. Οι προϋποθέσεις για την επιλογή του δείγματος, εκτός από την ηλικία που προαναφέρθηκε, ήταν οι εξής. Τα υποκείμενα έπρεπε να βρίσκονται στον χώρο του εστιατορίου του πανεπιστημίου. Το κριτήριο αυτό εισήχθη, διότι στον χώρο αυτό συχνάζουν οι περισσότεροι φοιτητές για να γευματίσουν με παρέα, ή μόνοι. Επιπλέον, βασικό κριτήριο για την επιλογή του υποκείμενου ήταν το να κάθεται μόνο του και να κάνει χρήση του κινητού τηλεφώνου smartphone.

Οι συνεντεύξεις είναι τυποποιημένες, ή αλλιώς πλήρως δομημένες και έλαβαν χώρα στο Joensuu της Φινλανδίας, στο εστιατόριο του University of Eastern Finland (U.E.F) που βρίσκεται στο κτήριο Carelia. Στους ερωτώμενους τέθηκε μια σειρά από αυστηρά προκαθορισμένες οκτώ (8) ερωτήσεις (βλ. *παράρτημα*), οι οποίες έχουν ως *βασικό τους άξονα:*

- Την *συχνότητα χρήσης του κινητού/ σε παρέα ή μόνος/ ημερησίως*. (ερ. 1, 2, 3, 5.)
- Το είδος της *χρήσης που γίνεται*. (ερ. 6.)
- Την *ελκυστικότητα του κινητού*. (Γιατί γίνεται χρήση). (ερ. 4.)
- Τα *συναισθήματα* για την συσκευή. (ερ. 7, 8.)

Σε όλους του συμμετέχοντες έγιναν ακριβώς οι ίδιες ερωτήσεις, με την ίδια σειρά και με τα ίδια λόγια, ενώ ο χρόνος που αφιερώθηκε σε κάθε συνέντευξη ήταν 15- 20 λεπτά της ώρας. Αν και αυτού του είδους η συνέντευξη παραπέμπει συχνά σε ποσοτική έρευνα, στην παρούσα μελέτη έχει ποιοτικό προσανατολισμό. Στην ποσοτική

προσέγγιση οι κλειστές ερωτήσεις συνοδεύονται από εναλλακτικές προκαθορισμένες απαντήσεις, από τις οποίες ο ερωτώμενος καλείται να επιλέξει. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει η Κυριαζή (2009: 129): «το χαρακτηριστικό στοιχείο των κλειστών ερωτήσεων, είναι ότι ο ερευνητής επιβάλλει συγκεκριμένο φάσμα απαντήσεων στον ερωτώμενο». Αντιθέτως, στην περίπτωση μας οι ερωτήσεις είναι μικτού τύπου. Μπορεί να έχουν κλειστή δομή, όμως επιτρέπουν την ελευθερία απάντησης. Επιδιώκεται με αυτόν τον τρόπο, ο ερωτώμενος να δώσει, όσο μπορεί, τις δικές του ερμηνείες και να αποτυπώσει τα δικά του νοήματα. Για λόγους ηθικής δεοντολογίας δεν εμφανίζονται τα ονόματα των ερωτώμενων έτσι ώστε να μην αναγνωρίζονται από τους ίδιους. Αντί αυτού έγινε κωδικοποίηση και οι ερωτώμενοι παρουσιάζονται με αριθμητική σειρά, πχ ερωτώμενος 1, ερωτώμενος 2 κ.ο.κ.

Σύμφωνα με της πληροφορίες που αντλήθηκαν από την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας και την μελέτη προηγούμενων ερευνών, φαίνεται πως η ημερήσια χρήση του smartphone από τον κάτοχό του είναι 2-3 ώρες ημερησίως. Φαίνεται επίσης, ότι οι κάτοχοι της συσκευής αυτής την χρησιμοποιούν για συγκεκριμένους λόγους (κυρίως για σύνδεση στο διαδίκτυο και υπηρεσίες που αυτό προσφέρει. Βλ κεφ. 4 της παρούσης εργασίας). Η δόμηση λοιπόν των ερωτήσεων της συνέντευξης έχει ως σκοπό να δούμε, αν τα αποτελέσματα αυτά εμφανίζονται και στο πεδίο αλλά και να επαληθευτούν, ή να απορριφθούν τα παρακάτω ερευνητικά ερωτήματα:

- A) Αντικαθιστά το κινητό τον φίλο ή είναι μια συνήθεια;
- B) Πόσο συχνά γίνεται χρήση του κινητού όταν είμαστε με παρέα;
- Γ) Μπορεί το κινητό να προσωποποιηθεί τόσο, ώστε να υπάρχουν συναισθηματικοί δεσμοί με αυτό; Μπορεί να είναι κάτι παραπάνω από απλώς μια συσκευή;

Τέλος, οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν στο χρονικό διάστημα μεταξύ (15/05- 30/05/2016), ενώ με την συγκεκριμένη μέθοδο καταγράφηκαν, όπως θα δούμε παρακάτω, θέματα συμπεριφορών, τάσεων και συναισθηματικών αντιδράσεων.

Παρατήρηση

Το δεύτερο μέρος της έρευνας ολοκληρώθηκε με την παρατήρηση (in situ), που έγινε σε 5 ομάδες ατόμων ηλικίας 17-25 ετών. Η παρατήρηση έλαβε χώρα στην περιοχή της Κορινθίας. τρεις εκ των πέντε ομάδων βρίσκονταν σε καφετέρια στην πόλη της Κορίνθου, ενώ οι υπόλοιπες 2 βρίσκονταν σε ένα πάρκο (παιδική χαρά μαζί με γήπεδα μπάσκετ), στο χωριό Άσσος, το οποίο βρίσκεται 10km δυτικά, έξω από την Κόρινθο. Βασική επιδίωξή μας όσον αφορά την παρατήρηση των ομάδων, ήταν να αποτελούνται από τον ίδιο περίπου αριθμό ατόμων και φύλων, και να είναι κοντινές ηλικίες.

Σκοπός της έρευνας είναι να μελετηθεί και να κατανοηθεί, το πώς αλληλοεπιδρά μια παρέα ατόμων, όταν γίνεται χρήση κινητού τηλεφώνου smartphone, και όχι να δούμε την χρήση που του γίνεται ανα φύλο (το ίδιο ισχύει αντίστοιχα και για τις συνεντεύξεις). Συγκεκριμένα, η έρευνα στοχεύει στο να αντιληφθούμε (i)το πόσο συχνά γίνεται χρήση του κινητού από κάποιον, όταν αυτός βρίσκεται σε παρέα, (ii) αν η χρήση του κινητού από ένα τουλάχιστον μέλος της παρέας ενοχλεί τα άλλα και τέλος, (iii) να μάθουμε αν τελικά η χρήση του κινητού μπορεί να αντικαταστήσει τον 'φίλο'.

Όπως ειπώθηκε νωρίτερα, στην παρατήρηση ενδέχεται ο ερευνητής να επηρεάσει τις ενέργειες των ερευνώμενων. Για την ελαχιστοποίηση της επιρροής αυτής, η παρουσία του ερευνητή πρέπει να είναι όσο το δυνατόν πιο διακριτική. Για αυτούς ακριβώς τους λόγους επιλέχθηκε ο ερευνητής να είναι πλήρως παρατηρητής, ενώ είχε προγραμματισθεί από πριν το τι σκοπεύουμε να παρατηρήσουμε. Χαρακτηριστικό της πλήρους παρατήρησης, είναι ότι η ιδιότητα του ερευνητή δεν είναι γνωστή στους ερευνώμενους και ο ίδιος, δεν λαμβάνει μέρος στο υπό μελέτη φαινόμενο. (Κυριαζή 2009.)

Σε όλες τις περιπτώσεις οι σημειώσεις κρατούνταν ταυτόχρονα με την παρατήρηση, ενώ τα υποκείμενα δεν ήταν ενημερωμένα για την συγκεκριμένη ενέργεια. Σε κάθε περίπτωση όμως, κατά την διάρκεια των συνεντεύξεων οι συμμετέχοντες ενημερωθήκαν για την φύση και τους στόχους της έρευνας, άλλα και ότι είναι ελεύθεροι να αποσυρθούν, ή, να διακόψουν την διαδικασία ανα πάσα στιγμή. Ο τύπος συνέντευξης ήταν αυτός της ημιδομημένης, ενώ ο βασικός άξονας που χρησιμοποιήθηκε είναι ο ακόλουθος:

- Πώς ένιωθε κάποιος από την χρήση του κινητού από τουλάχιστον ένα μέλος της παρέας.
- Τι χρήση γινόταν στο κινητό.

Ο χρόνος της παρατήρησης και των συνεντεύξεων ήταν 45-60 λεπτά της ώρας. Στον χρόνο αυτό, 15 25 λεπτά ήταν η παρατήρηση και 30 λεπτά οι συνεντεύξεις που είχαν την μορφή (focus group).

- Η πρώτη ομάδα παρατήρησης βρισκόταν στο πάρκο και αποτελούταν από τέσσερα άτομα. Τρία αγόρια ηλικίας 18,18,19 ετών και ένα κορίτσι 17 ετών, οι οποίοι δήλωσαν ότι ήταν Αθηναίοι.

- Η δεύτερη ομάδα ήταν επίσης στο πάρκο και αποτελούταν από τέσσερα άτομα. Δυο αγόρια ηλικίας 20 ετών και δυο κορίτσια ηλικίας 19, 20 ετών, οι οποίοι δήλωσαν ότι δεν είναι ζευγάρια και κατάγονται από την Αθήνα.

- Η τρίτη ομάδα βρισκόταν σε καφετέρια και αποτελούταν από τρία άτομα, τα οποία ήταν Κορίνθιοι. Δυο αγόρια ηλικίας 22 ετών κι ένα κορίτσι επίσης 22 ετών.

- Η τέταρτη ομάδα βρισκόταν σε καφετέρια και αποτελούταν από τέσσερα άτομα, τα οποία ήταν από την Αθήνα. Από τα τέσσερα άτομα, τα δυο ήταν αγόρια ηλικίας 23, 25 ετών και τα δυο κορίτσια ηλικίας 23 ετών.

- Η πέμπτη ομάδα βρισκόταν σε καφετέρια και αποτελούταν από τρία άτομα. Δυο αγόρια 22 ετών και μια κοπέλα 23 ετών, οι οποίοι δήλωσαν ότι είναι από την Κόρινθο.

Τέλος, η παρατήρηση διεξήχθη στον τόπο παραγωγής του φαινομένου, διότι θεωρήθηκε ότι η χρήση του κινητού τηλεφώνου δεν είναι μια προγραμματισμένη συμπεριφορά και δεν εξαρτάται από την ίδια την παρατήρηση. Όλες οι παρατηρήσεις έγιναν ξεχωριστές μέρες, τον μήνα Αύγουστο, του έτους 2016.

5.2 ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΕΡΜΗΝΕΥΤΙΚΗ ΠΑΡΑΔΟΣΗ

Η συλλογή δεδομένων και πληροφοριών είναι στόχος κάθε επιστημονικής μελέτης και η παρούσα, δεν αποτελεί εξαίρεση. Για να καλυφθούν οι ερευνητικές ανάγκες και τα ερωτήματα της συγκεκριμένης έρευνας, χρησιμοποιήθηκε ένας ποιοτικός σχεδιασμός. Η επιλογή αυτής της μεθοδολογίας καθόρισε τις τεχνικές και τα εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν.

Τα ποιοτικά ερευνητικά εργαλεία, όπως συνεντεύξεις και πειράματα συμμετοχικής παρατήρησης, είναι ευέλικτα, δηλαδή επιδέχονται διαμόρφωση κατά την διάρκεια της έρευνας. Εφόσον η θεωρία δεν είναι συγκεκριμένη, αλλά διαμορφώνεται σε συνδυασμό με την εκπόνηση της έρευνας και την συλλογή στοιχείων, είναι αναγκαίο να έχουμε στη διάθεσή μας εργαλεία τα οποία να επιτρέπουν την προσαρμοστικότητα²⁵.

Χαρακτηριστικό της ποιοτικής έρευνας είναι η διαμόρφωση μιας ολικής εικόνας για κάθε περίπτωση και η ανεύρεση των κοινών τους στοιχείων, δεν στοχεύει στη διαμόρφωση γενικών κανόνων, ούτε στην γενίκευση των αποτελεσμάτων της, όπως η ποσοτική έρευνα. Η επιδίωξη λοιπόν τόσο της παρούσας έρευνας, όσο και της μεθόδου που επιλέχθηκε είναι η κατασκευή αναπαραστάσεων της κοινωνικής πραγματικότητας, μέσα από την εις βάθος μελέτη των εκάστοτε περιπτώσεων.

Οι διαδικασίες που εφαρμόζονται στην ποιοτική έρευνα ανήκουν συνήθως στην ερμηνευτική παράδοση. Αυτό σημαίνει ότι επικεντρώνονται στην σημασία που έχουν τα κοινωνικά φαινόμενα για τα άτομα, σε συγκεκριμένες κοινωνικές καταστάσεις.²⁶

²⁵ Η προσαρμοστικότητα αυτή δεν συναντάται στις ποσοτικές μεθόδους έρευνας, όπως το τυποποιημένο ερωτηματολόγιο, το οποίο επιβάλλει την οριστικοποίηση των θεμάτων και των ερωτήσεων από την αρχή της έρευνας.

²⁶ Η ερμηνευτική προσέγγιση ανήκει στις θεωρίες 'δράσης'. Αυτό σημαίνει ότι η κοινωνική πραγματικότητα κατασκευάζεται από την προσωπική επαφή και επικοινωνία που έχουν οι άνθρωποι, ενώ απορρίπτεται η ύπαρξη ανεξάρτητης κοινωνικής δομής, η οποία καθορίζει την ανθρώπινη πράξη. Στα πλαίσια αυτής της διατριβής γίνεται δεκτή η διαλεκτική σχέση κοινωνίας και υποκειμένου, όπου αποτυπώνεται στην θεωρία της δομοποίησης, την οποία ανέπτυξε ο A. Giddens. βλ. το έργο του Craib I. (2009, *Σύγχρονη κοινωνική θεωρία: από τον Πάρσονς στον Χάμπερμας*, επιμ. Λέκκας Π. Ε., ελληνικά γράμματα, Αθήνα. μέρος 2^ο, Κεφ. 7.). Έτσι, η ανθρώπινη δραστηριότητα αναπαράγεται και ταυτόχρονα αναπαράγει τις κοινωνικές πρακτικές και τους κοινωνικούς κανόνες. Ο διαχωρισμός ωστόσο της κοινωνικής πράξης από

Η ερμηνευτική προσέγγιση στην επιστήμη της κοινωνιολογίας στηρίζεται στην ερμηνευτική φιλοσοφική σχολή, στην κατανοούσα κοινωνιολογία του M. Weber και στην φαινομενολογική προσέγγιση του A. Schutz. Το στοιχείο που συνδέει τις τρεις αυτές επιρροές και χαρακτηρίζει την ερμηνευτική παράδοση, είναι ότι η κοινωνική πραγματικότητα ‘κατασκευάζεται’ μέσω των νοημάτων που αποδίδουν τα υποκείμενα στη δική τους συμπεριφορά και στην συμπεριφορά των άλλων²⁷ (Κυριαζή, 2009). Το σκεπτικό της συγκεκριμένης προσέγγισης, είναι ότι οι άνθρωποι δεν αντιδρούν μηχανικά σε εξωτερικές καταστάσεις, αλλά διαθέτουν βούληση και κίνητρα, τα οποία σχετίζονται άμεσα με την συμπεριφορά που εκδηλώνουν. Η ίδια συμπεριφορά, ανάλογα με τα προσωπικά κίνητρα, μπορεί να έχει εντελώς διαφορετικές ερμηνείες σε διαφορετικά πλαίσια και με άλλα κίνητρα. Ως εκ τούτου, η εξήγηση της εκάστοτε συμπεριφοράς θα πρέπει να επικεντρώνεται στην ερμηνεία που της δίνουν τα δρώντα υποκείμενα.²⁸

Αντιλαμβανόμαστε λοιπόν, ότι στην ερμηνευτική παράδοση ο ερευνητής επιχειρεί να αντιληφθεί την κοινωνική πραγματικότητα, όπως την αντιλαμβάνονται τα κοινωνικά υποκείμενα. Αυτό σημαίνει, ότι οι ερμηνείες που θα δώσει θα πρέπει να απορρέουν από τις ερμηνείες των ερευνώμενων. Σύμφωνα με την ερμηνευτική παράδοση η κοινωνική πραγματικότητα ταυτίζεται με τους λόγους, τα κίνητρα και τις αξίες που έχουν οι άνθρωποι για την κοινωνική τους δραστηριότητα. Επιπλέον, ο ερευνητής απορρίπτει την γενίκευση, ως σκοπό, και δεν επιδιώκει να επιλέξει τυχαία δείγμα αλλά ακολουθεί συγκεκριμένα χαρακτηριστικά. (Κυριαζή ο.π).

την κοινωνική δομή γίνεται για λόγους μεθοδολογίας, διότι με τον τρόπο αυτό διευκολύνεται η ανάδειξη των στοιχείων που αφορούν τις καθημερινές δραστηριότητες των ανθρώπων.

²⁷ Αυτόν τον τρόπο σκέψης ακολούθησε και M Weber, ορίζοντας την κοινωνική πράξη, ως κάθε πράξη/ δράση στην οποία τα δρώντα άτομα αποδίδουν ‘νόημα’, και παίρνοντας υπόψιν την συμπεριφορά των άλλων ατόμων, προσανατολίζουν την δράση τους. Για περισσότερα βλ. (Αντωνοπούλου M. N., 2008, *Οι Κλασσικοί της Κοινωνιολογίας: Κοινωνική Θεωρία και Νεότερη Κοινωνία*, Σαββάλας, Αθήνα. κεφ. 5^ο.)

²⁸ Ενδέχεται πολλές φορές τα κοινωνικά υποκείμενα να παρουσιάζουν μια συμπεριφορά, στην οποία να μην έχουν πλήρη επίγνωση του ‘γιατί την κάνουν’. Για τον λόγο αυτό η περιγραφή της συμπεριφοράς, θα πρέπει να αναφέρεται στους λόγους για τους οποίους εκδηλώθηκε και στους κοινωνικούς κανόνες στους οποίους υπάγεται.

5.3 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΤΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Όπως προαναφέρθηκε, στην παρούσα έρευνα χρησιμοποιήθηκε η ποιοτική μεθοδολογία για την συλλογή των στοιχείων. Συγκεκριμένα, εφαρμόστηκε η δομημένη συνέντευξη και η πλήρης παρατήρηση σε συνδυασμό με ημικατευθυνόμενη ομαδική συνέντευξη.

Για να γίνουν πιο αξιόπιστα τα ‘σιωπηλά’ δεδομένα της παρατήρησης, συγκρίθηκαν με τις περιγραφές των ερωτώμενων κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων, δεχόμενοι ότι η χρήση του smartphone χαρακτηρίζεται από αυτοματοποιημένες πλέον κινήσεις, οι οποίες είναι ασυνείδητες και το υποκείμενο δεν δίνει μεγάλη σημασία ή νόημα σε αυτές.

Για την ανάλυση των παραχθέντων δεδομένων χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της θεμελιωμένης θεωρίας (grounded theory). Η μέθοδος αυτή επικεντρώνεται στο χτίσιμο της θεωρίας, εφόσον αυτή δεν είναι προκαθορισμένη αλλά αναδύεται μέσα από τα δεδομένα.

Στόχος της διατριβής είναι να ερευνήσει την διείσδυση του κινητού τηλεφώνου smartphone στην καθημερινότητα του ανθρώπου και να ανακαλύψει, αν αυτή η διείσδυση έχει φέρει αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο αλληλοεπιδρούν οι άνθρωποι μεταξύ τους και πως αντιμετωπίζεται η συγκεκριμένη συσκευή. Οι οριστικές υποθέσεις γύρω από τις οποίες δομήθηκε η όλη έρευνα είναι οι εξής: (i) Μπορεί το smartphone να αντικαταστήσει τον ‘φίλο’; (ii) Μπορούν να αναπτυχθούν συναισθηματικοί δεσμοί με την συσκευή αυτή; (iii) Πόσο συχνά γίνεται χρήση του smartphone όταν είμαστε σε παρέα; (iv) Πως νιώθουν τα μέλη μιας παρέας όταν γίνεται χρήση κινητού από άτομα της ίδιας παρέας;

Τα ερωτήματα αυτά απαντήθηκαν σε έναν κάποιο βαθμό μέσα από το υλικό που συγκεντρώθηκε από την έρευνα στο πεδίο. Για την ευκολότερη επεξεργασία του υλικού, τα δεδομένα τα οποία συλλέχθηκαν ταξινομήθηκαν σε κατηγορίες.

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ

ΕΠΕΞΗΓΗΣΗ.

➤ Το κινητό και η 'παρέα'. ➡

Τι θέση λαμβάνει το κινητό τηλέφωνο στην παρέα.

➤ Συχνότητα χρήσης του κινητού ➡

Πόσο συχνά γίνεται χρήση του smartphone όταν είμαστε μόνοι, όταν είμαστε σε παρέα και πόσο συχνά το χρησιμοποιούμε ημερησίως.

Σε παρέα
Μόνος
Ημερησίως

➤ Χρήση του κινητού ➡

Τι είδους χρήση γίνεται από τους κατόχους. Κατά πόσο η χρήση αυτή αφορά την επικοινωνία και κατά πόσο άλλες εφαρμογές.

Επικοινωνία
Γενική / διαδίκτυο / λοιπές εφαρμογές

➤ Συναισθήματα ➡

Τι είδους συναισθήματα μπορεί να υπάρχουν για την συσκευή.

Συναισθήματα για την συσκευή.
Συναισθήματα για την χρήση της.

Τι είδους συναισθήματα γεννώνται σε τρίτους όταν γίνεται χρήση της συσκευής.

➤ Ελκυστικότητα του κινητού ➡

Τι είναι αυτό που μας ωθεί στην χρήση του smartphone.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ VI

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

6.1 ΣΧΕΣΗ ΚΙΝΗΤΟΥ ΚΑΙ ΚΑΤΟΧΟΥ

Ένα από τα βασικά ερωτήματα της διπλωματικής είναι, το αν τα έξυπνα τηλέφωνα μπορούν να προσωποποιηθούν τόσο, ώστε να μπορούν να αναπτυχθούν έντονα συναισθήματα για την συσκευή αυτή. Ένα τέτοιο ερώτημα απαιτεί διεπιστημονική προσέγγιση και είναι δύσκολο να απαντηθεί στην ολότητά του στα πλαίσια της παρούσας μελέτης, η οποία αποτελεί μια ενδεικτική απόπειρα διερεύνησης του φαινομένου αυτού. Ωστόσο, μπορούμε να έχουμε μια εικόνα από τις ατομικές συνεντεύξεις. Συγκεκριμένα, οι δυο τελευταίες ερωτήσεις: «Τι είναι το smartphone για σας; Πως νιώθετε για το δικό σας smartphone;» «Πως θα νιώθατε αν το χάνατε; (βλ. παράρτημα 1 σελ.90)» στοχεύουν στην παροχή στοιχείων για τα συναισθήματα των κατόχων, σχετικά με τα έξυπνα τηλέφωνα τους.

Έξι ερωτώμενοι χρησιμοποίησαν την λέξη 'love' (αγάπη) για να περιγράψουν το συναίσθημά τους. Επτά, χρησιμοποίησαν επίσης την λέξη device/ gadget (συσκευή/ μικροσυσκευή) για να το περιγράψουν. Πολλοί τέλος, το χαρακτήρισαν ως προσωπικό υπολογιστή, ή λεξικό. Κάποιοι είπαν ότι είναι μέρος του σώματός τους (τρίτο χέρι, δεξί χέρι) και άλλοι, ότι εκεί βρίσκεται όλη η ζωή τους (εννοούσαν επαφές, μηνύματα, μουσική και διάφορα αρχεία). Καταλαβαίνουμε ότι οι χαρακτηρισμοί αυτοί είναι προς την συσκευή, ωστόσο, ποιοτικά, θα λέγαμε ότι αναφέρονται, όχι στην συσκευή καθεαυτή, αλλά στις δυνατότητές της. Λαμβάνοντας υπόψη τα όσα έχουν ειπωθεί για την χρήση του κινητού, βλέπουμε ότι αν υπάρχει κάτι που κάνει τα υποκείμενα να τρέφουν κάποιο συναίσθημα για τα έξυπνα τηλέφωνα, αυτό είναι οι δυνατότητες που έχουν αλλά και οι προεκτάσεις που προσφέρουν στον άνθρωπο²⁹. Συμπεραίνουμε

²⁹ Ο McLuhan έχει αναφέρει, ότι κάθε τεχνολογία αποτελεί μια προέκταση του ανθρωπίνου σώματος. Η Εκμεκτζιάν (2010) πολύ ευστοχά αναφέρει, ότι το κινητό αποτελεί την εξωτερική προέκταση της ανθρώπινης μνήμης, αφού έχει την δυνατότητα να αποθηκεύει τηλέφωνα και μηνύματα, στα οποία ο χρήστης μπορεί να ανατρέξει ανα πάσα στιγμή, συνεπώς δεν χρειάζεται να τα θυμάται. Στον ίδιο συλλογισμό η Sherry Turkle (TEDx Talks 2011) σε ομιλία της αναφέρει, ότι τα smartphones επιτρέπουν την πολύ-ζωία (multi-lifing) εννοώντας, ότι μπορούν να μας μεταφέρουν σε διάφορες πτυχές της ζωής μας. Παίρνοντας την σκέψη αυτή ως έναυσμα μπορούμε να πούμε ότι τελικά τα έξυπνα τηλέφωνα αποτελούν επέκταση της ίδιας μας της

τελικά, ότι οι χρήστες έχουν επίγνωση ότι τα τηλέφωνα τους είναι απλώς συσκευές, οι οποίες τους κρατάνε συντροφιά όποτε νιώθουν μόνοι, τους επιτρέπουν να είναι συνδεδεμένοι με φίλους και με τον τρόπο αυτό τους προσφέρουν ‘ασφάλεια’³⁰. Αυτό έχει ως συνέπεια, όπως αναγνωρίζει και η Sherry Turkle,(2012) οι κινητές τεχνολογίες να γίνονται μέρος του εαυτού και της ταυτότητάς μας, επηρεάζοντας τελικά όλον τον ψυχισμό του ανθρώπου. Οι άνθρωποι πλέον φοβούνται να είναι μόνοι και όταν είναι, φοβούνται και πανικοβάλλονται, ψάχνοντας για την συσκευή η οποία προσφέρει την δυνατότητα της συνεχούς σύνδεσης. Τέλος, η Turkle (TED ο.π) τονίζει ότι η σύνδεση δε σημαίνει και επικοινωνία, ενώ μας ωθεί ολοένα και περισσότερο στην απομόνωση.

Ερχόμενοι στην απώλεια του smartphone, το συναίσθημα που ανέφεραν οι ερωτώμενοι συχνότερα, είναι η στενοχώρια, ο θυμός και η απόγνωση, ενώ 4 ερωτώμενοι είπαν ότι θα αγοράζαν καινούργιο. Οι πληροφορίες αυτές λειτουργούν συμπληρωματικά, αφού όπως ειπώθηκε στην προηγούμενη παράγραφο, τα συναισθήματα ταυτίζονται περισσότερο με τις λειτουργίες, παρά την συσκευή καθεαυτή. Ενδεικτικά, ορισμένοι ερωτώμενοι είπαν³¹: (βλ. παράρτημα 1 σελ.90)

- *‘είναι σαν να χάνεις τον κόσμο σου, τις επαφές, τις φωτογραφίες ,τα αρχεία σου...’ (ερωτώμενος νούμερο 20),*
- *‘είναι εντάξει, αλλά θα χάσω τις επαφές και κάποια σημαντικά αρχεία...’ (ερωτώμενος νούμερο 17)*
- *‘Θα νευριάσω, αλλά όχι για την συσκευή. Για όλα όσα ανέφερα πριν.’ (ερωτώμενος νούμερο 16)*
- *‘Θα είμαι χαμένος στον κόσμο’ (ερωτώμενος νούμερο 3)*

ζωής, αφού μπορούν να μας συνδέσουν με την εργασία, ή την οικογένειά μας ανα πάσα στιγμή, χωρίς να γνωρίζουν γεωγραφικούς ή χρονικούς περιορισμούς.

³⁰ Στο ίδιο συμπέρασμα καταλήγει και η Εκμεκτζιάν (2010), η οποία χαρακτηρίζει το τηλέφωνο ως τον ‘προσωπικό σωματοφύλακα’ του μετανεωτερικού υποκειμένου.

³¹ Οι συνεντεύξεις και οι απαντήσεις που δόθηκαν ήταν στην Αγγλική γλώσσα. Η μετάφραση είναι δική μας.

6.2 ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ SMARTPHONE ΣΕ ΔΗΜΟΣΙΟ ΧΩΡΟ

Από της πληροφορίες που συλλέχθηκαν από τις συνεντεύξεις, φαίνεται πως όταν είμαστε μόνοι μας σε έναν δημόσιο χώρο, όπως αυτός του εστιατορίου, η πιθανότητα να ασχοληθούμε με το κινητό είναι πολύ μεγάλη. Στην ερώτηση: «πόσο συχνά χρησιμοποιείτε το κινητό τηλέφωνο όταν γευματίζετε; (βλ. παράρτημα 1 σελ.90)» μόνο ένας ερωτώμενος απάντησε «όχι πολύ συχνά». Η πλειοψηφία των απαντήσεων έδειξαν ότι το smartphone, είτε χρησιμοποιείται πολύ συχνά (σχεδόν κάθε φορά), ή είναι στο μυαλό του κατόχου, ως κάτι το οποίο χρειάζεται προσοχή και δεν πρέπει να ξεχαστεί. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον εμφανίζει η απάντηση του δεύτερου ερωτώμενου: «δεν το χρησιμοποιώ τόσο συχνά, συνήθως δεν γευματίζω μόνος (παράρτημα 1 σελ.:90)». Από αυτή την απάντηση μπορούμε να υποθέσουμε, ότι το κινητό αποτελεί ένα είδος παρέας και χρησιμοποιείται πιο συχνά όταν είμαστε μόνοι.

Βάση των απαντήσεων μπορούμε να επαληθεύσουμε το δεύτερο μέρος της υπόθεσης, ότι γίνεται συχνότερη χρήση του κινητού όταν είμαστε μόνοι αφού τα 4/5 είπαν ότι το χρησιμοποιούν περισσότερο όταν είναι μόνοι. Αρκετοί από τους ερωτώμενους διευκρίνισαν επίσης ότι αν και το χρησιμοποιούν ακόμα και με φίλους, η χρήση είναι διαφορετική. Αν και δεν υπήρχε ερώτηση που να διευκρινίζει την διαφορά της χρήσης, η απάντηση αυτή μας φέρνει πιο κοντά στην επαλήθευση της υπόθεσης ότι το κινητό αποτελεί ένα είδος παρέας, διότι αν γινόταν η ίδια χρήση και στην περίπτωση που τα υποκείμενα ήταν με παρέα τότε θα μπορούσαμε να πούμε ότι πρόκειται απλώς για μια συνήθεια.

Συνεχίζοντας με την διερεύνηση της ίδιας υπόθεσης εργασίας, και έχοντας τις απαντήσεις των ερωτώμενων από την ερώτηση: «μπορείτε να προσδιορίσετε γιατί χρησιμοποιείτε το κινητό αυτή την στιγμή; (βλ. παράρτημα 1 σελ. 90)» μπορούμε να σκεφτούμε τα εξής. 1) Η χρήση του κινητού, όταν είμαστε μόνοι γίνεται από συνήθεια. 2) Η χρήση του κινητού γίνεται, επειδή βαριόμαστε και θέλουμε να περάσουμε την ώρα μας. 3) Η χρήση του κινητού γίνεται, για να συνομιλήσουμε με κάποιον μακρινό άλλο, για να έχουμε κάποια παρέα. Η σχέση του κινητού με τον χρήστη είναι πολυδιάστατη και διαλεκτική, συνεπώς τα τρία στοιχεία που ειπώθηκαν πιθανότατα γίνονται ταυτόχρονα. Η χρήση λοιπόν του smartphone, όταν βρισκόμαστε μόνοι σε έναν δημόσιο χώρο, γίνεται αρχικά επειδή βαριόμαστε και σιγά σιγά γίνεται από

συνήθεια. Συνδυάζοντας τις απαντήσεις από τις ερωτήσεις: «τι χρήση κάνετε συνηθώς στο κινητό σας smartphone;» «πόσο συχνά συνομιλείτε με κάποιον (μηνύματα ή κλήση) μέσω του κινητού σας την ώρα που γευματίζετε; (βλ. παράρτημα 1 σελ. 90)» φαίνεται ότι οι ερωτώμενοι στην πλειοψηφία τους συνομιλούν με κάποιον άλλον την ώρα που βρίσκονται μόνοι και γευματίζουν στο εστιατόριο. Συγκεκριμένα, 9/20 δήλωσαν ότι κάθε φορά θα συνομιλήσουν με κάποιον, ενώ 7/20 είπαν ότι το κάνουν πολύ συχνά. Οι υπόλοιποι ερωτώμενοι έδωσαν άλλες απαντήσεις όπως: «Εξαρτάται από την διάθεσή μου., Μπορεί καμιά φορά να συνομιλήσω με κάποιον, αλλά μ'αρέσει να ακούω μουσική., Δεν ξέρω συνήθως ψάχνω πληροφορίες». Τέλος, όσον αφορά την χρήση του κινητού, 14/20 ερωτώμενους είπαν ότι ασχολούνται με social media (αναφέρθηκε το facebook), ενώ 17/20 είπαν ότι χρησιμοποιούν την συσκευή για να συνομιλήσουν με άλλους (γραπτά ή προφορικά).

Μπορούμε λοιπόν με σιγουριά να πούμε, ότι το κινητό τηλέφωνο smartphone αποτελεί ένα είδος παρέας. Αντιλαμβανόμαστε όμως ότι δεν είναι το αντικείμενο καθαυτό, αλλά οι δυνατότητες που μας προσφέρει. Βλέπουμε επίσης, ότι οι ερωτώμενοι μέσω του κινητού είναι σε επαφή με τους ανθρώπους που θέλουν, αλλά και εν δυνάμει με όλον τον κόσμο του διαδικτύου. Η επαφή λοιπόν με τον άλλο φαίνεται να είναι η σημαντική ανάγκη την οποία καλύπτει το smartphone. Ο 'άλλος', μπορεί να μην είναι κάποιο φυσικό πρόσωπο, αλλά να είναι μια ομάδα, ένα μέσο, ακόμα και μια ιδέα.

Κλείνοντας, από τις απαντήσεις στην 5^η ερώτηση: «Πόσο χρόνο αφιερώνετε στο smartphone σας ημερησίως; Σε ποια περίοδο της ημέρας;(βλ. παράρτημα 1 σελ. 90) διαπιστώνουμε, ότι συχνότερη χρήση του κινητού γίνεται όταν είμαστε ή αισθανόμαστε μόνοι. Αρκετοί ερωτώμενοι ανέφεραν, ότι θυμούνται να το χρησιμοποιούν περισσότερο όταν περπατάνε, ή όταν περιμένουν κάποιον, ή τα μέσα μαζικής μεταφοράς. Ο μέσος όρος του χρόνου που αφιερώνουν οι ερωτώμενοι στα κινητά, συμβαδίζει με τον χρόνο που αφιέρωναν τα υποκείμενα σε προηγούμενη έρευνα που βρέθηκε μέσω της βιβλιογραφικής ανασκόπησης και ανάγεται περίπου στις 3 ώρες ημερησίως.

6.3 ΕΛΚΥΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗ ΧΡΗΣΗ

Χρησιμοποιώντας την βιβλιογραφία έγινε αντιληπτό, ότι τα έξυπνα τηλέφωνα θεωρούνται ‘έξυπνα’, επειδή επιτρέπουν την άμεση και γρήγορη σύνδεση στο διαδίκτυο (άλλωστε πολλές φορές θεωρούνται ως υπολογιστές τσέπης). Εκτός από την επικοινωνία τα smartphones προσφέρουν μεγάλη ποικιλία χρήσης. Όπως είδαμε σε προηγούμενα κεφάλαια, η συχνότερη χρήση είναι αυτή του διαδικτύου.

Πράγματι από τις απαντήσεις των ερωτώμενων, τόσο στις ατομικές όσο και στις ομαδικές συνεντεύξεις, αυτό επιβεβαιώνεται. Οι κάτοχοι του κινητού το χρησιμοποιούν για να έχουν πρόσβαση σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης, για να στείλουν δωρεάν μηνύματα, για να ψάξουν πληροφορίες στον ιστό, ή για να ελέγξουν το ηλεκτρονικό τους ταχυδρομείο. Το χρησιμοποιούν ακόμα ως πλοηγό, ως φωτογραφική μηχανή και ως ραδιόφωνο. Το κοινό στοιχείο αυτών των εφαρμογών είναι η διαδικτυακή συνδεσιμότητα που προσφέρουν τα έξυπνα τηλέφωνα. Ακόμα και σε μια παρέα ατόμων η χρήση του smartphone είναι αρκετά συχνή. Πάλι όμως, ο συνδετικός κρίκος είναι η πρόσβαση στο internet, αφού μπορεί να προσφέρει άμεσες πληροφορίες, παιχνίδια κ.α. Προσφέρει δηλαδή έναν τρόπο για να ‘περνάς την ώρα σου’.

Αντιλαμβανόμαστε ότι το διαδίκτυο είναι αυτό που έχει γίνει μέρος της καθημερινότητάς μας και όχι το τηλέφωνο καθεαυτό. Συγκεκριμένα, είναι ο συνδυασμός διαδικτύου και τηλεφώνου, η χρήση του διαδικτύου δηλαδή που γίνεται μέσω του τηλεφώνου (δωρεάν γραπτά μηνύματα, κλήσεις, εικονικές κοινότητες, γρήγορη πληροφόρηση κοκ.) είναι το στοιχείο που κάνει το smartphone τόσο ελκυστικό στη χρήση, αλλά και ‘απαραίτητο’ στην καθημερινή ζωή του ανθρώπου.

Την θέση αυτή ενισχύουν και τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την παρακολούθηση ενδεικτικών διαφημίσεων των έξυπνων τηλεφώνων από τον ιστότοπο του YouTube. (Carlos Merigo 2010), (Greek iPhone on Google 2013), (Ploutarchos100 2013), (mattwilsonfilms 2015), (Samsung Mobile 21/02/2016), (Samsung Mobile 02/08/2016). Χαρακτηριστικό των διαφημίσεων είναι, ότι δίνουν βάση στα τεχνικά χαρακτηριστικά και στην εργονομία των συσκευών, παρουσιάζοντας αυτά που τα κάνουν ευκολότερα στην χρήση και απαραίτητα στον καθημερινό άνθρωπο. Παρουσιάζεται επίσης η δυνατότητα και η ευκολία της διαδικτυακής σύνδεσης, ενώ κάποιες διαφημίσεις δείχνουν ακόμα και εικόνες από την οικογενειακή ζωή των ανθρώπων, περνώντας με τον τρόπο αυτό το μήνυμα, ότι το smartphone είναι ένας

σύντροφος και μέλος της οικογένειας, αν είσαι επίσης μακριά, μπορεί να σε ‘φέρει’ κοντά.

Η χρήση του smartphone, σύμφωνα με τα δεδομένα της παρούσας έρευνας, από τα υποκείμενα όταν είναι μόνα και όταν βρίσκονται σε μια παρέα, φαίνεται πως έχει κάποια κοινά σημεία. Και στις δυο περιπτώσεις τα υποκείμενα στέλνουν γραπτά μηνύματα μέσω συγκεκριμένων εφαρμογών και συχνά ασχολούνται με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Μπορούμε επίσης να εντοπίσουμε και κάποιες διαφορές, όπως τον χρόνο που αφιερώνεται στο κινητό. Στην περίπτωση της παρέας ο χρόνος είναι σαφώς μικρότερος. Η βασική διαφορά όμως, που γίνεται εύκολα αντιληπτή, βρίσκεται στην αιτία της χρήσης. Όταν τα υποκείμενα βρίσκονται μόνα, χρησιμοποιούν το τηλέφωνό τους ως ένα συμπληρωματικό είδος παρέας, διότι θέλουν να συνομιλήσουν με κάποιον επειδή συνήθως βαριούνται. Στην παρέα, η ατομική χρήση του κινητού περιορίζεται στην αποστολή γραπτών μηνυμάτων και όπως ανέφεραν οι ερωτώμενοι, μπορεί να γίνει από αμηχανία ως προς τους άλλους και όχι επειδή νιώθουν μόνοι. Επίσης συνήθως δεχόντουσαν μηνύματα, στα οποία ‘έπρεπε’ να απαντήσουν, ενώ πολύ συχνά η ατομική χρήση γινόταν ομαδική. Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι στην πρώτη περίπτωση, η κατ’επανάληψη χρήση του κινητού έγινε κανονικότητα και τα υποκείμενα δύσκολα φαντάζονται τον εαυτό τους χωρίς το smartphone τους.

6.4 ΤΟ SMARTPHONE ΣΤΗΝ ‘ΠΑΡΕΑ’

Το κινητό τηλέφωνο συντροφεύει τον κάτοχό του και στον δημόσιο χώρο εκτός από τον ιδιωτικό. Τον συντροφεύει επίσης, όταν βρίσκεται μαζί με μια παρέα και είναι έτοιμο, ανα πάσα στιγμή, να χρησιμοποιηθεί. Αξιοσημείωτο είναι, ότι και στις πέντε παρέες που έγινε παρατήρηση το τηλέφωνο ήταν πάντα παρόν, σε κοντινή απόσταση από τον κάτοχό του και σε κοινή θέα, άλλες φορές στο χέρι και άλλες φορές επάνω στο τραπέζι της καφετέριας που καθόταν η παρέα. Το ότι το κινητό είναι σε άμεση θέα, όχι μόνο για τον χρήστη αλλά και για τους άλλους, μπορεί να δείχνει ότι ενώ σωματικά βρισκόμαστε σε ένα μέρος, ταυτόχρονα ανήκουμε και σε ‘άλλους απόντες’, οι οποίοι είναι μαζί μας μέσω του τηλεφώνου. Αυτές οι σκέψεις ενισχύονται από τις αποκρίσεις των ερωτώμενων. Χαρακτηριστικά, στην 5^η ομάδα ειπώθηκε: «θέλω να βλέπω αν έχω ειδοποιήσεις. Θέλω να το ακούσω αν χτυπήσει» (βλ. παράρτημα 2 σελ.: 96) φαίνεται

λοιπόν πως μια κλήση, ή, κάποια ειδοποίηση είναι αρκετά σημαντική, σχεδόν όσο και η παρέα με την οποία βρισκόμαστε.

Η σκέψη αυτή γεννήθηκε κατά την επεξεργασία των δεδομένων, αφού δεν αποτελούσε αρχικό στόχο της παρούσας έρευνας. Η παρατήρηση με τις ομαδικές συνεντεύξεις, λειτούργησαν ως συμπληρωματική και επαληθευτική μέθοδος ταυτόχρονα, με βασικά υποθετικά ερωτήματα αυτά που προαναφέρθηκαν στην σελίδα 68.

Στις 4/5 παρέες αναφέρθηκε από τουλάχιστον ένα μέλος ότι έστελνε μηνύματα από το τηλέφωνο (λόγω της διαδικτυακής σύνδεσης που επιτρέπουν τα έξυπνα τηλέφωνα, είναι πλέον πιο εύκολη και ελκυστική η αποστολή δωρεάν σύντομων γραπτών μηνυμάτων.). Τα άτομα που έκαναν χρήση της υπηρεσίας αυτής είπαν χαρακτηριστικά: ομάδα 2^η «μπορεί να έστειλα ένα μήνυμα, αυτό όμως δεν σημαίνει ότι δεν έδινα σημασία στην παρέα. », ομάδα 3^η «έστειλε ένας φίλος και έπρεπε να απαντήσω.», ομάδα 4^η «αν και έστελνα κάποια μηνύματα, είχα το νου στην παρέα.». (βλ. παράρτημα 2 σελ.: 96)

Έχοντας τα στοιχεία αυτά, συμπεραίνουμε ότι σε μια παρέα είναι περισσότερο πιθανό να γίνει χρήση γραπτών μηνυμάτων, από ότι χρήση φωνητικής κλήσης. Φαίνεται επίσης, ότι τα υποκείμενα τα οποία αποστέλλουν το μήνυμα γνωρίζουν, ότι κάνουν κάτι το οποίο πρέπει να αιτιολογήσουν. Θεωρούν ωστόσο, ότι ταυτόχρονα ακούν, ή δίνουν σημασία στην παρέα. Μπορούν όμως να το κάνουν 100%; Η απάντηση στο ερώτημα αυτό έρχεται κυρίως από την 5^η ομάδα, όπου μέρος της συνέντευξης έχει ως εξής:

- *Υπάρχει περίπτωση η χρήση του κινητού να σου αποσπά την προσοχή;*
- *«ε, όσο να' ναι σε αποσπά, αλλά ακούω τι λένε οι άλλοι»*
[το κορίτσι είπε ότι έστελνε μηνύματα με μια φίλη της.]
- *Αυτό δεν είναι σα να είσαι σε δυο παρέες;*
- *«Όχι, θέλω απλά να μιλάω με μια φίλη που μου στέλνει, ενώ ταυτόχρονα δίνω σημασία και στα παιδιά εδώ.»*
- *Μπορείς να τα κάνεις και τα δυο και να είσαι 100% καλή και στα δυο;*
- *«100% δεν ξέρω, αλλά νομίζω ότι μπορώ.»*

Ερχόμαστε σε αυτό που αναφέρει η Sherry Turkle σε ομιλία της: (TEDx Talks 2011, 6:00'-6:20') «η συνδεσιμότητα που προσφέρουν οι κινητές τεχνολογίες σημαίνει, ότι μας επιτρέπεται να 'ξεφεύγουμε' από την φυσική πραγματικότητα, όποτε θέλουμε, για να πάμε σε όποιον άλλο χώρο μας προσφέρεται... μεταφερόμαστε από το να κάνουμε πολλές εργασίες ταυτόχρονα, στο να ζούμε πολλές ζωές ταυτόχρονα. (from multitasking to multiliving³²». Ενώ δεν είναι εύκολο να κάνουμε δυο πράγματα ταυτόχρονα και να είμαστε 100% καλοί και στα δυο, όσον αφορά την διαντίδραση στην κοινωνική ομάδα, μας προσφέρεται η δυνατότητα του συνδυασμού πολλών πλευρών της ζωής μας, όταν βρισκόμαστε σε συγκεκριμένο χώρο, μέσω των έξυπνων τηλεφώνων. Είναι σαν να αναμιγνύουμε, όποτε θέλουμε, όλες τις πλευρές της ζωής μας (επαγγελματική, οικογενειακή, φιλική κ.α.). Οφείλουμε να προσθέσουμε, ότι κατά τη διάρκεια αποστολής μηνυμάτων, όταν βρισκόμαστε σε παρέα, είναι πιο εύκολο να δίνουμε την 'εικόνα' ότι βρισκόμαστε στην παρέα, αλλά ταυτόχρονα και στην οθόνη του κινητού (δηλαδή στον 'μακρινό άλλο'), με το να συμμετέχουμε οπτικά στην παρέα, ενώ κοιτάμε περιοδικά την οθόνη του τηλεφώνου, πράγμα που γινόταν συχνά στις υπό παρατήρηση παρέες.

Στις ομάδες, μεγαλύτερη ενασχόληση με το κινητό εμφανίζουν τα άτομα που δεν έχουν τόσο ενεργό ρόλο στην συζήτηση. Από τις αποκρίσεις των ερωτώμενων στις ομαδικές συνεντεύξεις όσον αφορά την ερώτηση: «αν νιώθουν να ενοχλούνται, όταν τουλάχιστον ένα μέλος της παρέας ασχολείται για κάποιο λόγο με το κινητό» φάνηκε, ότι σε γενικές γραμμές τα μέλη της παρέας δεν ενοχλούνταν, ούτε ένιωθαν κάποια δυσφορία, αντιθέτως, είτε δεν το είχαν προσέξει είτε, το θεωρούσαν ως φυσιολογικό και αποδεκτό. Είναι πιθανό όμως να μην ενοχλούνταν, διότι αφ' ενός βρισκόντουσαν σε μια παρέα 3-4 ατόμων και αφ'ετέρου, χρήση του κινητού έκανε ο λιγότερο συμμετέχων στην συζήτηση. Όταν σε ομάδα 3 ατόμων (ομάδα 3^η, βλ. παράρτημα 2 σελ.: 96.) τα 2/3 ασχολήθηκαν με το κινητό, τότε ο τρίτος είπε «είναι ενοχλητικό να είσαι σε μια παρέα και οι περισσότεροι να ασχολούνται με το κινητό και να μη σου δίνουν σημασία». Τέλος, αν και αόριστα, εισήχθη ο παράγοντας του χρόνου. Τα υποκείμενα τόνιζαν, ότι δεν πειράζει όταν κάποιος ασχολείται με το τηλέφωνό του, αρκεί να μην το κάνει για πολύ ώρα. Το ακριβές χρονικό περιθώριο δεν μπήκε ρητά,

³² Η μετάφραση δική μας.

φαίνεται ωστόσο, ότι έχει εσωτερικευθεί ασυνείδητα. Όταν το περιθώριο αυτό ξεπεραστεί η αποδοχή της χρήσης του κινητού μικραίνει.

Σημαντικός στόχος στις ομάδες που παρατηρήθηκαν και πραγματοποιήθηκε η συνέντευξη ήταν, εκτός των άλλων, να εμπλουτίσουμε τις πληροφορίες που έχουμε σχετικά με το αν το κινητό μπορεί τελικά να αντικαταστήσει τον 'φίλο', ώστε να μπορούμε να έλθουμε σε όσο το δυνατόν πιο έγκυρα συμπεράσματα. Είδαμε από τις ατομικές συνεντεύξεις, ότι το κινητό αποτελεί ένα είδος παρέας, που μας συντροφεύει σε πολλές στιγμές της καθημερινής μας δραστηριότητας (όταν τρώμε, όταν περιμένουμε το λεωφορείο, όταν διαβάζουμε, όταν περπατάμε στον δρόμο κ.α.). Ωστόσο, είναι δύσκολο να θεωρήσουμε ότι μπορεί πράγματι το κινητό να αποτελέσει αντικαταστάτη της ανθρώπινης συντροφιάς.

Από το 'σιωπηλό' μέρος της παρατήρησης διαπιστώσαμε, ότι σε μια παρέα το κινητό είναι παρόν αλλά όχι απαραίτητα σε χρήση. Είδαμε επίσης, ότι τα άτομα που ασχολούνταν με αυτό, ήταν αυτά τα οποία έμεναν λιγότερο ενεργά στην παρέα, ενώ συνολικά δεν αφιέρωναν πολύ χρόνο στην συσκευή³³. Συμπεραίνουμε εν ολίγης, ότι τα υποκείμενα θεωρούν ότι η χρήση του κινητού είναι γενικώς κάτι το αποδεκτό, ωστόσο έχουν γνώση ότι μπορεί να γίνει ενοχλητικό υπό προϋποθέσεις.

Με τα δεδομένα που υπάρχουν, η υπόθεση «ότι το κινητό μπορεί να αντικαταστήσει τον 'φίλο'» τελικά απορρίπτεται. Είδαμε ότι τα έξυπνα τηλέφωνα αποτελούν μια παρέα, ή μπορεί να είναι μια ευχάριστη 'συντροφιά', ωστόσο, χρησιμοποιούνται για να μας φέρουν σε επαφή με άλλους ανθρώπους, φίλους και μη, ή χρησιμοποιούνται για να απομονωθούμε σε έναν χώρο. Η Turkle(TED 2012) αναφέρει, ότι η υπερβολική αποστολή μηνυμάτων μέσω του κινητού, αντικαθιστά σταδιακά την πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνία. Αυτό γίνεται διότι η συζήτηση μέσω μηνυμάτων αποτελεί σύνδεση μέσω μικρών κομματιών, τα οποία μπορεί να μεταφέρουν κομμάτια πληροφοριών, αλλά πάντα παραμένουν κομμάτια, δεν μπορούν να αντικαταστήσουν μια ολοκληρωμένη συζήτηση μεταξύ δυο φυσικών προσώπων. Όταν μέσω της συζήτησης, προσπαθούμε να κατανοήσουμε τον άλλο, στην ουσία μαθαίνουμε για εμάς. Μέσω της συζήτησης καλλιεργούμε τη δυνατότητα να συζητάμε

³³ Η χρήση που γινόταν σε ατομικό επίπεδο ήταν συνήθως σύντομες ματιές για να δουν σε τι κατάσταση βρίσκεται το κινητό και αποστολή σύντομων μηνυμάτων. Σπανιότερα θα αφιερωθεί χρόνος για να ψάξουν κάτι στο διαδίκτυο εκτός αν θεωρηθεί κάτι σημαντικό όπως π.χ. να δει τα αποτελέσματα της εξεταστικής. (βλ. ομάδα 5^η παράρτημα 2 σελ.: 96).

με τον εαυτό μας. Με το να γίνεται αντικατάσταση στέλνοντας μηνύματα, στερούμε από τον εαυτό μας την ικανότητα του αναστοχασμού. Η ικανότητα αυτή αποτελεί τον θεμέλιο λίθο της ανάπτυξης για ένα παιδί. Η αναστοχαστικότητα, μας μαθαίνει στην τελική το πώς μπορούμε να συνυπάρξουμε με τους άλλους ανθρώπους. Η Turkle (ο.π) αντιλαμβάνεται ότι με το να αποφεύγουμε την ολοκληρωμένη συζήτηση, αποφεύγουμε ουσιαστικά τους ανθρώπους. Αναφέρει επίσης, ότι πολλοί άνθρωποι της λένε ότι επιθυμούν μια μέρα να υπάρξει μια πιο εξελιγμένη μέθοδος του προγράμματος 'siri' του iPhone της Apple (ψηφιακή βοηθός), όπου θα είναι σαν τον καλύτερό τους φίλο, κάποιον ο οποίος θα τους ακούει.

Τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας έδειξαν, ότι στη δεδομένη χρονική στιγμή και λαμβάνοντας υπόψιν το δείγμα των ανθρώπων που επιλέχθηκε για τις συνεντεύξεις και την παρατήρηση, και τον χώρο στον οποίο διεξήχθησαν, η αντικατάσταση του 'φίλου', δηλαδή της ανθρώπινης παρέας που θα μας συνομιλήσει και θα μας συναισθανθεί, δεν μπορεί να γίνει από τα έξυπνα κινητά τηλέφωνα. Καταλήξαμε στο συμπέρασμα αυτό, διότι όπως είδαμε, η χρήση του κινητού γίνεται συχνά όταν είμαστε μόνοι, ενώ περιορίζεται όταν βρισκόμαστε σε παρέα. Επίσης, η πλειοψηφία των υποκείμενων δήλωσαν ότι πρόκειται απλώς για μια συσκευή, η οποία τους δίνει την δυνατότητα της συνεχούς σύνδεσης με άλλους, συνεπώς δεν είναι κάτι με το οποίο μπορούν να συνομιλήσουν ή να συνάψουν συναισθηματικό δεσμό.

Τελειώνοντας, ένα εντυπωσιακό συμπέρασμα που έγινε από την παρατήρηση όσον αφορά το smartphone και την παρέα ήταν, ότι τα τηλέφωνα αυτά μπορούν πολύ εύκολα να ενσωματωθούν στην παρέα και να γίνουν το επίκεντρο της προσοχής. Αξιοσημείωτο είναι ότι στις 4/5 υπό παρατήρηση ομάδες, το κινητό έγινε η 'ψυχή' της παρέας και όχι ένα αντικείμενο που θα απομονώσει τα υποκείμενα. Αντιλαμβανόμαστε λοιπόν ότι όταν κάποιο μέλος της ομάδας ασχολείται με το κινητό, υπάρχουν τρεις πιθανότητες: 1) να αποκοπεί για λίγο, 2) να αποκοπεί εν μέρει, δηλαδή να συμμετέχει αλλά χωρίς να πολύ-ακούει δίνοντας μικρές απαντήσεις, 3) να 'μοιραστεί' το κινητό με την παρέα. Το smartphone γίνεται μέρος της παρέας, καθώς οι πολλές δυνατότητές του το κάνουν να είναι το επίκεντρο της προσοχής για διαφορετικούς, όμως, λόγους ανάλογα με την περίπτωση.

Έτσι, στην πρώτη παρέα ο συνδεδετικός κρίκος ήταν οι κοινοί γνωστοί στο facebook, στην δεύτερη παρέα η άντληση αμέσων πληροφοριών, στην τρίτη, η ομαδική φωτογραφία και στην τέταρτη παρέα συνδεδετικός κρίκος ήταν ένα παιχνίδι στο οποίο

συμμετείχαν όλα τα μέλη της παρέας. Βασική προϋπόθεση για να πάρει το κινητό αυτό τον ρόλο, είναι να υπάρχει μια ‘παρέα’. Δηλαδή να υπάρχει μια ομάδα (2 ανθρώπων και άνω) με άτομα που θα γνωρίζονται μεταξύ τους και θα είναι ήδη φίλοι ώστε να μπορέσει να εμφανιστεί αυτή η διάσταση του έξυπνου κινητού τηλεφώνου. Συνεπώς, το κινητό δεν δύναται να δημιουργήσει από μόνο του κάποιο κλίμα παρέας, αλλά χρειάζεται να τηρούνται κάποιες προϋποθέσεις. (να υπάρχει διαδικτυακή συνδεσιμότητα και μια ομάδα υποκειμένων που γνωρίζονται.

Η κοινή χρήση του έξυπνου τηλεφώνου φαίνεται να έρχεται σε αντίθεση με το συμπέρασμα ότι δεν μπορεί να αντικαταστήσει τον ‘φίλο’, διότι ουσιαστικά γίνεται ο ‘κρικός’ που συνδέει όλη την παρέα. Ωστόσο, δεν πρόκειται για ανθρώπινο φίλο, περισσότερο αποτελεί τον αντικαταστάτη ενός βιβλίου (όταν βρίσκουμε πληροφορίες), μιας κάμερας, ή ενός επιτραπέζιου παιχνιδιού. Η αντικατάσταση των πράγματος που ειπώθηκε νωρίτερα είναι δυνατή μέσω της διαδικτυακής σύνδεσης που χαρακτηρίζει το smartphone, η οποία αποτελεί μια επιπλέον διάσταση στα πλαίσια της παρέας. Το έξυπνο τηλέφωνο, δηλαδή, ‘μεταφέρει’ την παρέα στον κόσμο του διαδικτύου. Σημαντικό είναι ότι η παρέα παραμένει πάντα παρέα και δεν διασπάται, συνεπώς, όσο όλα τα υποκείμενα ασχολούνται με το ένα smartphone, το οποίο τα ενώνει, δεν δρουν ως ξεχωριστές ατομικότητες, αλλά ως παρέα.³⁴

Τελικά, αν και οι δυνατότητες των έξυπνων τηλεφώνων φαίνονται απεριόριστες και σίγουρα επηρεάζουν τον τρόπο με τον οποίο δρούμε στην κοινωνική μας ζωή, φαίνεται, ότι προσφέρουν συνδεσιμότητα, αλλά όχι απαραίτητα και επικοινωνία, μπορεί να μας προσφέρουν άμεση πρόσβαση στην πληροφορία, όχι όμως και στην γνώση, μπορεί τέλος να αποτελούν μια ‘συντροφιά’, δεν δύνανται όμως να αντικαταστήσουν τον φίλο μας.

³⁴ Υπάρχει πάντα η πιθανότητα κάποιο μέλος της παρέας να ασχοληθεί με το κινητό του και να αποκοπεί για λίγο από την υπόλοιπη ομάδα, ωστόσο στα πλαίσια της κοινής χρήσης του smartphone η πιθανότητα αυτή μικραίνει.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Στα πλαίσια της διπλωματικής ερευνήθηκε η σχέση που μπορεί να αναπτυχθεί από ένα κοινωνικό υποκείμενο με το κινητό τηλέφωνο smartphone. Έγινε επίσης προσπάθεια κατανόησης της επιρροής που μπορεί να έχει η συσκευή στο υποκείμενο, όταν αυτό είναι μόνο του σε δημόσιο χώρο, ή, όταν βρίσκεται σε μια φιλική παρέα. Συγκεκριμένα, έγινε εστίαση στο είδος της χρήσης που γίνεται στο smartphone, αν αλλάζει η χρήση ποσοτικά και ποιοτικά όταν είμαστε σε παρέα και όταν είμαστε μόνοι, αν μπορεί να υπάρξει συναισθηματικό δέσιμο μεταξύ κάτοχου και κινητού και τέλος, αν η χρήση του τηλεφώνου ενοχλεί άλλα μέλη της παρέας.

Πριν την απάντηση των ερωτημάτων αυτών διερευνήθηκε το επικοινωνιακό πλαίσιο. Αποτυπώθηκε ότι η επικοινωνία αφορά όλο το πλαίσιο της ανθρώπινης δραστηριότητας και είναι ο τρόπος κατανόησης του εαυτού μας και του άλλου. Η επικοινωνία έχει αμφίδρομο χαρακτήρα και είναι ουσιαστικά η ανταλλαγή και η ερμηνεία κωδικοποιημένων μηνυμάτων. Ξεχωρίσαμε τέλος την άμεση επικοινωνία από την διαμεσολαβημένη, η οποία δεν περιλαμβάνει την άμεση φυσική επαφή, συνεπώς δεν μπορεί να είναι ολοκληρωμένη.

Στη συνέχεια, έγινε αναφορά στο διαδίκτυο και στην εποχή της πληροφορίας, αφού διαπιστώθηκε ότι η χρησιμότητα των έξυπνων τηλεφώνων προκύπτει από την άμεση δυνατότητα πρόσβασης στον χώρο του διαδικτύου, η οποία με τη σειρά της προσφέρει γρήγορη πληροφόρηση. Το διαδίκτυο είναι ένα παγκόσμιο σύστημα διασυνδεδεμένων υπολογιστών με σκοπό την διασυνδεσιμότητα δισεκατομμυρίων συσκευών παγκοσμίως. Τα νεαρά άτομα, που στον δυτικό κόσμο έχουν άμεση πρόσβαση στον χώρο του διαδικτύου, δεν κοινωνικοποιούνται πλέον μόνο έξω, σε δρόμους, σε πλατείες κλπ αλλά και στον χώρο αυτό. Το διαδίκτυο επιπλέον παρέχει την τεχνολογική υποδομή για την διάθεση μεγάλου εύρους πληροφοριών, συμβάλλοντας με τον τρόπο αυτό στην ανάδυση της εποχής της πληροφορίας.

Ο όρος αυτός σημαίνει ότι η σημερινή εποχή χαρακτηρίζεται από την δυνατότητα των υποκειμένων να μεταφέρουν αφ' ενός πληροφορίες ελεύθερα και ότι μπορούν αφ' ετέρου να έχουν άμεση πρόσβαση σε πληροφορίες που θα ήταν αδύνατο να έχουν στο παρελθόν. Τα νέα μέσα επικοινωνίας εξυπηρετούν τα χαρακτηριστικά των δομών της εποχής της πληροφορίας, που είναι συνοπτικά, η ικανότητα παραγωγής και γρήγορης διαχείρισης της πληροφορίας, σε συνδυασμό με την ταχύτητα μετάδοσής της.

Όπως φάνηκε από τις συνεντεύξεις και από προηγούμενες έρευνες, τα υποκείμενα ασχολούνται με το κινητό τους περίπου 2-3 ώρες ημερησίως, ενώ όπως είδαμε ο αριθμός των κατόχων έξυπνων τηλεφώνων σε παγκόσμια κλίμακα συνεχώς αυξάνεται. Σπουδαία χρησιμότητα των smartphones αποτελεί η διαδικτυακή σύνδεση, αφού τα υποκείμενα την χρησιμοποιούν συνεχώς για να συνομιλήσουν μεταξύ τους χωρίς οικονομικό κόστος, για να έχουν άμεση πρόσβαση σε πληροφορίες, για την ανεύρεση εργασίας, ή οικείας, ακόμα και για αγορά προϊόντων.

Η τεχνολογική αναβάθμιση των μέσων επικοινωνίας τους επέτρεψε να ξεφύγουν από τα χωρικά όρια που τα περιόριζαν ως τώρα. Ταυτόχρονα έγινε και η απελευθέρωση του ανθρώπου, ο οποίος στην σύγχρονη εποχή δεν έχει την υποχρέωση αναμονής της επικοινωνίας σε συγκεκριμένο χώρο- χρονικό πλαίσιο. Έγινε επίσης εφικτή για το σύγχρονο υποκείμενο η ταυτόχρονη εμπειρία της διαπροσωπικής επαφής και της διαμεσολαβημένης αλληλεπίδρασης. Αντιλαμβανόμαστε λοιπόν ότι ο άνθρωπος στις δυτικές κοινωνίες του 21ου αιώνα βιώνει πρωτοφανείς ιστορικές αλλαγές, όσον αφορά τον τομέα της επικοινωνίας αλλά και της πληροφορίας, αφού δικτυωμένος πλέον σε παγκόσμια κλίμακα καλείται να διαχειριστεί έναν ‘τυφώνα’ πληροφοριών χωρίς να χαθεί μέσα σε αυτόν. Ενώ θα περιμέναμε τα έξυπνα τηλέφωνα να μας οδηγήσουν σε μια έξυπνη εποχή, αντιλαμβανόμαστε, ότι αν και υπάρχει μεγάλος όγκος πληροφοριών, τα υποκείμενα είναι λιγότερο πληροφορημένα, αν και υπάρχει συνδεσιμότητα χωρίς όρια, η επικοινωνία όπως την οριοθετήσαμε μαραίνεται.

Σήμερα υπάρχει υπερεπάρκεια επικοινωνιακών υπηρεσιών και οι πολίτες του δυτικού κόσμου έχουν πρόσβαση σε ένα ευρύ φάσμα μέσων για την ενημέρωση, την ψυχαγωγία και την επικοινωνία. Μέσα όπως τα smartphones και το διαδίκτυο έχουν εισέλθει με ταχείς ρυθμούς στις ζωές των ανθρώπων, ώστε δύσκολα θα μπορούσαμε να φανταστούμε τη ζωή μας χωρίς την πρόσβαση στο Internet ή την διαθεσιμότητα του κινητού που μπορεί να χαρακτηριστεί ως η νέα προέκταση του χεριού, της μνήμης και του εαυτού μας. Όσο τα μέσα γίνονται περισσότερο εξατομικευμένα, τόσο οι άνθρωποι κατακερματίζονται και αναγκάζονται να ζουν πολλές ζωές ταυτόχρονα. Όπως χαρακτηριστικά παρατηρεί ο Eriksen (2005: 132) «Ο MacLuhan μιλάει για το παγκόσμιο χωριό στο οποίο ολόκληρη η ανθρωπότητα συμμετέχει σ’ένα μεγαλειώδη διάλογο, για τις αξίες και την ομορφιά. Ο Βιρλιό μιλάει για μια παγκόσμια μέγα-πόλη που διακρίνεται από ανωνυμία και κατακερματισμό. Ενώ όλοι επικοινωνούν με τους πάντες, κάνεις ουσιαστικά δεν μιλάει σε κανέναν.»

Ο χρήστης μπορεί να έχει κάποια συναισθήματα για το έξυπνο τηλέφωνό του, αλλά όπως είδαμε, τις περισσότερες φορές αυτά περιορίζονται στην χρησιμότητα της συσκευής. Γενικά μπορούμε να πούμε ότι ο σύγχρονος άνθρωπος έχει ανάμικτα συναισθήματα για τις τεχνολογίες επικοινωνίας, διότι όσον αφορά τα smartphones, από την μια απελευθερώνουν τον άνθρωπο από τα εμπόδια της σταθερής τηλεφωνίας, από την άλλη όμως κάνοντας τον συνεχώς διαθέσιμο τον περιορίζει σε επικοινωνιακούς ‘κύκλους’, όπως αυτός του γραφείου, του σπιτιού, της παρέας κ.ο.κ.

Συνοψίζοντας, αναφερθήκαμε στη συναισθηματική σχέση που μπορεί να αναπτυχθεί από το υποκείμενο προς την τηλεφωνική συσκευή. Η σχέση αυτή απορρέει από τις δυνατότητες που προσφέρει το έξυπνο τηλέφωνο, το οποίο ανοίγει συνεχώς νέους δρόμους στη συνδεσιμότητα και στην επικοινωνία. Μπορεί να μας φέρει σε έμμεση, ή άμεση επαφή με άτομα ή ομάδες, συνεπώς ενισχύει το αίσθημα του ανήκειν και αποτελεί μέρος της ταυτότητας του υποκειμένου. Μέσω της μνήμης του κινητού είναι δυνατή επίσης η αποθήκευση αρχείων (μηνυμάτων μουσικής εικόνων κ.α.), τα οποία μπορεί να είναι πολύ σημαντικά για το υποκείμενο και να έχουν συναισθηματική αξία.

Στη συνέχεια, αφού μελετήθηκε η συχνότητα της χρήσης του τηλεφώνου, έγινε αντιληπτό ότι η χρήση περιορίζεται όταν βρισκόμαστε σε μια παρέα με γνωστούς. Η χρήση αυτή ωστόσο, φαίνεται πως δεν ενοχλεί τα άλλα μέλη διότι είναι και αυτά εν δυνάμει χρήστες του κινητού. Στην περίπτωση που το υποκείμενο είναι μόνο του η χρήση γίνεται πιο εντατική, αφού για το νεωτερικό υποκείμενο, ο χρόνος της μοναξιάς χαρακτηρίζεται από μοναξιά και πλήξη. Το κινητό συνεπώς δίνει την λύση στην μοναξιά και στην πλήξη, προσφέροντας τη δυνατότητα για συνομιλία, ή αναπαραγωγή μουσικής, βίντεο, κ.α. περιορίζοντας σημαντικά το φαινόμενο της ‘ονειροπόλησης’ (daydreaming³⁵).

Απορρίφθηκε τέλος η υπόθεση ότι το κινητό μπορεί να αντικαταστήσει τον ανθρώπινο φίλο μας. Συμπεράναμε ότι το τηλέφωνο είναι απλώς μια συσκευή, η οποία όμως εξαιτίας των δυνατοτήτων της, επιτρέπει τον συναισθηματικό δεσμό με τον κάτοχο. Δίνει επιπλέον την δυνατότητα σύνδεσης με μακρινούς άλλους και πολλές

³⁵ Για τα οφέλη της ονειροπόλησης βλ. ενδεικτικά το άρθρο του Stromberg (2012), The Benefits of Daydreaming, Smithsonian, on line magazine, διαθέσιμο:<<http://www.smithsonianmag.com/science-nature/the-benefits-of-daydreaming-170189213/>>, πρόσβαση, 20/02/2017.

φορές αποτελεί μια ‘συντροφιά’ για τον κάτοχό του, ωστόσο, σε καμία περίπτωση δεν δύναται να αντικαταστήσει την άμεση και προσωπική επαφή με την ολοκληρωμένη επικοινωνία, που μπορεί να υπάρξει μεταξύ δυο κοινωνικών υποκειμένων. Σημαντικό εύρημα επίσης του παρόντος έργου αποτελεί το συμπέρασμα, ότι μπορεί να γίνει κοινή χρήση του έξυπνου τηλεφώνου, η οποία επιτρέπει στην παρέα να έχει μια κοινή δραστηριότητα μέσω αυτού. Το τηλέφωνο μπορεί να μεταφέρει μάλιστα την παρέα στην διάσταση του διαδικτύου, πάντα ως παρέα, η οποία συνεχίζει την δραστηριότητα που κάνει, στον χώρο όμως του internet.

Εν κατακλείδι, το έξυπνο κινητό τηλέφωνο αποτελεί ένα αντικείμενο το οποίο το σύγχρονο κοινωνικό υποκείμενο έχει διαρκώς επάνω του ή, σε κάθε περίπτωση, κοντά του. Ο πρωταρχικός του ρόλος φαίνεται πως είναι η επαφή με άλλους που βρίσκονται μακριά. Μπορεί επίσης να συντροφεύει τον χρήστη όταν είναι μονός του ή με παρέα και όταν ο ίδιος βιώνει κατάσταση που δεν του είναι ευχάριστη έχει την δυνατότητα να τον μεταφέρει σε ένα άλλο περιβάλλον, ενώ ταυτόχρονα αποτελεί σήμα για τους υπολοίπους, ότι το άτομο αυτό δεν είναι μόνο. Παρόλα αυτά δεν δύναται να αντικαταστήσει ακόμα την ανθρώπινη συντροφιά, ούτε την ολοκληρωμένη επικοινωνία η οποία περιέχει, τον λόγο, τις κινήσεις, την οπτική επαφή, την μεταφορά συναισθημάτων και εν τέλει την ιδιοποίηση του συνομιλητή. Τα στοιχεία αυτά ωστόσο, μπορεί να είναι απειλητικά για τα κοινωνικά υποκείμενα, γι’ αυτό χρησιμοποιείται συχνά η διαμεσολαβημένη μορφή επικοινωνίας που προσφέρει το smartphone, μέσω των εφαρμογών του.

Εύλογα λοιπόν προκύπτει το ερώτημα, ποιο θα είναι το μέλλον που θα φέρουν τα έξυπνα τηλέφωνα; Αν και έχουμε ενδείξεις, όπως ότι τα έξυπνα τηλέφωνα είναι πλέον απαραίτητα στον άνθρωπο, ότι εθιζόμαστε όλο και περισσότερο στην επαφή, ή την συνδεσιμότητα και όχι στην ζωντανή επικοινωνία, ότι έχουν αντικαταστήσει παραδοσιακά μέσα επικοινωνίας ή άντλησης πληροφοριών, όπως τα γράμματα και τις εγκυκλοπαίδειες, είναι δύσκολο να σκιαγραφήσουμε πώς θα είναι η κοινωνική ζωή του υποκειμένου σε σχέση με τις συσκευές αυτές στα επόμενα χρόνια, διότι η τεχνολογία εξελίσσεται με ρυθμούς τέτοιους, που πολλές φορές τα υποκείμενα δεν προλαβαίνουν να προσαρμοστούν και απλά υιοθετούν τις νέες πρακτικές.

ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΠΟΥ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΤΗΚΑΝ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Ομολογουμένως, στην προσπάθεια της έρευνας για να διαπιστώσουμε το αν και κατά πόσο η χρήση των κινητών τηλεφώνων smartphone έχει αλλάξει και επηρεάσει τις καθημερινές πρακτικές, τις κοινωνικές σχέσεις και την αλληλόδραση μεταξύ των ανθρώπων υπήρχαν κάποια προβλήματα, τα οποία ο ερευνητής καλείται να ξεπεράσει, ή ακόμα και να τα ενσωματώσει στην έρευνα.

Όσον αφορά το μέρος της βιβλιογραφικής ανασκόπησης, στο πανεπιστήμιο το οποίο με φιλοξένησε βρέθηκε αρκετό υλικό, καθώς και η δυνατότητα πρόσβασης σε επίκαιρα επιστημονικά άρθρα και περιοδικά. Αν και η μελέτη των κινητών τηλεφώνων δεν μετράει πολλά χρόνια στο επιστημονικό πεδίο, υπάρχουν κλασικά έργα όπως του McLuhan, αλλά και νέοι επιστήμονες όπως η καθηγήτρια του Massachusetts Institute of Technology (MIT) Sherry Turkle, που ασχολούνται, είτε με το θέμα της επικοινωνίας, είτε με την επιρροή των τεχνολογιών επικοινωνίας στην καθημερινή ζωή

Στην έρευνα που έγινε στο πεδίο, συγκεκριμένα στον χώρο του εστιατορίου του U.E.F, δεν υπήρχε διαθέσιμο μαγνητόφωνο. Αυτό απαιτούσε την ετοιμότητα του ερευνητή στο να καταγραφούν όσο πιο γρήγορα κι αντικειμενικά τα λεγόμενα των ερωτώμενων. Για τον λόγο αυτό επίσης επιλέχθηκε και η μέθοδος της δομημένης συνέντευξης, η οποία έπρεπε να είναι περίπου 20 λεπτά. Το εμπόδιο αυτό, ωστόσο, φαίνεται πως δεν επηρέασε την έκβαση της έρευνας, ή των συμπερασμάτων, αφού οι βασικότερες και οι πιο χρήσιμες πληροφορίες είχαν συλλεχθεί. Εντυπωσιακή ήταν τέλος η συμμετοχή των ερωτώμενων, αφού κανείς δεν αρνήθηκε να παραχωρήσει την συνέντευξη για τους σκοπούς της έρευνας.

Στην έρευνα που έγινε στην περιοχή της Κορινθίας δεν άλλαξαν πολλά. Όπως και πριν δεν υπήρχε διαθέσιμο μαγνητόφωνο για την καταγραφή των συνεντεύξεων. Από την άλλη, κατά την διάρκειά τους δεν φάνηκε οι ερωτώμενοι να 'κρατιούνται', ή να προσπαθούν να κρύψουν κάτι. Έτσι, η καταγραφή έγινε την ώρα των συνεντεύξεων, ώστε να είναι δυνατές και οι διευκρινίσεις. Τέλος, όπως και στις ατομικές συνεντεύξεις, έτσι και στις ομαδικές, δεν υπήρχε ρητή άρνηση από κάποιον παραβρισκόμενο για την διεξαγωγή της διαδικασίας αυτής.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

1) ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ

Ερωτήσεις. (Όπου κινητό = smartphone)

1. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε το κινητό τηλέφωνο την ώρα που γευματίζετε;
2. Το χρησιμοποιείτε συχνότερα όταν είστε μόνοι ή με παρέα;
3. Ποσό συχνά συνομιλείτε με κάποιον (μηνύματα ή κλήση) μέσω του κινητού την ώρα που γευματίζετε;
4. Μπορείτε να προσδιορίσετε γιατί χρησιμοποιείτε το κινητό την συγκεκριμένη στιγμή;
5. Ποσό χρόνο αφιερώνετε στο κινητό ημερησίως; Σε ποια περίοδο της ημέρας;
6. τι χρήση κάνετε συνήθως στο κινητό; Μέσα κοινωνικής δικτύωσης/ ειδήσεις/ ενημέρωση για διάφορα συμβάντα/ πληροφορίες γενικού τύπου.
7. Τι είναι το smartphone για εσάς? Πώς νιώθετε για το δικό σας smartphone;
8. Πως θα νιώθατε αν το χάνατε;

1. How often do you use your smartphone while eating?
2. You use it more often when you are alone or with company?
3. How often do you chat/speak with other people with the phone while you are eating?
4. Can you tell why you are using the cellphone right now?
5. How much time do you spend with your smartphone daily? When?
6. What is the most common usage you're doing with your smartphone?
Social media/ news/ events/ information
7. What is the smartphone for you? How do you feel about it?
8. How will you feel if you lose it?

[y= years, **22y**= 22years old, **F**= Female, **M**= Male]

Οι ερωτήσεις εντάσσονται σε τέσσερις γενικές κατηγορίες:

- Συχνότητα χρήσης του κινητού/ σε παρέα ή μόνος/ ημερησίως. (1, 2, 3, 5.)
- Τι είδους χρήση γίνεται. (6.)
- Ελκυστικότητα του κινητού. (Γιατί γίνεται χρήση). (4.)
- Συναισθήματα. (7, 8.)

1. Italy, 20y, F

- 1) Quiet often.
- 2) About the same.
- 3) Almost every time with messages.
- 4) Habit / (bored).
- 5) I have it with me all the time, about 2h generally. Mostly when I'm in the bus and when I'm alone.
- 6) Mostly social media fb, making calls, searching general information, and gps.
- 7) It's something that can save me time and keep me company. I love it I guess.
- 8) Desperate/ sadness.

2. Spain, 20y, M

- 1) Not so often, usually I don't eat alone.
- 2) Alone.
- 3) Don't know I'm searching informations.
- 4) I don't have something better to do.
- 5) 2-3h when I'm studying and when I'm at home.
- 6) Searching for info and read the news, then fb, gps and chatting.
- 7) It's a useful devise and I can do many things with that I'm happy that I have one.
- 8) It will hurt but I will survive.

3. Italy, 21y, F

- 1) Almost always.
- 2) 60% alone 40% with others.
- 3) Every time I'm in touch with someone.
- 4) I like to speak with my friends and with the phone I can do that.
- 5) At least 3h mostly when I walk or waiting for something (bus, other people).
- 6) Speaking, gps, and fb.
- 7) It's a necessary devise, I love it.
- 8) I will be lost in the world.

4. Hungary, 22y, M

- 1) Depends, but generally 2/3 times.
- 2) Mostly when I'm alone.
- 3) Usually I chat with my friend when I eat.
- 4) It feels good to have some company.
- 5) 2-3h, and mostly out of home.
- 6) Chatting and get informed about social events (parties, gatherings).
- 7) It's very useful like a computer. I feel confidence when I have it.
- 8) Loooost.

5. Belgium, 23y, F

- 1) 7/10 times.
- 2) Depends but mostly alone.
- 3) I like to keep in touch with my people so I do that quite often.
- 4) Its habit for me I do it without thinking.
- 5) 3h and more I check the news all the time, mostly when I walk or eat or wait for the bus.
- 6) Check the news, gps, and chatting.
- 7) It's like a small dictionary, you can find almost everything anytime.
- 8) I will be very sad, I love it.

6. Finland, 22y, F

- 1) All the time I guess
- 2) It's the same but there is a different usage.
- 3) Usually I'm sending at least one message.
- 4) I like to have something to 'play' with.
- 5) About 4h, at the street while eating at home.
- 6) Listen to music, looking videos and chatting.
- 7) It's my third hand I have it with me all the time. I feel that it's a part of me.
- 8) I will cry and would buy a new one as soon as possible.

7. Finland, 24,y M

- 1) I use it a lot.
- 2) Mostly alone but sometimes with friends also.
- 3) $\frac{3}{4}$ times I send messages.
- 4) I kill my time with pleasure.
- 5) 3-4h mostly here (restaurant) and at home.
- 6) Social media, chatting searching for events.
- 7) It's my personal computer that can do anything. I feel safe with it.
- 8) It will be a disaster.

8. Russia, 24y, M

- 1) Very often.
- 2) Both alone and with friends but the usage is different.
- 3) I do that when I'm alone, almost every time.
- 4) It feels weird to sit alone.
- 5) At least 3 h when I'm bored, outside, or at the station.
- 6) Chatting and searching info and news.
- 7) It keeps my connected with my friends all the time, I feel safe.
- 8) I will be very sad and definitely buy a new one.

9. England, 22y M

- 1) Usually.
- 2) It's the same for me.
- 3) $\frac{3}{5}$ times.

- 4) Sometimes I want to be alone and I always have something to check.
- 5) 2-3 h when I study, walking or waiting at the station.
- 6) Social media, check the news, gps, talking and listen music.
- 7) It's very useful and necessary device.
- 8) It would be a disaster (there is a tracking app which works with the computer).

10. Italy, 22y, M

- 1) When I'm alone all the time.
- 2) Mostly alone and sometimes with friends.
- 3) Almost every time.
- 4) It's nice to talk with someone it's like a habit.
- 5) 3-4h at the gym, in the bus, at home.
- 6) Watch videos, search mails or the news, social media.
- 7) It's my lovely gadget.
- 8) I will feel desperate.

11. Belgium, 22y, M

- 1) Very often.
- 2) About the same.
- 3) 4/5 times.
- 4) I like to do something when I'm eating.
- 5) 2-3h at the class, the bus, walking and home.
- 6) Surfing, making phone calls, social media checking the news.
- 7) It's my very personal computer. Don't know if I feel something.
- 8) Sad and angry.

12. France, 21y, F

- 1) I will look at it at least one time.
- 2) Sometimes with friends but mostly on my own.
- 3) Usually I send at least one message.
- 4) Don't know I do it without thinking.
- 5) 2h at home and when I'm walking.
- 6) Social media, watching videos and gps.
- 7) It's a part of me, I feel it like a part of my body.
- 8) I don't even want to think about it.

13. France, 22y, M

- 1) Usually. I have it on the table all the time.
- 2) I have it always in my mind but mostly when I'm alone.
- 3) Almost always $\frac{3}{4}$ times.
- 4) For me lunch it's free time so I want to speak with others or check something.
- 5) 2-3h when I eat or waiting or studying.
- 6) Watching videos, checking the news and talking.
- 7) It's very useful, like my right hand.

8) Uncomfortable angry and maybe panicked.

14. Finland, 22y, M

- 1) Very often almost always.
- 2) It's the same for me.
- 3) Every time as I can remember.
- 4) I do it unconsciously. I like it.
- 5) 3-4h when I eat or walking, at the gym and when I'm waiting for the bus or my friends.
- 6) Watching videos, social media, chatting, upload stuff.
- 7) It's my whole life in there, my program my friend my calendar. Don't know.
- 8) Panicked and lost for sure.

15. Finland, 22y, F

- 1) I don't know about using it but I have it in mind all the time.
- 2) Both but more when I'm alone.
- 3) I will send at least one message.
- 4) I feel part of a group so I use it. (like to fit in)
- 5) 2h at least, at the university in the library at home.
- 6) Searching for info and news, social media, music and chatting.
- 7) It's my personal world. I love it.
- 8) Very sad and nervous.

16. France, 24y, M

- 1) I use it almost every time.
- 2) Mostly when I'm alone.
- 3) $\frac{3}{4}$ times
- 4) I'm bored
- 5) 2-3h when walking, or at a café, or in the bus.
- 6) Social media, info and news, chatting and taking photos.
- 7) It's my friend, my photos, my music, my personal files. My world.
- 8) I will be mad, but not for the device, for all mentioned above.

17. Serbia, 22y, M

- 1) Not so often.
- 2) When I'm alone. And sometimes I check it when I'm with friends.
- 3) Usually I listen to music and sometimes I chat.
- 4) I want to be informed all the time.
- 5) 2h at the library, at home and when I'm bored.
- 6) Talking, get informed, checking the news, social media and listening to music.
- 7) It's a small multi-device that is with me everywhere. I feel lucky to have one
- 8) Its ok but I will lose my contacts and some precious files so I'm taking good care of it.

18. Belgium, 22y, M

- 1) Every time as I can remember.
- 2) Mostly alone but sometimes with friend also but for different purpose.
- 3) Very often, $\frac{3}{4}$ I will chat with someone.
- 4) It's so easy to do everything and after a few times it becomes a habit.
- 5) 2-3h when walking, waiting for someone or in the bus and at home.
- 6) Social media, taking and sharing photos, listen to music.
- 7) It's something very personal that can connect you with the whole world.
I don't know how I feel about it.
- 8) Very sad I will lose a part of me and I'll have to buy a new one.

19. Poland, 21y, F

- 1) Every time I will check it at least 2-3 times.
- 2) Mostly alone but many times with friend but first I will ask them.
- 3) Almost every time will talk with someone or have a chat.
- 4) I'm bored and I like to have someone to talk.
- 5) About 3h, anywhere, at the gym when I cook or studying, when I'm outside walking or at a café.
- 6) Chatting, checking the news, social media, taking photos and gps.
- 7) It's my third hand. I sure love it but as a device not as living being.
- 8) I think I will cry and here it's very difficult to buy a new one.

20. Serbia, 22y, M

- 1) Almost every time. I think 8/10.
- 2) More often when I'm alone.
- 3) Depends on my mood but I would say 6/10 times
- 4) Its free time and want to do something to full it.
- 5) 2h I think. I don't have a special place or time period but I use it mostly when I'm waiting for the bus and in the library.
- 6) Mostly for information and surfing at the internet, playing games, watching videos, and making phone calls of course.
- 7) It's a small computer, very personal and useful. But again it's just a device I don't know if I have any feelings about it. I mean I love it because it's mine and I bought it but still.
- 8) I will be very angry and nervous. It's like losing your world, your contacts your photos your files and also an expensive gadget.

2) ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΗ

- **Ομάδα 1^η** (πάρκο, σε παγκάκι)

4 άτομα: 3 αγόρια, ένα κορίτσι. (Αθηναίοι).

Ηλικίες: 18,18,19, το κορίτσι 17.

Στην συγκεκριμένη παρέα γινόταν ήδη χρήση smartphone από την κοπέλα. Φαίνεται ότι τα αγόρια τότε δεν της έδιναν σημασία. Αργότερα ένα αγόρι βγάζει το κινητό που ήταν smartphone, συνέχισε όμως κατά κάποιο τρόπο να είναι στην ‘κουβέντα’ όχι όμως τόσο ενεργά. Ύστερα, καλεί τους άλλους να δουν κάτι στο κινητό του. Μαζεύτηκαν όλοι και άρχισαν να γελούν. Το κορίτσι συμμετείχε κι αυτό κρατώντας το κινητό στο ένα χέρι. Πέρασαν περίπου 10 λεπτά και η ομάδα συνέχιζε να ασχολείται με το κινητό.

Όταν πλησίασα τα παιδιά σταμάτησαν να ασχολούνται με το κινητό. Αφού γνωστοποίησα την ιδιότητά μου, τους ρώτησα πώς ένιωθαν και αν ενοχλούνταν που το κορίτσι εξαρχής ασχολούνταν με το κινητό και ύστερα ξεκίνησε και το ένα αγόρι.

Το κορίτσι είπε ότι δεν θεωρούσε πως αυτό που κάνει είναι κακό και ότι είναι πολύ σύνηθες στις παρέες του. Τα αγόρια είπαν ότι δεν είχαν πρόβλημα. Στο ένα φάνηκε να μην του άρεσε αφού υπαινίχθηκε ότι όλα τα κορίτσια δίνουν μεγαλύτερη σημασία στο κινητό και όχι σε αυτό που συμβαίνει γύρω τους. Χαρακτηριστικά είπε (τα περισσότερα κορίτσια ασχολούνται με το κινητό και δεν ζουν το τώρα). Ύστερα ρώτησα αν αισθάνθηκαν το ίδιο με το αγόρι που έβγαλε το κινητό (το κορίτσι δεν πήρε μέρος πιθανόν να μην το είχε αντιληφθεί). Τα αγόρια είπαν ότι σε αντίθεση με τα κορίτσια αυτός το έκανε για λίγο.

Τέλος είπα. Παρατήρησα σε μια στιγμή ότι ασχολούσασταν όλοι με το κινητό του φίλου σας. Θα ήταν εύκολο να μάθω τι βλέπατε; Μου είπαν ότι έβλεπαν φωτογραφίες από πρόσωπα που όλοι γνώριζαν και γενικά χάζευαν στο facebook.

Συμπεράσματα:

Από την παρατήρηση στην συγκεκριμένη παρέα όσον αφορά τη σχέση παρέας κινητού βλέπουμε ότι 2/4 άτομα ασχολήθηκαν με το smartphone τους. Τα υπόλοιπα έδειξαν σχετική ανεκτικότητα ενώ τα άτομα που χρησιμοποίησαν το κινητό το θεωρούσαν ως κάτι μη κακό. Τέλος το κινητό ενσωματώθηκε στην παρέα και έγινε αυτό ο κινητήριος μοχλός αφού τα παιδιά φάνηκε να μοιράζονταν κάποιες κοινές εμπειρίες σχετικά με τα πρόσωπα των οποίων τις φωτογραφίες έβλεπαν. Η ομαδική χρήση του κινητού ήταν η παρακολούθηση φωτογραφιών και η περιήγηση στο Facebook.

- **Ομάδα 2^η.** (πάρκο, παγκάκι)

4 άτομα. 2 αγόρια 2 κορίτσια (όχι ζευγάρια) Αθηναίοι.

Ηλικίες: τα αγόρια 20. Τα κορίτσια 19,20

Η παρέα κάθεται σε παγκάκι και συζητάει. Υπάρχει έλεγχος του κινητού, αλλά αυτό δεν επηρεάζει τους συμμετέχοντες. Ύστερα από λίγο (3-4) λεπτά το αγόρι στη μέση βγάζει το κινητό, ενώ οι υπόλοιποι το κοιτούν με περιέργεια. Υπάρχει στιγμιαία έκρηξη ενθουσιασμού. Η παρέα συνεχίζει να ασχολείται με το 1 κινητό όντας τώρα πιο σιωπηλή. Τέλος, μπαίνει μουσική από το κινητό και η παρέα συνεχίζει να ασχολείται με αυτό. Το ένα κορίτσι βγάζει το κινητό του και ασχολείται με αυτό, ωστόσο φαίνεται ότι η συμπεριφορά της υπόλοιπης παρέας δεν αλλάζει.

Πλησίασα και γνωστοποίησα την ιδιότητά μου. Ρώτησα αν η χρήση του κινητού ενοχλούσε τους άλλους. Η απάντηση ήταν αρνητική, αφού όλοι από κοινού ήθελαν να μάθουν μια πληροφορία (υψόμετρο του βουνού απέναντι). Έτσι ο μεσαίος έβγαλε το κινητό και έψαξε. Η χρήση του κινητού μετά από αυτό ήταν, ότι έβλεπαν άλλες πληροφορίες που τους εμφάνιζε η μηχανή αναζήτησης.

Ρώτησα αν είχαν δει ότι η μια κοπέλα ασχολούταν με το κινητό (έστελνε μηνύματα). Μόνο η διπλανή της, δηλαδή η άλλη κοπέλα, το είχε δει αλλά δεν έδωσε σημασία. Οι υπόλοιποι δεν το είχαν προσέξει. Η κοπέλα που έχει το κινητό στο χέρι είπε, ότι αφού έχουν αυτοί το κινητό τότε μπορεί και εκείνη να στείλει ένα μήνυμα, αυτό όμως δεν σημαίνει ότι δεν τους δίνει σημασία.

Συμπεράσματα:

Από την παρατήρηση στην παρέα αυτή μπορούμε να δούμε ξεκάθαρα ότι το κινητό αποτέλεσε μέρος της παρέας, ωστόσο ελάττωσε την συχνότητα της ομιλίας μεταξύ των παιδιών. Δεν θεωρήθηκε ότι είναι αγένεια και κανείς δεν ενοχλήθηκε φανερά από την παρουσία του. Ωστόσο μπορούμε να υποθέσουμε ότι η κοπέλα που άρχισε να στέλνει μηνύματα από το κινητό, επηρεάστηκε από την παρουσία και την χρήση του άλλου κινητού αφού είπε με λίγα λόγια: αφού το κάνουν αυτοί θα το κάνω κι εγώ. Η χρήση του κινητού ήταν περιήγηση στο διαδίκτυο και η αποστολή μηνυμάτων.

- **Ομάδα 3^η** (σε καφετέρια)

Τρία άτομα. Δυο αγόρια ένα κορίτσι.

Ηλικίες 22. (Κορίνθιοι)

Η παρέα κάθεται στην καφετέρια πίνοντας ροφήματα και συζητώντας. Τα 3 κινητά είναι παρόντα πάνω στο τραπέζι. Υπάρχει συχνός έλεγχος του κινητού ωστόσο δεν το θεωρώ εντατική ασχολία. Υστερα από λίγα λεπτά, χωρίς να χτυπήσει κάποιο τηλέφωνο, το ένα αγόρι έπιασε το κινητό και άρχισε να ασχολείται με αυτό ενώ το άλλο αγόρι συνομιλούσε με την κοπέλα. Σε κάποια παύση της κουβέντας άρχισε και η κοπέλα να ασχολείται με το τηλέφωνο, ενώ το τρίτο μέλος της παρέας κοιτούσε και έπινε το ρόφημά του με ένα ίχνος ανησυχίας. Αφού μίλησε στην κοπέλα και πήρε καθυστερημένα μονολεκτική απάντηση έπιασε τελικά το κινητό. Η φάση αυτή κράτησε για 4-7 λεπτά. Ύστερα το αγόρι που έπιασε πρώτο το κινητό το άφησε και άρχισε να μιλάει στο άλλο αγόρι που αποκρίθηκε και άφησε και αυτό το κινητό. Η κοπέλα συνέχισε με το κινητό για λίγο ακόμα και μετά βγάλανε μια φωτογραφία τύπου selfie όλοι μαζί. Η συζήτηση συνεχίστηκε με την κοπέλα όμως να έχει το κινητό στο χέρι και να ασχολείται τακτικά με αυτό.

Όταν πλησίασα και γνωστοποίησα την ιδιότητά μου τα κινητά ήταν στο τραπέζι. Το κινητό της κοπέλας έδειχνε μηνύματα. Ρώτησα αρχικά πώς και ξεκίνησαν να ασχολούνται με το κινητό, αφού είναι μια παρέα που συζητούσαν. Τον λόγο πήρε αμέσως το αγόρι που τελευταίο έπιασε το κινητό στο χέρι. Είπε ότι είχε αισθανθεί αμήχανα που οι άλλοι δυο είχαν κινητά και για να το αποφύγει αυτό ασχολήθηκε με το δικό του κινητό (Facebook). Το αγόρι που έπιασε πρώτο το κινητό ήθελε απλά να τσεκάρει αν έχει ειδοποιήσεις και βρήκε την ευκαιρία αφού οι άλλοι δυο μιλούσαν. Δεν θεώρησε επίσης ότι έκανε κάτι κακό, ή κάτι που θα πείραζε τους άλλους. Η κοπέλα τέλος, είπε ότι της έστειλε ένας φίλος και έπρεπε να απαντήσει και το έκανε χωρίς να το πολύ σκεφτεί.

Στην ερώτηση αν ενοχλήθηκαν που ένα τουλάχιστον μέλος της παρέας ασχολούταν με το κινητό, η κοπέλα και το πρώτο αγόρι απάντησαν ότι δεν τους ένοιαζε. Το αγόρι που ασχολήθηκε τελευταίο με το κινητό είπε, ότι είναι ενοχλητικό να είσαι σε μια παρέα και οι περισσότεροι να ασχολούνται με το κινητό χωρίς να σου δίνουν σημασία. Νομίζει όμως, ότι είναι δικαίωμά τους και δεν μπορεί να τους το απαγορεύσει.

Συμπεράσματα:

Τα κινητά ήταν παρόντα καθόλη τη διάρκεια της παρατήρησης. Φαίνεται από την παρατήρηση ότι όταν οι δυο από τους τρεις ασχολήθηκαν με το κινητό, ο τρίτος είχε δυσφορία και για να μην νιώθει περίεργα πήρε κι αυτός το κινητό. Η ασχολία με την συσκευή γίνεται σχεδόν αυθόρμητα και φαίνεται ότι δεν υπολογίζονται,

ούτε ερωτώνται τα άτομα που είναι γύρω, ενώ δεν θεωρείται αγένεια ή κάτι κακό. Τέλος, δεν φάνηκε να μπαίνει ο παράγοντας των όποιων κοινωνικών υποχρεώσεων ή ευπρέπειας στην παρέα, αντιθέτως το ένα αγόρι είπε ότι είναι δικαίωμα του καθενός να ασχοληθεί με το κινητό.

Ομάδα 4^η (καφετέρια)

4 άτομα: 2 αγόρια, 2 κορίτσια

Ηλικίες 23, 25 τα αγόρια, 23 τα κορίτσια. (Αθηναίοι)

Τα δυο αγόρια κάθονται απέναντι από τα δυο κορίτσια. Τα κινητά είναι παρόντα πάνω στο τραπέζι (υπάρχουν συχνές ματιές στα κινητά, οι κάτοχοί τους τα παίρνουν στο χέρι). Το ένα κορίτσι το παίρνει στο χέρι και ασχολείται με αυτό. Οι άλλοι μιλάνε χωρίς να φαίνεται κάποια ενόχληση. Ύστερα από λίγο, ενώ το κορίτσι συνεχίζει να ασχολείται με το κινητό, συμμετέχει στην παρέα. Το ένα αγόρι παίρνει το κινητό και δείχνει κάτι σε όλους, το ίδιο γίνεται και από το άλλο αγόρι. Η συζήτηση συνεχίζεται για λίγο με την κίνηση αυτή να παραμένει. (το κορίτσι έχει πάντα το κινητό στο χέρι και φαίνεται σα να πληκτρολογεί). Μετά από λίγη ώρα (5-7 λεπτά), παίρνουν όλοι τα κινητά στα χέρια και υπάρχει έντονη αλληλόδραση και κινήσεις.

Πλησιάζοντας, είδα ότι παίζανε ένα παιχνίδι (quizdom). Γνωστοποίησα την ιδιότητά μου και ρώτησα αν μπορώ να κάνω μερικές ερωτήσεις. Ρώτησα τι παίζουν. Είπαν το παιχνίδι. Ρώτησα πώς και μια παρέα νέων παίζει; Είπαν ότι διασκεδάζαν με αυτόν τον τρόπο και τους άρεσε που είναι παιχνίδι με ερωτήσεις (μίλαγαν κυρίως τα αγόρια, το ένα κορίτσι είπε ότι είναι ένας ευχάριστος τρόπος να περνάνε την ώρα τους και να μαθαίνουν πράγματα). Στη συνέχεια ρώτησα γιατί είχαν τα κινητά στο τραπέζι (τα κορίτσια είπαν ότι τα είχαν για να βλέπουν την ώρα και να το δουν αν χτυπήσει. Τα αγόρια συμφώνησαν). Ύστερα ρώτησα αν ενοχλούνται όταν κάποιος της παρέας ασχολείται με το κινητό και αν τους πείραζε που η μια κοπέλα ασχολούταν με το τηλέφωνό της. Γενικά απάντησαν ότι δεν τους πειράζει να ασχολείται κάποιος με το κινητό, όχι όμως και όλη την ώρα. Η κοπέλα είπε ότι αν και είχε το κινητό στο χέρι και έστειλε κάποια μηνύματα είχε το νου της στην παρέα. Τέλος ρώτησα, αν θυμούνται ότι σε κάποια στιγμή έδειχναν ο ένας στον άλλο το κινητό. Μου είπαν ότι είδαν κάποιες αναρτήσεις στο Facebook και ήθελαν να το δείξουν στην παρέα.

Συμπεράσματα:

Βλέπουμε ότι το κινητό είναι παρόν πάνω στο τραπέζι και τα άτομα το κοιτάζουν τακτικά. Η παρέα δεν ενοχλήθηκε που το ένα μέλος της ασχολούταν με το κινητό. Είπαν όμως, ότι δεν θα ήθελαν να ασχολείται κάποιος για πολύ ώρα. Τέλος, το κινητό ενσωματώθηκε στην παρέα με τον ένα ή τον άλλο τρόπο. Αρχικά τα μέλη

της παρέας έδειχναν το ένα στο άλλο αναρτήσεις από το Facebook και τελικά όλη η παρέα ξεκίνησε να παίζει ένα παιχνίδι. Η χρήσεις που γινόντουσαν ήταν: μηνύματα από το κορίτσι. Facebook από τα δυο αγόρια και τέλος, παιχνίδι από όλους.

- **Ομάδα 5^η** (καφετέρια)

3 άτομα: 2 αγόρια, 1 κοπέλα. (Κορίνθιοι).

Ηλικία 22 τα αγόρια, 23 η κοπέλα.

Η παρέα είναι σε μια καφετέρια κοντά στην θάλασσα. Η κοπέλα έχει το κινητό στο χέρι και φαίνεται να πληκτρολογεί. Τα αγόρια μιλάνε, αλλά όχι συχνά. Γενικά κάθονται και κοιτάνε τριγύρω ή μιλάνε. Τα κινητά των αγοριών είναι στο τραπέζι. Κάποια στιγμή η κοπέλα αφήνει το κινητό και αρχίζει να μιλάει με το ένα αγόρι. Το άλλο παίρνει το κινητό και αρχίζει και ασχολείται με αυτό, συμμετέχοντας με άναρθρους ήχους και γέλια. Φαίνεται πως τα άλλα δυο μέλη δεν του δίνουν τον λόγο. Σα να υπάρχει μια αποδοχή της επιλογής του και αντίληψη ότι θέλει χώρο. Υστερα, το αγόρι αφήνει το κινητό και συμμετέχει πιο ενεργά στην παρέα. Όσην ώρα τα παιδιά μιλάγανε και τα κινητά ήταν στο τραπέζι, υπήρχε συχνώς έλεγχός τους και ίσως κάποια αποστολή μηνυμάτων από το κορίτσι, αφού φαινόταν να παίρνει το κινητό και να πληκτρολογεί και μετά να το αφήνει πάλι.

Όταν πλησίασα η παρέα συνομιλούσε. Συστήθηκα και τους ενημέρωσα για το τι κάνω. Προθυμοποιήθηκαν να με βοηθήσουν. Η πρώτη μου παρατήρηση ήταν ότι είχαν τα κινητά στο τραπέζι και τους ρώτησα. Τα αγόρια είπαν ότι φοβούνται μήπως τα κλέψουν από την τσέπη τους και θέλουν να βλέπουν αν έχουν ειδοποιήσεις. Το κορίτσι είπε ότι θέλει να βλέπει την ώρα και να το ακούσει, αν χτυπήσει (φαίνεται πως μια κλήση είναι αρκετά σημαντική και δεν μπορεί να περιμένει [δική μου παρατήρηση]). Η επόμενη ερώτηση ήταν το πώς ένιωσαν τα αγόρια που η κοπέλα ασχολήθηκε σε κάποια στιγμή με το κινητό. Απάντησαν πως δεν τους πείραξε γιατί συζητούσαν μεταξύ τους, αλλά θα προτιμούσαν να είναι και αυτή εκεί 100%. Ρώτησα την κοπέλα αν το κινητό, της αποσπούσε την προσοχή. Γέλασε και είπε: «ε όσο να'ναι σε αποσπά αλλά ακούω τι λένε οι άλλοι». Μέτα είπα. Το τοπίο άλλαξε η κοπέλα άφησε το κινητό και το αγόρι το έπιασε, (φαίνεται σα να περίμενε τη σειρά του[δική μου παρατήρηση]). Ναι είπε το αγόρι που έπιασε το κινητό, «ήταν κάπως αυθόρμητο, ήθελα δω αν βγήκαν αποτελέσματα της εξεταστικής». Ρώτησα τους άλλους αν τους ενόχλησε αυτό. Μου είπαν όχι και πως δεν έκανε κάτι κακό, απλώς ήθελε να δει για τα μαθήματά του. Στο τέλος, παρατήρησα ότι ενώ κανείς δεν είχε το κινητό στο χέρι, όλοι το κοιτάζανε τακτικά και ανα διαστήματα ασχολιόντουσαν με αυτό. Μου απάντησαν από κοινού ότι έβλεπαν αν τους είχε στείλει κανείς ή αν είχαν ενημερώσεις. Το κορίτσι είπε ότι έστειλε μηνύματα με μια φίλη της. Ρώτησα

τότε – αυτό δεν είναι σα να είσαι σε δυο παρέες; Μου είπε όχι, θέλω απλά να μιλάω με την φίλη μου, που μου στέλνει, ενώ ταυτόχρονα δίνω σημασία και στα παιδιά εδώ. Ρώτησα, - μπορείς να τα κανείς και τα δυο και να είσαι 100% καλή και στα δυο; Απάντησε «100% δεν ξέρω, αλλά νομίζω ότι μπορώ.» ευχαρίστησα για την προθυμία και τον χρόνο κι έφυγα.

Συμπεράσματα:

Κι εδώ τα κινητά είναι παρόντα πάνω στο τραπέζι. Φαίνεται πως στα τρία άτομα, όταν ο ένας ασχολείται με το κινητό οι άλλοι δυο δεν τον ενοχλούν και του δίνουν τον χώρο του. Επίσης φαίνεται πως ασυνείδητα, ή συνειδητά αποφεύγουν να ασχολούνται δυο από τους τρεις με το κινητό. Οι λόγοι που τα κινητά είναι στο τραπέζι είναι πρακτικοί, να μην κλαπούν και να ελέγχονται πιο εύκολα. Έχει όμως, μεγάλη σημασία να το κοιτάμε για ειδοποιήσεις και μηνύματα. Τέλος, η χρήση του κινητού από ένα άτομο της παρέας δεν πειράζει τα άλλα, ούτε θεωρείται αγένεια. Υπάρχει όμως μια διαφοροποίηση όσον αφορά την θέση του κοριτσιού (δεν θεωρεί ότι είναι σε δυο παρέες και μπορεί να ασχολείται με το κινητό και την ζωντανή παρέα της το ίδιο καλά και ταυτόχρονα, ενώ νωρίτερα είχε πει ότι όσο να' ναι το κινητό σε αποσπά). Από την άλλη, τα δυο αγόρια είπαν ότι δεν τους πειράζει που η κοπέλα ασχολούταν με το κινητό, γιατί συζητούσαν (αν δεν είχαν ο ένας τον άλλον πιθανόν τα πράγματα θα ήταν διαφορετικά). Θα προτιμούσαν όμως να ήταν 'μαζί' τους 100%.

Η χρήση του κινητού από την παρέα ήταν: αποστολή μηνυμάτων και έλεγχος για ειδοποιήσεις.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ.

1. Αναστασιάδης Π., (2000), *Στον @ιώνα της πληροφορίας: προσεγγίζοντας τη νέα ψηφιακή εποχή*, Νέα σύνορα- Λιβάνη, Αθήνα.
2. Αντωνοπούλου Μ. Ν., (2008), *Οι κλασικοί της κοινωνιολογίας: κοινωνική θεωρία και νεότερη κοινωνία*, Σαββάλας, Αθήνα.
3. Αρακά Η., Κούτρας Ν., Μακρίδου Ε., (2014), Η πρόσβαση στην πληροφορία: εξέλιξη και ψηφιακό χάσμα, στο: *Ιστορία της πληροφορίας: από τον πάπυρο στο ηλεκτρονικό έγγραφο*, Επιστημονική εποπτεία γενική επιμ: Κανελλοπούλου- Μπότη Μ., επιμ Γιαννακουλόπουλος Α., Νομική βιβλιοθήκη, Αθήνα σελ. 397-415.
4. Γαβαλάς Δ., Κασαπάκης Β., Χατζηδημήτρης Θ., (2015), *Κινητές τεχνολογίες: Κινητός ιστός- κινητές εφαρμογές στην πλατφόρμα Android-επαυξημένη πραγματικότητα*, New Tech Pub, Αθήνα.
5. Castells M., (2003/2005), *Ο γαλαξίας του διαδικτύου: στοχασμοί για το διαδίκτυο, τις επιχειρήσεις και την κοινωνία*, μτφρ Αστέριου Ε., Καστανιώτη, Αθήνα.
6. Craib I., (2009), *Σύγχρονη κοινωνική θεωρία: από τον Πάρσονς στον Χάμπερμας*, επιμ. Λέκκας Π. Ε., ελληνικά γράμματα, Αθήνα
7. Δεληγιάννης Κ., (2015), Μήπως τα «έξυπνα» κινητά μας κάνουν τεμπέληδες; Η Καθημερινή, διαδικτυακή εφημερίδα, διαθέσιμο: <<http://www.kathimerini.gr/808341/article/tecnologia/thlefwnia/mhpws-ta-e3ypna-kinhta-mas-kanoun-tempelhdes>> πρόσβαση 14/06/2016.
8. Δουκατά Μ., Πολίτης Δ., (2014), Εξερευνώντας την πληροφορία στο περιβάλλον της ανοικτής πρόσβασης, στο: *Ιστορία της πληροφορίας: από τον πάπυρο στο ηλεκτρονικό έγγραφο*, Επιστημονική εποπτεία γενική επιμ: Κανελλοπούλου- Μπότη Μ., επιμ Γιαννακουλόπουλος Α., Νομική βιβλιοθήκη, Αθήνα σελ. 417-447.
9. Εκμεκτζιάν Ε., (2010), *Κινητή τηλεφωνία: Το νέο μέσω επικοινωνίας και η επίδρασή του στις διαπροσωπικές σχέσεις του Νεοέλληνα*, Πάντειο πανεπιστήμιο κοινωνικών και πολιτικών επιστημών, Αθήνα.
10. Eriksen. T. H., (2005), *Η τυραννία της στιγμής: γρήγορος και αργός χρόνος στην εποχή της πληροφορίας*, μτφρ Σίμογλου. Α, Σαββάλας, Αθήνα
11. Giddens A., (2002), *Κοινωνιολογία*, μτφρ- επιμ Τσαούσης Δ. Γ., Gutenberg, Αθήνα.
12. Ιωσηφίδης Θ., (2003), *Εισαγωγή στην ανάλυση δεδομένων ποιοτικής κοινωνικής έρευνας*, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, σημειώσεις, Μυτιλήνη. Διαθέσιμο : < <http://www.cultural-representation.com/files/SIMEIOSEISiosifidis.doc> > είσοδος 16/12/2016.
13. Κούρτη Ε., (2003), *Η επικοινωνία στο διαδίκτυο*, ελληνικά γράμματα Αθήνα.
14. Κυριαζή Ν., (2009), *Η κοινωνιολογική έρευνα: κριτική επισκόπηση των μεθόδων και των τεχνικών*, ελληνικά γράμματα, Αθήνα.
15. Κωνσταντοπούλου Χ., (2009), *Κοινωνιολογία της «καθημερινότητας»: (εισαγωγή στην κοινωνιολογία της καθημερινής ζωής)*, Παπαζήση, Αθήνα.

16. Λυδάκη Α., (2001), *Ποιοτικές μέθοδοι της κοινωνικής έρευνας*, Καστανιώτης, Αθήνα.
17. Μάργαρης Α. Ι., (χ.χ), *Δεξιότητες Διαπροσωπικής Επικοινωνίας*, διαθέσιμο: <<http://aetos.it.teithe.gr/~amarg/Skills/commSkills.pdf>>, πρόσβαση 09/09/2016.
18. McLuhan Μ.,(χ.χ), *MEDIA: οι προεκτάσεις του ανθρώπου*, μτφρ Μάνδρος Σ., Κάλβος Αθήνα.
19. Miel D. & Dallos R., (2011), *Διαπροσωπικές σχέσεις: μια συνεχής κοινωνική αλληλεπίδραση*, Επιμ. Γκαρή Αι., Πεδίο, Αθήνα.
20. Μπώκος Γ., (2001), *Εισαγωγή στην επιστήμη της πληροφόρησης*, Παπασωτηρίου, Αθήνα.
21. Ντάβου Μ., (2000), *Οι διεργασίες της σκέψης στην εποχή της πληροφορίας: θέματα γνωστικής πληροφορίας και επικοινωνίας*, Παπαζήση, Αθήνα
22. OliveMagazine, (2016), *Οι πιο περίεργες διατροφικές συνήθειες στον κόσμο*, διαδικτυακό περιοδικό, διαθέσιμο: <<http://www.olivemagazine.gr/%CE%B3%CE%B1%CF%83%CF%84%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%B9%CE%BA%CE%AC/%CF%80%CE%B1%CF%81%CE%AC%CE%BE%CE%B5%CE%BD%CE%B1-%CE%B3%CE%B1%CF%83%CF%84%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%B9%CE%BA%CE%AC/%CF%80%CE%B5%CF%81%CE%AF%CE%B5%CF%81%CE%B3%CE%B5%CF%82-%CF%83%CF%85%CE%BD%CE%AE%CE%B8%CE%B5%CE%B9%CE%B5%CF%82-%CF%86%CE%B1%CE%B3%CE%B7%CF%84%CE%BF%CF%8D-%CE%B1%CE%BD%CE%AC-%CF%84%CE%BF%CE%BD-%CE%BA/>>είσοδος 21/ 12/ 2016.
23. Παπαθανασόπουλος, Σ., (2005), *Η τηλεόραση στον 21ο αιώνα*, Καστανιώτη, Αθήνα.
24. Παπαρίζος Α., (2011), *Θεός, Εξουσία και θρησκευτική συνείδηση: τα γενικά, μετατρεπτά και ερωτικά ενδιάμεσα και η κοινωνία του ανθρώπου*, Παπαζήση, Αθήνα.
25. Παπαρίζος Α., (2014), *Η κοινωνία των αμαρτωλών: Η πολιτική ως διαχείριση του φόνου, της ελευθερίας και της δικαιοσύνης*, Παπαζήση, Αθήνα.
26. Παπαχαρίση Ζ., (2011), *Οι «συμπεριφορές» των κοινωνικών δικτύων, στο: Τα μέσα επικοινωνίας στον 21ο αιώνα*, επιμ. Παπαθανασόπουλος Σ (2011), Καστανιώτης, Αθήνα. σελ. 197-219.
27. Smartphones: η νέα γενιά των κινητών τηλεφώνων, (χ.χ) διαθέσιμο: <<http://smartphoneproject1.weebly.com/>> πρόσβαση 15/04/2016.
28. Τσαλίκη Λ., (2011), *Παιδιά και Διαδίκτυο στην Ελλάδα: η παράμετρος της ιδιωτικότητας στην κοινωνική δικτύωση*, στο: *Τα Μέσα Επικοινωνίας στον 21ο αιώνα*, επιμ Στέλιος Παπαθανασόπουλος, Καστανιώτης, Αθήνα. σελ. 220-250.
29. Watzlawick P., Beavin Bavelas J., Jackson D. D., (2005), *Ανθρώπινη επικοινωνία και οι επιδράσεις της στη συμπεριφορά*, επιμ Χαραλαμπάκη Κ., μτφρ Γολέμη Α., ελληνικά γράμματα, Αθήνα.

1. Bell. D., (1973/76), *The coming of post-industrial society: A venture in social forecasting*, Basic books, NY. Διαθέσιμο <https://books.google.com.au/books?id=q6_56x5tB7gC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false> πρόσβαση: 03/07/2016.
2. Blog/ The History and Evolution of Cell Phones, (χ.χ), Διαθέσιμο: <<https://www.artinstitutes.edu/blog/the-history-and-evolution-of-cell-phones>>, πρόσβαση, 18/05/2016.
3. Caron, H.A., & Caronia, L., (2007), *Moving cultures: Mobile communication in everyday life*, McGill-Queen's University Press, Canada.
4. Darell R., (2013), *The Impressive Effects Of Smartphones On Society [Infographic]*, bit rebels, διαδικτυακός ιστότοπος μέσου μαζικής ενημέρωσης, διαθέσιμο: <<http://www.bitrebels.com/technology/the-effects-of-smartphones-on-society/>>, πρόσβαση 22/06/2016
5. EMarketer, (2014), 2 Billion Consumers Worldwide to Get Smart(phones) by 2016, ιστότοπος επιχείρησης, διαθέσιμο:<<http://www.emarketer.com/Article/2-Billion-Consumers-Worldwide-Smartphones-by-2016/1011694>>, πρόσβαση: 17/06/2016.
6. Idugboe D., (2011), *1 in 3 Are Addicted to Smartphones*, διαθέσιμο: <<http://www.smedio.com/1-in-3-are-addicted-to-smartphones/>>, πρόσβαση 13/06/2016.
7. Ipsos MediaCT (2013), *Our Mobile Planet: Greece: Understanding the Mobile Consumer*, Google™, διαθέσιμο: <<http://www.edee.gr/files/Digital/omp-2013-gr-en.pdf>>, πρόσβαση: 2/07/2016.
8. Koh Teng Chun, Law Shao Yu, Lee Yuan, Leong Zhiming, Justin Lim, (2011), An Investigation into the Positive and Negative Health Effects of Usage of Smartphones on Raffles Institution Year 1 Students, διαθέσιμο <<http://re2011group3.wikispaces.com/file/view/Full%20Analysis.docx/246003831/Full%20Analysis.docx>> πρόσβαση 10/06/2016.
9. Kumar. k., (1995/2005), *From Post-Industrial to Post-Modern Society: New Theories of the Contemporary World*, 2nd edition, Blackwell, Oxford. Διαθέσιμο <http://samples.sainsburysebooks.co.uk/9781405137614_sample_388803.pdf> πρόσβαση: 03/07/2016.
10. Lee. A. Y.L, (2006), «Globalization, media and». Encyclopedia of children, Adolescents and the media, Sage διαθέσιμο <<http://sk.sagepub.com/reference/childmedia/n192.xml>> πρόσβαση: 15/05/2016.
11. Lee Chang-sup, (2012), Smartphone addiction: disease or obsession?, διαθέσιμο:<http://www.koreatimes.co.kr/www/news/opinion/2012/11/298_117506.html> πρόσβαση 10/06/2016.
12. Liu. H., (2007), «Social network profiles as taste performances», Journal of computer mediated Communication, τομ 13, τχ 1 άρθρο 13, διαθέσιμο<<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/liu.html>> πρόσβαση: 17/05/2016.

13. Sarwar, M. & Soomro T. R. (2013), 'Impact of Smartphone's on Society', *European Journal of Scientific Research*, 98, (2), pp. 216-226. Διαθέσιμο: <https://www.researchgate.net/profile/Tariq_Soomro/publication/236669025_Impact_of_Smartphone's_on_Society/links/00b7d518ce4de2509d000000.pdf>, πρόσβαση 21/07/2016.
14. Scott M., Sale S., (2014), *Consumers use smartphones for 195 minutes per day, but spend only 25% of that time on communications*, Analysys Mason, διαθέσιμο: <<http://www.analysismason.com/About-Us/News/Insight/consumers-smartphone-usage-May2014-RDMV0/>>, πρόσβαση 22/06/2016.
15. Smith A., (2015), *U.S. Smartphone Use in 2015*, Pew Research Center Internet, Science & Tech, διαθέσιμο: <<http://www.pewinternet.org/2015/04/01/us-smartphone-use-in-2015/>>, πρόσβαση 20/06.2016.
16. Spencer B., 2014, *Are smartphones changing the shape of our BRAINS? Area that controls the thumbs is larger in people who use touchscreens daily*, *mailonline*, διαθέσιμο: <<http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-2885213/Are-smartphones-changing-shape-BRAINS-Area-controls-thumbs-larger-people-use-touchscreens-daily.html>>, πρόσβαση: 15/12/2016.
17. Statista, (χ.χ), *Number of smartphone users worldwide from 2014 to 2019 (in millions)*, Διαθέσιμο: <<http://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/>>, πρόσβαση, 19/05/2016.
18. Stromberg J., (2012), *The Benefits of Daydreaming*, *Smithsonian*, online magazine, διαθέσιμο: <<http://www.smithsonianmag.com/science-nature/the-benefits-of-daydreaming-170189213/>>, προσβαση, 20/2/2017
19. The Economist, (2015 [1]), *Planet of the phones: The smartphone is ubiquitous, addictive and transformative*, *διαδικτυακή εφημερίδα*, διαθέσιμο: <<http://www.economist.com/news/leaders/21645180-smartphone-ubiquitous-addictive-and-transformative-planet-phones>> πρόσβαση: 16/06/2016.
20. The Economist, (2015 [2]), *The truly personal computer: The smartphone is the defining technology of the age*, *διαδικτυακή εφημερίδα*, διαθέσιμο: <<http://www.economist.com/news/briefing/21645131-smartphone-defining-technology-age-truly-personal-computer>> πρόσβαση 17/06/2016.
21. University of Waterloo, (2015), *sciencedaily, Reliance on smartphones linked to lazy thinking*, διαθέσιμο: <<https://www.sciencedaily.com/releases/2015/03/150305110546.htm>>, πρόσβαση 11/06/2016.
22. Verstockt S., Decoo D., Van Nieuwenhuysse D., Van de Walle R., (2009), *Assistive Smartphone for People with Special Needs: the Personal Social Assistant*, 2nd Conference on Human System Interactions, διαθέσιμο: <https://www.researchgate.net/publication/224517266_Assistive_smartphone_for_people_with_special_needs_The_Personal_Social_Assistant> πρόσβαση: 14/06/2016.
23. Whitbourne S. Krauss, (2011), *Your Smartphone May Be Making You... Not Smart*, διαθέσιμο <<https://www.psychologytoday.com/blog/fulfillment->

[any-age/201110/your-smartphone-may-be-making-you-not-smart](https://www.youtube.com/watch?v=any-age/201110/your-smartphone-may-be-making-you-not-smart)>, πρόσβαση 10/06/2016.

YouTube

1. Carlos Merigo, (2010), *Apple iPhone 4 FaceTime: Commercial*, [video online], διαθέσιμο :< https://www.youtube.com/watch?v=cKoLp_lGo14 >, πρόσβαση: 08/12/2016.
2. Greek iPhone on Google, (2013), *iPhone - Οι πρώτες διαφημίσεις (2007)*, [video on line], διαθέσιμο: <<https://www.youtube.com/watch?v=5vpnEfnliiw> >, πρόσβαση 08/12/2016.
3. Mattwilsonfilms, (2015), *Smartphone Commercial*, [video online], διαθέσιμο: <<https://www.youtube.com/watch?v=XB3K6TM73D8> >, πρόσβαση: 08/12/2016.
4. Ploutarchos100, (2013), *Samsung Galaxy III Διαφήμιση*, [video online], διαθέσιμο: < <https://www.youtube.com/watch?v=vtxuCcGWB5s> >, πρόσβαση: 08/12/2016.
5. Samsung Mobile, (21/02/2016), *Samsung Galaxy S7 and S7 edge: Official Introduction*, [video online], διαθέσιμο: <<https://www.youtube.com/watch?v=cyohHyQl-kc>>, πρόσβαση: 08/12/2016.
6. Samsung Mobile, (02/08/2016), *Samsung Galaxy Note7: Official Introduction*, [video online], διαθέσιμο:<<https://www.youtube.com/watch?v=a0a6Y9JvPqo>>, πρόσβαση: 08/12/2016.
7. TEDx Talks, (2011), *TEDxUIUC - Sherry Turkle - Alone Together*, [video online], διαθέσιμο < <https://www.youtube.com/watch?v=MtLVCpZliNs> >, πρόσβαση: 20/12/2016.
8. TED, (2012), *Connected, but alone? | Sherry Turkle*, [video online], διαθέσιμο < <https://www.youtube.com/watch?v=t7Xr3AsBEK4> >, πρόσβαση: 20/12/2016.