



**ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ
ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ**

ΤΜΗΜΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ
ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΣΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ
ΠΟΛΙΤΙΚΗ

**Νέες Τεχνολογίες, Διαδίκτυο, Ιστολόγια και Κοινωνική
δικτύωση στην Ελλάδα: Παρουσίαση και Στατιστική
Ανάλυση**

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Ελισσάβητ Σαλπέα

Τριμελής Εξεταστική Επιτροπή

Μαρία Συμεωνάκη, Επίκουρη Καθηγήτρια, Επιβλέπουσα
Δέσποινα Παπαδοπούλου, Επίκουρη Καθηγήτρια
Ελένη Πρόκου, Επίκουρη Καθηγήτρια

Αθήνα, Ιούνιος 2011

Copyright © Ελισσάβητ Σαλπέα, 2011.

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

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

Οι απόψεις και τα συμπεράσματα που περιέχονται σε αυτό το έγγραφο εκφράζουν τον συγγραφέα και δεν πρέπει να ερμηνευθεί ότι αντιπροσωπεύουν τις επίσημες θέσεις του Παντείου Πανεπιστήμιου Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών.

Στους γονείς μου

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Στα πλαίσια της συγκεκριμένης διπλωματικής εργασίας, θα ήθελα να ευχαριστήσω την επιβλέπουσα καθηγήτριά μου, κ.Μαρία Συμεωνάκη για την αμέριστη βοήθεια της, την κατανόηση και τις κατατοπιστικές και ουσιαστικές καθοδηγήσεις της, αλλά κυρίως γιατί εμπνεύστηκε το συγκεκριμένο θέμα που αγγίζει πολλές πτυχές της σύγχρονης κοινωνικής πραγματικότητας. Επίσης, ένα μεγάλο ευχαριστώ, στην οικογένεια μου για την κατανόηση και τη στήριξη, ώστε να φέρω εις πέρας τη συγκεκριμένη εργασία, σε μια πολύ δύσκολη χρονική περίοδο. Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω τους συνεργάτες μου στην Ελληνική Στατιστική Αρχή, για το ενδιαφέρον και την κατανόησή τους, όλο το διάστημα προετοιμασίας μου.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΙΝΑΚΕΣ.....	6
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ.....	7
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	9
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	10
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 Το Διαδίκτυο.....	13
1.1 Το Διαδίκτυο ως φαινόμενο και η έκτασή του.....	13
1.2 Η χρήση του Διαδικτύου και οι χρήστες.....	16
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 Το φαινόμενο της κοινωνικής δικτύωσης.....	23
2.1 Περιγραφή φαινομένου της κοινωνικής δικτύωσης.....	23
2.2 Περιγραφή δικτύων κοινωνικής δικτύωσης.....	27
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 Τα πιο διαδεδομένα κοινωνικά δίκτυα.....	32
3.1 Το Facebook.....	32
3.2 Το Twitter.....	37
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 Στατιστική ανάλυση χρηστών Facebook και Twitter.....	40
4.1 Στατιστική Ανάλυση χρηστών του Facebook στην Ελλάδα.....	40
4.2 Εκτίμηση αριθμού χρηστών facebook με χρήση χρονοσειρών.....	42
4.3 Στατιστική Ανάλυση χρηστών του Twitter.....	47
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 Χρήση Τεχνολογιών, Πληροφόρησης και Επικοινωνίας από τα Νοικοκυριά.....	50
5.1 Γενικά στοιχεία της Έρευνας.....	50
5.2 Μεθοδολογία της έρευνας.....	51
5.3 Ανάλυση αποτελεσμάτων της Έρευνας.....	52
5.4 Ανάλυση πρωτογενών δεδομένων από την «Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης» της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής κατά το πρώτο τρίμηνο των ετών 2004-2008.....	60
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	71
ΠΗΓΕΣ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	77
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	80
ABSTRACT.....	92

ΠΙΝΑΚΕΣ

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.1 Γενικός αριθμός χρηστών.....	37
ΠΙΝΑΚΑΣ 4.2 Πρωτογενή δεδομένα για την ανάλυση χρονοσειρών.....	40
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.1 Ηλικίες ατόμων που δεν έχουν κάνει ποτέ χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών – Διαδικτύου.....	50
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.2 Χρήση υπολογιστών και Διαδικτύου (internet) ανά φύλο και επίπεδο εκπαίδευσης χρήστη.....	51
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.3 Κυριότεροι προσωπικοί λόγοι χρήσης του internet ανά ασχολία χρήστη.....	54
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.4 Συχνότητα και τύπος πρόσβασης στο Διαδίκτυο κατά ασχολία χρήστη κατά το 1 ^ο Τρίμηνο 2010.....	55
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.5 Χρήση Διαδικτύου-κυριότεροι λόγοι πρόσβασης ανά ηλικιακή ομάδα κατά το 1 ^ο τρίμηνο του 2010.....	56
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.6 Καθημερινή Χρήση Η/Υ για τους άνδρες ανά έτος για κάθε βαθμίδα εκπαίδευσης.....	58
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.7 Καθημερινή Χρήση Η/Υ για τις γυναίκες ανά έτος για κάθε βαθμίδα εκπαίδευσης.....	59
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.8 Άνδρες που δεν έχουν χρησιμοποιήσει ποτέ το Διαδίκτυο ανά έτος, για κάθε ηλικιακή ομάδα.....	60
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.9 Γυναίκες που δεν έχουν χρησιμοποιήσει ποτέ το Διαδίκτυο ανά έτος, για κάθε ηλικιακή ομάδα.....	61
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.10 Καθημερινή ή σχεδόν καθημερινή χρήση Διαδικτύου ανά έτος για τους άνδρες και για κάθε ηλικιακή ομάδα.....	62
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.11 Καθημερινή ή σχεδόν καθημερινή χρήση Διαδικτύου ανά έτος για τις γυναίκες και για κάθε ηλικιακή ομάδα.....	63
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.12 Άνδρες που δεν έχουν χρησιμοποιήσει ποτέ το Διαδίκτυο ανά έτος, για κάθε επαγγελματική κατηγορία.....	64
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.13 Γυναίκες που δεν έχουν χρησιμοποιήσει ποτέ το Διαδίκτυο ανά έτος, για κάθε επαγγελματική κατηγορία.....	65
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.14 Καθημερινή χρήση Διαδικτύου ανά έτος για τους άνδρες, για κάθε επαγγελματική κατηγορία.....	66
ΠΙΝΑΚΑΣ 5.15 Καθημερινή χρήση Διαδικτύου ανά έτος για τις γυναίκες, για κάθε επαγγελματική κατηγορία.....	67

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.1 Ηλικιακή κατανομή χρηστών του Διαδικτύου	15
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.2 Ώρες χρήσης του Διαδικτύου ανά ηλικία χρήστη	15
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.3 Ώρες χρήσης Διαδικτύου ανάλογα με τη σύνδεση.....	16
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.1 Χρήστες στην Ελλάδα.....	37
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.2 Ηλικιακή κατανομή Ελλήνων χρηστών.....	38
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.3 Κατανομή του φύλου Ελλήνων Χρηστών.....	38
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.4 Εξέλιξη ηλικιακών κατηγοριών των χρηστών στην Ελλάδα.....	39
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.5 Γράφημα χρονοσειράς χρηστών facebook.....	41
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.6 Γράφημα χρονοσειράς ποσοστού χρηστών επί το συνολικό πληθυσμό.....	41
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.7 Η καθημερινή χρήση του Twitter.....	45
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.8 Η καθημερινή χρήση των Tweets.....	45
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.9 Ηλικιακή κατανομή χρηστών Twitter.....	46
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.1 Καθημερινή Χρήση Η/Υ για τους άνδρες ανά έτος για κάθε βαθμίδα εκπαίδευσης.....	58
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.2 Καθημερινή Χρήση Η/Υ για τις γυναίκες ανά έτος για κάθε βαθμίδα εκπαίδευσης.....	59
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.3 Άνδρες που δεν έχουν χρησιμοποιήσει ποτέ το Διαδίκτυο ανά έτος, για κάθε ηλικιακή ομάδα.....	60
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.4 Γυναίκες που δεν έχουν χρησιμοποιήσει ποτέ το Διαδίκτυο ανά έτος, για κάθε ηλικιακή ομάδα.....	61
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.5 Καθημερινή ή σχεδόν καθημερινή χρήση Διαδικτύου ανά έτος για τους άνδρες και για κάθε ηλικιακή ομάδα.....	62
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.6 Καθημερινή ή σχεδόν καθημερινή χρήση Διαδικτύου ανά έτος για τις γυναίκες και για κάθε ηλικιακή ομάδα.....	63
Διαγράμμα 5.7 Άνδρες που δεν έχουν χρησιμοποιήσει ποτέ το Διαδίκτυο ανά έτος, για κάθε επαγγελματική κατηγορία.....	64
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.8 Γυναίκες που δεν έχουν χρησιμοποιήσει ποτέ το Διαδίκτυο ανά έτος, για κάθε επαγγελματική κατηγορία.....	65
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.9 Καθημερινή χρήση Διαδικτύου ανά έτος για τους άνδρες, για κάθε επαγγελματική κατηγορία.....	66

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.10 Καθημερινή χρήση Διαδικτύου ανά έτος για τις γυναίκες, για
κάθε επαγγελματική κατηγορία.....67

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην παρούσα διπλωματική εργασία πραγματοποιήθηκε μια προσπάθεια να αναλυθεί η καθολική εξάπλωση του Διαδικτύου, που έχει σημειωθεί τις τελευταίες δεκαετίες στην Ελλάδα και έχει αλλάξει τον τρόπο επικοινωνίας των ατόμων, καθώς και οι μέθοδοι και τα μέσα με τα οποία, τα άτομα επικοινωνούν και ανταλλάσσουν μεταξύ τους πληροφορίες. Καθοριστικό ρόλο στις αλλαγές αυτές διαδραμάτισε η δημιουργία και η εξάπλωση των διαδικτυακών κοινωνικών μέσων και των ιστοτόπων κοινωνικής δικτύωσης και διαμοίρασης περιεχομένου. Στο πλαίσιο της διπλωματικής εργασίας, συλλέχθηκαν δεδομένα που αφορούν ιστοτόπους ευρείας απήχησης και διενεργήθηκε μια συγκεκριμένη μελέτη των κοινωνικών δικτύων που δημιουργούνται μεταξύ των χρηστών και των κοινωνικών χαρακτηριστικών τους, ώστε να αναλυθούν στατιστικά. Τα στοιχεία προς ανάλυση αντλήθηκαν από τα αποτελέσματα της Δειγματοληπτικής Έρευνας «Χρήση Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας από τα Νοικοκυριά» της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής. Πιο συγκεκριμένα, πραγματοποιήθηκε μια ανάλυση των στοιχείων που αφορούν στη χρήση Η/Υ και στη χρήση του Διαδικτύου ανά εκπαιδευτικό επίπεδο, ηλικία και φύλο και η εξέλιξή τους στο χρόνο. Με Ανάλυση Χρονοσειρών δόθηκε η δυνατότητα πρόβλεψης του αριθμού των χρηστών του Facebook στην Ελλάδα, μέχρι τον Ιούλιο του 2011, καθώς εκείνο εμφανίζεται ως το πιο διαδεδομένο κοινωνικό δίκτυο, στο οποίο οι Έλληνες χρήστες συνεχώς αυξάνονται με την πάροδο του χρόνου.

Λέξεις κλειδιά,

Νέες τεχνολογίες, διαδίκτυο, ιστολόγια, κοινωνική δικτύωση, χρήστες διαδικτύου, χρήστες κοινωνικών δικτύων

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στην παρούσα εργασία, διερευνάται η ραγδαία εξάπλωση των νέων τεχνολογιών, του Διαδικτύου και της κοινωνικής δικτύωσης, που έχουν προκαλέσει ριζικές και κομβικές αλλαγές στον τρόπο που τα άτομα επικοινωνούν και ανταλλάσσουν μεταξύ τους πληροφορίες. Τα άτομα φαίνεται να συμμετέχουν σε κοινωνικά δίκτυα για να διευρύνουν τον αριθμό των επιχειρηματικών ή των κοινωνικών επαφών τους μέσω ατομικών διασυνδέσεων. Η Κοινωνία της πληροφορίας, η διαδεδομένη πλέον χρήση των ηλεκτρονικών υπολογιστών και του Διαδικτύου και η κοινωνική δικτύωση, έχουν δημιουργήσει έναν καινούργιο ψηφιακό κόσμο, στον οποίο δημιουργούνται νέα κοινωνικά προφίλ ατόμων και καινούργιες κοινωνικές σχέσεις μεταξύ τους, οι οποίες εξελίσσονται με ταχείς ρυθμούς, και αξίζουν να διερευνηθούν ειδικότερα και να αναλυθούν στατιστικά, για την περίπτωση της Ελλάδας.

Το αντικείμενο της προκείμενης εργασίας, είναι να αναλύσει αυτή τη διαδεδομένη χρήση των νέων τεχνολογιών και του Διαδικτύου τη σημερινή εποχή, δίνοντας έμφαση στην κοινωνική δικτύωση και το κοινωνικό προφίλ των χρηστών της.

Στο πρώτο κεφάλαιο, αναλύεται η έννοια του Διαδικτύου, αρχικά πραγματοποιώντας μια ιστορική αναδρομή και στη συνέχεια περιγράφοντας την έκταση του φαινομένου, τη διαδεδομένη χρήση του και το κοινωνικό προφίλ των χρηστών του.

Στο δεύτερο κεφάλαιο, γίνεται μια προσπάθεια προσέγγισης της έννοιας της κοινωνικής δικτύωσης και περιγραφής της ως φαινόμενο των ημερών μας. Για να επιτευχθεί κάτι τέτοιο, ήταν επίσης απαραίτητη μια περιγραφή των κοινωνικών δικτύων και των χαρακτηριστικών τους.

Στο τρίτο κεφάλαιο, περιγράφονται πιο αναλυτικά τα δυο πιο διαδεδομένα κοινωνικά δίκτυα στη χώρα μας, το Facebook και το Twitter, αναφορικά με τον τρόπο λειτουργίας τους, τις υπηρεσίες που προσφέρουν και τα γενικότερα χαρακτηριστικά τους.

Στο τέταρτο κεφάλαιο, πραγματοποιείται στατιστική ανάλυση του αριθμού των ατόμων που είναι εγγεγραμμένοι και χρησιμοποιούν το Facebook και το Twitter, για την ελληνική περίπτωση. Επίσης, οι χρήστες των κοινωνικών δικτύων δεν αναλύονται μόνο ως προς τα χαρακτηριστικά τους αλλά και ως προς το πλήθος τους

στην περίπτωση του Facebook, όπου με τη μέθοδο της Ανάλυσης Χρονοσειρών (Time Series) επιχειρείται να δοθεί μια πρόβλεψη για το πλήθος των χρηστών του μέχρι των Ιούλιο του 2011.

Στο τελευταίο κεφάλαιο, της παρούσας εργασίας παρουσιάζεται αναλυτικά η έρευνα της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής, σχετικά με την Κοινωνία της Πληροφορίας, «Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας των νοικοκυριών (ICT)», δηλαδή η μεθοδολογία που ακολουθείται για την εκπόνηση της έρευνας αυτής, η ανάλυση των αποτελεσμάτων της για το 2010 και περαιτέρω ανάλυση πρωτογενών δεδομένων της έρευνας με τη δημιουργία πινάκων και διαγραμμάτων για τα έτη 2004-2008.

Υποθέσεις Εργασίας

Στην προκείμενη εργασία, επιχειρήθηκε να αποσαφηνιστεί ο όρος του Διαδικτύου και της κοινωνικής δικτύωσης εννοιολογικά και να αναλυθεί στατιστικά ο αριθμός των ατόμων, που κάνουν μια τέτοιου είδους χρήση, να μελετηθούν και να σκιαγραφηθεί το κοινωνικό τους προφίλ. Φαίνεται ότι σήμερα η χρήση του Διαδικτύου, των νέων τεχνολογιών, των ιστολογίων και της κοινωνικής δικτύωσης έχει αυξηθεί ραγδαία. Στη συγκεκριμένη εργασία διερευνάται η διαπίστωση αυτή με βάση τα κοινωνικά και δημογραφικά χαρακτηριστικά των χρηστών, δηλαδή το φύλο, το εκπαιδευτικό τους επίπεδο, την ηλικία και την ασχολία, καθώς και τους λόγους και χώρους πρόσβασης.

Μεθοδολογία Εργασίας

Η εργασία αποτελείται από δυο μέρη, το θεωρητικό μέρος, όπου διερευνάται εννοιολογικά ο όρος του Διαδικτύου και της κοινωνικής δικτύωσης μέσω μιας βιβλιογραφικής σύνθεσης, ώστε να στοιχειοθετηθεί και να κατανοηθεί η διάστασή τους ως φαινόμενο. Για μια πιο πλήρη και σαφή εικόνα των δυο αυτών φαινομένων, αναλύθηκε στατιστικά ο πληθυσμός των χρηστών του Διαδικτύου και των κοινωνικών δικτύων (Facebook και Twitter) με χρήση διαφόρων επιστημονικών αξιόπιστων πηγών, με απώτερο σκοπό την προσέγγιση του μέσου κοινωνικού προφίλ των χρηστών σήμερα στην Ελλάδα, τις πιο διαδεδομένες υπηρεσίες δικτύων και Διαδικτύου και τους πιο συνήθεις χώρους και λόγους πρόσβασης.

Η επιλογή του θέματος με σκοπό την εκπόνηση μιας διπλωματικής εργασίας δεν είναι μια εύκολη διαδικασία, καθώς υπάρχει μια πληθώρα κοινωνικών ζητημάτων που είναι άξια ανάλυσης και σχολιασμού, αλλά το συγκεκριμένο θέμα είναι αρκετά

ιδιαίτερο, όχι μόνο της επικαιρότητάς του, αλλά των πολλών παραμέτρων με τις οποίες συνδέεται.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 Το Διαδίκτυο

1.1 Το Διαδίκτυο ως φαινόμενο και η έκτασή του

Το Διαδίκτυο, γνωστό συνήθως και με την αγγλική άκλιτη ονομασία Internet, είναι ένα μέσο μαζικής επικοινωνίας. Ως μέσο έχει διπλή υπόσταση: την υλική, που αποτελείται από το συνδυασμό δικτύων (networks) βασισμένων σε λογισμικό και υλικό, και την άυλη, που σχετίζεται με το τι πραγματικά προσφέρει στην κοινωνία το Διαδίκτυο ως μέσο επικοινωνίας. Γίνεται συνήθως αναφορά στο Internet, με τον όρο Διαδίκτυο και η αναφορά αυτή παραπέμπει σε ένα παγκόσμιο δίκτυο υπολογιστών διασυνδεδεμένων μεταξύ τους.

Στα τέλη της δεκαετίας του '60 το Advanced Research Projects Agency (ARPA) των Ηνωμένων Πολιτειών ξεκίνησε ένα πειραματικό πρόγραμμα πάνω στα δίκτυα μεταγωγής δεδομένων, με σκοπό να αναπτύξει ένα δίκτυο αυτής της μορφής. Ο αρχικός σκοπός ήταν να δημιουργηθεί ένα δίκτυο, το οποίο θα μπορούσε να συνδέσει ετερογενείς υπολογιστές σε διεσπαρμένες γεωγραφικά τοποθεσίες. Με τον τρόπο αυτό επιστήμονες από διαφορετικές περιοχές θα είχαν τη δυνατότητα να συνεργάζονται και να συντονίζουν τις εργασίες τους, αλλά και να πειραματίζονται με τη νέα τεχνολογία. Το Σεπτέμβριο του 1969, τέσσερις υπολογιστές σε ισάριθμα πανεπιστήμια των Η.Π.Α. συνδέθηκαν και άρχισαν να ανταλλάσσουν πακέτα πληροφοριών μεταξύ τους. Αυτή ήταν και η γέννηση του δικτύου που ονομάστηκε ARPAnet, το οποίο αποτέλεσε τον πρόδρομο του Internet. Την 1^η Ιανουαρίου το TCP/IP καθιερώθηκε επίσημα ως πρωτόκολλο στο ARPAnet, το οποίο λίγο αργότερα χωρίστηκε σε δύο ανεξάρτητα μεταξύ τους δίκτυα: το Milnet, το οποίο παρέμεινε υπό τον έλεγχο του Πενταγώνου και το υπόλοιπο, το οποίο κληρονόμησε το όνομα ARPAnet και συνέχισε να έχει τον αρχικό του ρόλο, ενός ερευνητικού και πανεπιστημιακού δικτύου. Η ημερομηνία αυτή θεωρείται ως και η επίσημη ημερομηνία έκδοσης του Internet.

Η έννοια του δικτύου κατέχει εξέχουσα σημασία για την προσέγγιση και κατανόηση της έννοιας του Διαδικτύου. Στις πρώτες μέρες της πληροφορικής οι υπολογιστές ήταν τεράστια μηχανήματα, περιορισμένα σε προστατευμένα δωμάτια, όπου έμπαιναν μόνο επιλεγμένοι τεχνικοί για να τους τροφοδοτήσουν, χρησιμοποιώντας διάτρητες κάρτες. Με την πάροδο του χρόνου και την πρόοδο της τεχνολογίας κατέστη δυνατό να συνδεθούν οι υπολογιστές με περιφερειακές

συσκευές, πέραν του χωροταξικού ορίου των κεντρικών μονάδων. Έτσι, η σύνδεση διαφορετικών υπολογιστών έγινε πραγματικότητα και δύο ή περισσότεροι υπολογιστές, μπορούσαν να συνδέονται μεταξύ τους, καθώς και με άλλες περιφερειακές συσκευές, όπως εκτυπωτές, μαγνητικά μέσα αποθήκευσης κ.ά και να δημιουργούν ένα δίκτυο. Η διασύνδεση υπολογιστών σε ένα δίκτυο και η αποστολή πληροφοριών πάνω σε αυτό καλείται δικτύωση (networking, data networking, data communications). Οι πληροφορίες που διανέμονται μέσω ενός δικτύου καλούνται κυκλοφορία (traffic). Η δικτύωση των υπολογιστών μεταξύ τους, η οποία και αποτελεί τη χαρακτηριστική και κυρίαρχη τάση της πληροφορικής στις μέρες μας δεν αποτελεί απλή τεχνική ή ακαδημαϊκή άσκηση, αλλά πρόκειται για ένα φαινόμενο ή, καλύτερα, για μια ανάγκη η οποία υπαγορεύεται από πρακτικούς σκοπούς και υπακούει σε μια καθαρά οικονομική λογική. Σήμερα το Internet θα μπορούσε να χαρακτηριστεί από τεχνική άποψη ως το σύνολο όλων των διασυνδεδεμένων IP δικτύων, ένα σύνολο που περιλαμβάνει αρκετές χιλιάδες τοπικά, περιφερειακά και διεθνή δίκτυα.

Στην πράξη, ο χρήστης του Internet σήμερα έχει τη δυνατότητα να έχει πρόσβαση σε έναν τεράστιο πλούτο πληροφοριών, καθώς δεν υπάρχει τομέας της ανθρώπινης γνώσης που να μην αντιπροσωπεύεται στο Διαδίκτυο. Εκατοντάδες αν όχι χιλιάδες βιβλιοθήκες, από αυτές των πανεπιστημίων έως τη βιβλιοθήκη του Βατικανού, του F.B.I, της C.I.A και της N.A.SA, ηλεκτρονικά περιοδικά και εφημερίδες, μικρές αγγελίες, στατιστικά στοιχεία, χάρτες, φωτογραφίες, βίντεο, αρχεία ήχου, ιστορικά στοιχεία, εκατοντάδες τράπεζες πληροφοριών, μηχανές αναζήτησης και βάσεις δεδομένων. Όλα τα παραπάνω αποτελούν μικρά ψήγματα του πλούτου που έχει να προσφέρει το Διαδίκτυο στους χρήστες του. Στο χώρο των υπολογιστών και των επικοινωνιών το Internet σήμερα είναι «τα πάντα»¹. Έτσι, μέσω Internet μπορεί κάποιος σε δευτερόλεπτα να έχει στην οθόνη του υπολογιστή τις κριτικές για το τελευταίο βιβλίο που τον ενδιαφέρει, κάποιο επιστημονικό άρθρο που παρουσιάστηκε στην τελευταία σύνοδο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, τα δελτία καιρού για όλες τις χώρες, τις τελευταίες ανακοινώσεις της Green Peace, δορυφορικές φωτογραφίες για τον καιρό, όλα τα ξενοδοχεία σε όλες τις πόλεις και χώρες, τις τιμές των μετοχών από το Χρηματιστήριο της Φρανκφούρτης και πολλά άλλα. Με πρόσβαση σε on line υπηρεσίες και στο Internet μπορεί ο καθένας να φέρει τα

¹ Σακλαμπανάκης Γ., *Εισαγωγή στο Internet*, Αθήνα (Anubis) 1995.

περιεχόμενα πολλών μεγάλων βιβλιοθηκών και ερευνητικών κέντρων ή τους ποικίλους πληροφοριακούς πόρους διάφορων δημοσίων και ιδιωτικών οργανισμών, «πάνω» στο γραφείο του. Είναι δυνατό, μέσα σε ελάχιστο χρόνο, κάθε χρήστης να μπορεί να εντοπίσει το κατάλληλο άρθρο, το επιστημονικό σύγγραμμα, την πιο ειδική πληροφορία μέσα από χιλιάδες περιοδικά, συγγράμματα, εφημερίδες και αρχεία. Επειδή, οι πληροφορίες είναι σε ψηφιακή μορφή, μπορούν να φορτωθούν σε έναν επεξεργαστή κειμένου ή σε μια βάση δεδομένων για τοπική ανάλυση και επεξεργασία. Οι υπηρεσίες της on line πληροφόρησης χρησιμοποιούνται πλέον σε μεγάλο βαθμό από επιστήμονες, μηχανικούς, ερευνητές, οικονομολόγους, κ.ά. Επίσης, περιλήψεις άρθρων, συγγραμμάτων, ειδήσεων καθώς και αναφορές ερευνών από διάφορους τομείς της κοινωνικής και οικονομικής δραστηριότητας είναι πολλές φορές τα αποτελέσματα μιας on line «εξερεύνησης» αυτού του θαυμαστού κόσμου. Οι χρήστες του Διαδικτύου, των οποίων ο αριθμός συνεχώς αυξάνεται εκθετικά, μπορούν να ανταλλάξουν μηνύματα και αρχεία με αστραπιαία ταχύτητα στις πιο μακρινές γωνίες της γης.

Το Διαδίκτυο δεν είναι ένα απλό δίκτυο, είναι ένα δίκτυο δικτύων, δηλαδή η σύνδεση πολλών δικτύων μαζί και αυτό έχει ως αποτέλεσμα να έχει σχεδόν απεριόριστες δυνατότητες². Οι διαθέσιμες υπηρεσίες του Διαδικτύου στους χρήστες προσωπικών υπολογιστών καλύπτουν ένα αρκετά μεγάλο φάσμα, με θέματα που κυμαίνονται από απλά μετεωρολογικά στοιχεία, μουσική και λογοτεχνία, αστρονομία και βιολογία, ιστορία, δημοσιογραφία, ωκεανογραφία, ζωολογία, έως επιστημονικές ανακοινώσεις και ανακαλύψεις σε διάφορους τομείς, μα πάνω από όλα υπάρχει η δυνατότητα άμεσης ηλεκτρονικής επικοινωνίας με ανθρώπους σε οποιοδήποτε μέρος του κόσμου³. Το Διαδίκτυο λοιπόν παρέχει τη δυνατότητα ευρείας άμεσης ενημέρωσης πάνω σε θέματα τεχνολογικά, πολιτικά, πολιτισμικά ή ακόμα και ψυχαγωγίας και είναι ένα ανοιχτό κανάλι επικοινωνίας με όλο το κόσμο. Σήμερα, οι τεχνολογίες της πληροφορικής και των επικοινωνιών συνδέονται πλέον άμεσα με κάθε δραστηριότητα του ανθρώπου, έτσι αποτελέσματα βασικής και εφαρμοσμένης

² Stuart St., *Learning, Teaching and Researching on the Internet: A Practical Guide for Social Scientists*, London (Longman) 1999.

³ Λεβεντίδης Δ., *Internet*, Αθήνα (Anubis) 1994.

έρευνας φτάνουν με ταχύτατους ρυθμούς να εφαρμόζονται σε προϊόντα και υπηρεσίες⁴.

1.2 Η χρήση του Διαδικτύου και οι χρήστες

Από τα τέλη του 1994 έως σήμερα τα χαρακτηριστικά του μέσου χρήστη του Internet έχουν αλλάξει κατά πολύ και το ίδιο ισχύει και με την ίδια τη φυσιογνωμία του Διαδικτύου, ως αποτέλεσμα του «ανοίγματός» του στο ευρύ κοινό, μέσω του πολλαπλασιασμού των εμπορικών Internet providers (Εταιρείες παροχής Internet). Η διείσδυση του Διαδικτύου στα ελληνικά νοικοκυριά σημειώνει σταθερή ανοδική πορεία τα τελευταία έτη. Με σχεδόν 4 στα 10 νοικοκυριά να είναι στα τέλη του 2008 συνδεδεμένα στο Διαδίκτυο (39,4%), ο μέσος ετήσιος ρυθμός αύξησης της πρόσβασης για την τετραετία 2005-2008 διαμορφώνεται στο 17,6%.⁵ Η χρήση του Διαδικτύου στην Ελλάδα είναι συνεχώς αυξανόμενη, με όλο και περισσότερα νοικοκυριά να χρησιμοποιούν ευρυζωνική σύνδεση. Σύμφωνα με αρκετές πρόσφατες έρευνες η χρήση του Διαδικτύου είναι συνεχώς αυξανόμενη, όπως είναι και οι ευρυζωνικές συνδέσεις. Οι επιχειρήσεις συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο ποσοστό με 77% των χρηστών να δηλώνει πως χρησιμοποιεί το Διαδίκτυο για αναζήτηση πληροφοριών σχετικά με προϊόντα και υπηρεσίες⁶.

Σύμφωνα με την Ελληνική Στατιστική Αρχή αύξηση παρουσιάζει και ο αριθμός των χρηστών που χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο καθημερινά στην Ελλάδα. Ειδικά, ο τομέας των μηχανών αναζήτησης και των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης γνωρίζει ραγδαία άνοδο με τη μεγαλύτερη μηχανή αναζήτησης του κόσμου - Google Search - να δηλώνει πρόσφατα πως έχει περίπου 1 δισεκατομύριο χρήστες την εβδομάδα. Ήδη από το 2004, κυρίως όμως την τελευταία πενταετία, έχει παρατηρηθεί μια άνευ προηγουμένου ανάπτυξη στην ευρυζωνική κάλυψη (ευρυζωνικές συνδέσεις), μεγάλη αύξηση του πληθυσμού (αριθμού των ατόμων) με πρόσβαση στο Διαδίκτυο και γενικότερα αύξηση στη διείσδυση και χρήση επιγραμμικών (online) υπηρεσιών μέσω Διαδικτύου, τόσο στην Ευρωπαϊκή Ένωση (E27) όσο και στην Ελλάδα. Στην Ευρωπαϊκή Ένωση των 27 χωρών-μελών, στα νοικοκυριά με σύνδεση στο Διαδίκτυο, το ποσοστό των νοικοκυριών με ευρυζωνική σύνδεση έφτασε στο

⁴ Κατσικής Α., *Οι Νέες Τεχνολογίες στην Ανάδειξη της Παραδοσιακής Τέχνης, Οι Νέες Τεχνολογίες για την Κοινωνία και τον Πολιτισμό*, Αθήνα (Πρακτικά Β΄ Πανελληνίου Συνεδρίου με Διεθνή Συμμετοχή) 2000.

⁵ Βέργη Ελένη, *Ταυτότητα χρηστών Internet στην Ελλάδα*, Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας Αθήνα 2010, <http://www.observatory.gr/files/meletes> (πρόσβαση 12/2/2011).

⁶ <http://www.seoathens.com/xrhsh-diadiktyou.html>

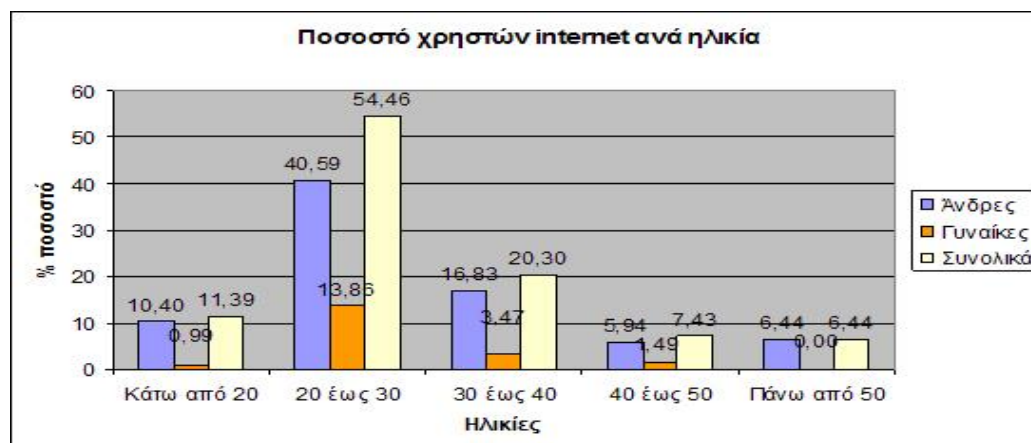
80% το 2008 (από 48% το 2005) και το ποσοστό των πολιτών που χρησιμοποιεί συχνά το Διαδίκτυο (σχεδόν κάθε μέρα) αυξήθηκε από 29% στο 43% την ίδια περίοδο. Αντίστοιχα στην Ελλάδα, στα νοικοκυριά με σύνδεση στο Διαδίκτυο το ποσοστό των νοικοκυριών με ευρυζωνική σύνδεση αυξήθηκε κατά 51,7% (από 7,3% το 2005 σε 59% το 2008) και το ποσοστό των πολιτών που χρησιμοποιεί συχνά το Διαδίκτυο (σχεδόν κάθε μέρα) αυξήθηκε από 11% σε 26% την ίδια περίοδο⁷. Τα στοιχεία που προαναφέρθηκαν αντλήθηκαν από την Επιστημονική μελέτη που διεξήχθη το Μάρτιο του 2010 από το Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, το οποίο εντάσσεται στο Ε.Π. «Ψηφιακή Σύγκλιση» και συγχρηματοδοτείται σε ποσοστό 80% από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης και 20% από Εθνικούς Πόρους, από τους ακαδημαϊκούς Α. Κουντζέρη και Μ. Κωνσταντάτο. Έχει παρατηρηθεί επίσης ότι τα τελευταία χρόνια οι Ευρωπαίοι αλλά και οι Έλληνες πολίτες σταδιακά αλλάζουν συνήθειες ως προς τον τρόπο που χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο. Δηλαδή, προοδευτικά υιοθετούν καινούργιους και περισσότερο εξελιγμένους τρόπους και υπηρεσίες για επικοινωνία, ψυχαγωγία και αλληλεπίδραση με επιχειρήσεις, δημόσιους φορείς αλλά και μεταξύ τους. Η αλλαγή αυτή λαμβάνει χώρα παράλληλα με τη μεγάλη αύξηση στην ευρυζωνική κάλυψη, η οποία έχει σαν αποτέλεσμα τη διαθεσιμότητα μεγαλύτερων ταχυτήτων αλλά και ολοένα μειούμενο κόστος πρόσβασης στο Διαδίκτυο.

Βέβαια, υπάρχει ο προβληματισμός σχετικά με το γεγονός ότι οι άκρως παραγωγικές ηλικίες (30-45 ετών) εμφανίζουν εξαιρετικά χαμηλά ποσοστά χρήσης του Διαδικτύου. Επίσης το ποσοστό των γυναικών είναι εξαιρετικά χαμηλό, όμως ενθαρρυντικό εμφανίζεται το στοιχείο ότι η νέα γενιά (20-30 ετών) δείχνει να αντιλαμβάνεται τη χρησιμότητα του Internet και να το χρησιμοποιεί σε ικανοποιητικά ποσοστά⁸.

⁷ Κουντζέρης Α., Κωνσταντάτος Μ., *Νέες τάσεις στη χρήση του διαδικτύου για επικοινωνία, πληροφόρηση και ψυχαγωγία*, Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, 2010, <http://www.startupgreece.gov.gr/sites/default/files> (πρόσβαση 30/1/2011).

⁸ www.observatory.gr

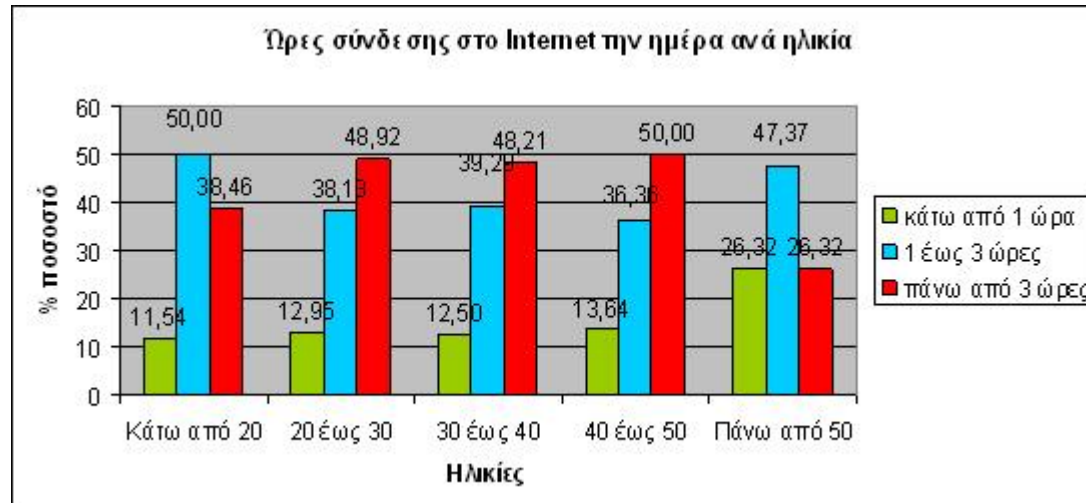
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.1 Ηλικιακή κατανομή χρηστών του Διαδικτύου



*Πηγή: Διάγραμμα που αντλήθηκε από την ιστοσελίδα του Παρατηρητηρίου της Κοινωνίας της Πληροφορίας, www.observatory.gr

Οι ώρες χρήσης του Διαδικτύου είναι σε υψηλά επίπεδα στις ηλικίες 20 έως 50 ετών προσφέροντας αισιοδοξία ως προς την παραγωγική του χρήση, όπως φαίνεται και στο Διάγραμμα 1.2.

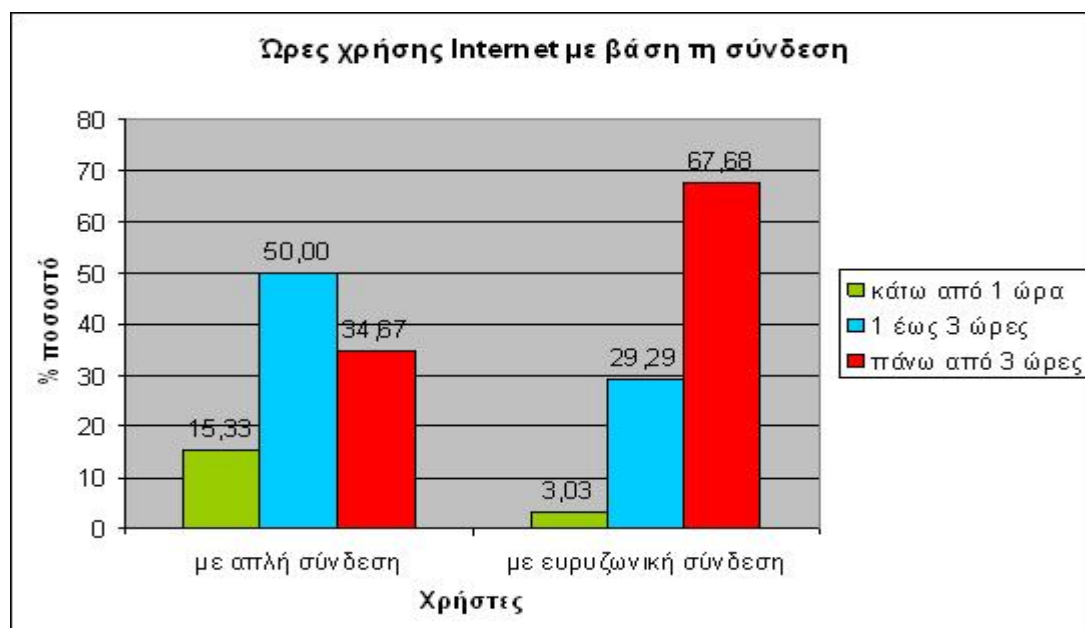
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.2 Ώρες χρήσης του Διαδικτύου ανά ηλικία χρήστη



*Πηγή: Διάγραμμα που αντλήθηκε από την ιστοσελίδα του Παρατηρητηρίου Πληροφορίας, www.observatory.gr.

Τέλος, ο τύπος της σύνδεσης δείχνει να διαδραματίζει πολύ σημαντικό ρόλο στο χρόνο που χρησιμοποιείται το Διαδίκτυο (ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.3). Όπως φαίνεται, η πλειονότητα των ατόμων που κατέχουν ευρυζωνική σύνδεση βρίσκονται στο Internet πάνω από τρεις ώρες ημερησίως.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.3 Ώρες χρήσης Διαδικτύου ανάλογα με τη σύνδεση



*Πηγή: Διάγραμμα που αντλήθηκε από την ιστοσελίδα του Παρατηρητηρίου Πληροφορίας, www.observatory.gr

Η χρήση του Διαδικτύου, φαίνεται πως είναι αρκετά διαδεδομένη σήμερα, καθώς το Internet είναι πλέον πολύ πιο προσιτό και οικονομικό. Τη σημερινή εποχή, η πρόσβαση στο Διαδίκτυο παρέχεται δωρεάν στους κατόχους ασύρματου δικτύου (wi-fi), όχι μόνο από έναν επιτραπέζιο υπολογιστή, αλλά και από ένα φορητό υπολογιστή (laptop) ή και από τα γνωστά ως «έξυπνα» κινητά τηλέφωνα (smartphones). Η τόσο εύκολη πρόσβαση στο Διαδίκτυο δεν το έχει κάνει μόνο προσιτό σε όλους, αλλά με το πέρασμα του χρόνου το χρήζει σχεδόν απαραίτητο στην καθημερινή ζωή των ατόμων, για να επικοινωνίσουν με φίλους και να ενημερωθούν για τον αυριανό καιρό, μέχρι να οργανώσουν και να κάνουν κρατήσεις για τις διακοπές τους, από το γραφείο τους, μόλις με το πάτημα ενός «κουμπιού». Η αρκετά διαδεδομένη και εκτενής χρήση του Διαδικτύου από τους χρήστες του παρουσιάζει, όμως φαινόμενα κατάχρησης, κυρίως όσον αφορά τους εφήβους. Το Πανεπιστήμιο Αθηνών πραγματοποίησε μια έρευνα σχετικά με τη χρήση και την κατάχρηση του Διαδικτύου, η οποία παρουσιάζει πολύ ενδιαφέροντα και αξιοσημείωτα αποτελέσματα για τους εφήβους ηλικίας 15 ετών που ζουν στην Αττική. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε με αντιπροσωπευτικό δείγμα 897 εφήβων (430 αγόρια, 467 κορίτσια) της Μονάδας Εφηβικής Υγείας (Μ.Ε.Υ.), του Πανεπιστημίου Αθηνών. Πιο συγκεκριμένα το 53.4% των εφήβων

που έλαβαν μέρος στην έρευνα, χρησιμοποιούσαν το Διαδίκτυο για χρονικό διάστημα περίπου ενός έτους και το 26% ανέφεραν καθημερινή χρήση. Το 8% αναφέρει πως το χρησιμοποιεί περίπου 20 ώρες εβδομαδιαίως, ενώ αξιοσημείωτο είναι επίσης πως τα αγόρια χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο σημαντικά περισσότερο από τα κορίτσια ($p < 0.05$) των ίδιων ηλικιακών κατηγοριών. Επίσης, αξίζει να σημειωθεί ότι μόνο το 1% από τους εφήβους του δείγματος παρουσίαζαν υπερβολική χρήση Διαδικτύου («εθισμός») και το 12,8% παρουσίαζαν περιοδικά ή συχνά προβλήματα σχετικά με την κατάχρηση Διαδικτύου (κατάσταση πριν το «εθισμό»).

Ο πιο συχνός λόγος χρήσης του Διαδικτύου για τους εφήβους του δείγματος ήταν τα διάφορα παιχνίδια, που υπάρχουν δωρεάν στο Διαδίκτυο. Μόνο η χρήση του Διαδικτύου πάνω από 10 ώρες εβδομαδιαίως έχει συσχετισθεί με μεγαλύτερη πιθανότητα υπερβολής και επακόλουθων προβλημάτων, με βάση τη συγκεκριμένη έρευνα. Επιπρόσθετα, η ενασχόληση με το Διαδίκτυο στο πλαίσιο του σχολείου αποδεικνύεται πως προστατεύει το χρήστη από την ανάπτυξη προβληματικής χρήσης και κατάχρησης στην ηλικία που βρίσκεται. Από την έρευνα αυτή, προκύπτει ότι η χρήση του Διαδικτύου είναι δημοφιλής στους Έλληνες εφήβους, και ενδέχεται να οδηγήσει σε ψυχοκοινωνικά προβλήματα, μόνο στην περίπτωση που υπάρχει υπερβολή.

Η χρήση των νέων τεχνολογιών και κυρίως των ηλεκτρονικών υπολογιστών και του Διαδικτύου είναι ευρέως διαδεδομένη σήμερα και στο χώρο της εκπαίδευσης. Η ψηφιοποίηση συγγραμμάτων, ακαδημαϊκών σημειώσεων, επιστημονικών εργασιών, αλλά και ακόμα η βιντεοσκόπηση ακαδημαϊκών διαλέξεων και η δημοσιοποίησή τους σε επίσημες ιστοσελίδες Πανεπιστημιακών Ιδρυμάτων, είναι μια μορφή της ηλεκτρονικής εκπαίδευσης τη σημερινή εποχή (e-learning). Εξαιρετικά ενδιαφέρουσα εμφανίζεται η εισήγηση που παρουσιάστηκε στο 4^ο Συνέδριο ΕΤΠΕ στις 29 έως 3 Οκτωβρίου 2004 στο Πανεπιστήμιο Αθηνών από τους Σιώζος et al.⁹, σχετικά με τη στάση των ατόμων απέναντι στους υπολογιστές και συγκεκριμένα των πρωτοετών φοιτητών του Τμήματος Πληροφορικής του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης. Η συγκεκριμένη έρευνα διεξάχθηκε σε 80 πρωτοετείς φοιτητές του Τμήματος Πληροφορικής του Α.Π.Θ, τον Οκτώβριο του 2003, με απώτερο σκοπό τη διερεύνηση της ραγδαίας διείσδυσης των υπολογιστών και των νέων τεχνολογιών, όχι

⁹ Σιώζος Π., Παλαιγεωργίου Γ., Κωνσταντάκης Ν., *Η στάση απέναντι στους υπολογιστές: θεωρητική προσέγγιση και μια καταγραφή της σε πρωτοετείς φοιτητές ενός τμήματος Πληροφορικής, 4ο Συνέδριο ΕΤΠΕ, 29/09 – 03/10/2004, Παν/μιο Αθηνών, <http://www.etpe.gr/files/proceedings/filessyn/B191-200.pdf> (πρόσβαση 19/5/2011).*

μόνο στην καθημερινότητα των ατόμων, αλλά και στο σχολικό και ακαδημαϊκό περιβάλλον. Η ραγδαία αυτή διείσδυση δημιουργεί την ανάγκη διερεύνησης των συνθηκών κατά των οποίων πραγματοποιήθηκε αλλά και των παραγόντων εκείνων που την επηρεάζουν θετικά ή αρνητικά. Η θεωρητική βάση της συγκεκριμένης έρευνας, στηρίζεται κυρίως στο ότι η αποτελεσματική εφαρμογή μιας εξεζητημένης και αποτελεσματικής τεχνολογίας εξαρτάται από το κατά πόσο οι χρήστες προδιαθέτονται θετικά απέναντί της. Έχει δηλαδή σημασία η στάση των χρηστών των τεχνολογιών να είναι θετικά επιφορτισμένη. Οι παράγοντες που επηρεάζουν αυτή τη στάση είναι εξίσου σημαντικοί και διερευνούνται στη συγκεκριμένη έρευνα με τη μέθοδο της Διερευνητικής Παραγοντικής Ανάλυσης (Exploratory Factor Analysis). Από την έρευνα αυτή, προέκυψε ότι η κατοχή ενός προσωπικού υπολογιστή και το επίπεδο ικανότητας στη χρήση του, αλλά και οι αρνητικές εμπειρίες χρήσης με τον υπολογιστή (βλάβες, απώλειες δεδομένων κλπ.), είναι οι σημαντικότεροι παράγοντες που επηρεάζουν τη διαμόρφωση της στάσης των ατόμων απέναντι στη χρήση υπολογιστών.

Η εξάπλωση του Διαδικτύου στην ελληνική περίπτωση, είναι μια δεδομένη πραγματικότητα, βέβαια έχει διερευνηθεί το κατά πόσο αυτή η εξάπλωση αφορά το σύνολο της χώρας ή μεμονωμένες περιοχές αστικών κέντρων. Ενδεικτική, σχετικά με τη γεωγραφική σκιαγράφηση της χώρας σχετικά με τη χρήση του Διαδικτύου και την υιοθέτηση των νέων τεχνολογιών, είναι η μελέτη που πραγματοποιήθηκε το 2010, από το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, από τους Μιχαηλίδη et al.¹⁰, του Τμήματος Οικονομικής Αγροτικής Ανάπτυξης. Η συγκεκριμένη μελέτη ουσιαστικά διερευνά την ετερογένεια των χρηστών του Διαδικτύου στην Ύπαιθρο χώρα (rural area). Όσον αφορά το δείγμα της έρευνας αυτής, πρόκειται για 920 άτομα σε τρεις Διοικητικές Περιφέρειες της Βόρειας Ελλάδας, την Κεντρική, τη Δυτική και την Ανατολική Μακεδονία. Η συγκεκριμένη έρευνα εκπονήθηκε με σκοπό να συλλεχθούν στοιχεία για σημαντικά θέματα που σχετίζονται με τη ζωή της υπαίθρου και τη χρήση του Διαδικτύου. Οι ερωτώμενοι του δείγματος, ήταν κυρίως υπεύθυνοι του νοικοκυριού, άνδρες, 34 ετών, παντρεμένοι, που έχουν σχεδόν ολοκληρώσει τη Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση και έχουν ένα παιδί. Το 58,1% του δείγματος είναι

¹⁰Michailidis A., Partalidou M., Nastis S., Papadaki-Klavdianou A., Charatsari C., «Who goes online? Evidence of internet use patterns from rural Greece», *Telecommunications Policy*, vol. 35, 2011. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S030859611100019X>, 333–343 (πρόσβαση 15/4/2011).

αγρότες με μηνιαίο εισόδημα 1048€. Για τη διεξαγωγή αποτελεσμάτων σχετικά με το συγκεκριμένο δείγμα ατόμων, χρησιμοποιήθηκε το Statistical Program for the Social Sciences (SPSS) και πιο συγκεκριμένα, η Cluster Analysis (TSCA) και η Categorical Regression (CATREG).

Τα αποτελέσματα της έρευνας δεν δίνουν στοιχεία μόνο για τη χρήση του Διαδικτύου στην ύπαιθρο, αλλά και σκιαγραφούν το προφίλ των χρηστών. Η πλειονότητα των ατόμων που έλαβαν μέρος στη συγκεκριμένη έρευνα, φαίνεται πως δεν έχουν πρόσβαση στο Διαδίκτυο στην κατοικία ή το σπίτι τους, καθώς και μόλις ένας στους τρεις είναι ενεργός χρήστης. Εκείνοι με το υψηλό εισόδημα (άνω των 25.000€ ετησίως) έχουν τη μεγαλύτερη ευχέρεια να έχουν σύνδεση στο Διαδίκτυο στην κατοικία τους, όμως το Διαδίκτυο δεν έχει έναν ενεργό ρόλο στην εργασία τους, παρά μόνο χρησιμοποιείται για ενημέρωση σχετικά με νέες τεχνικές αγροτικών εργασιών. Παρά τα χαμηλά ποσοστά εξοικείωσης των ατόμων της υπαίθρου με το Διαδίκτυο, το Διαδίκτυο δεν παύει να δίνει την προοπτική ανάπτυξης της υπαίθρου σε ένα συγκεκριμένο σχέδιο κρατικής παρέμβασης για την επιδίωξη της. Με βάση τη συγκεκριμένη έρευνα η χρήση του Διαδικτύου στην ύπαιθρο επηρεάζεται από το εισόδημα και το φύλο, ενώ για εκείνα τα άτομα που δεν είναι κοινωνικά ενεργά, η ύπαρξη ενός νεότερου ατόμου μέσα στην οικογένεια προωθεί την εξοικείωσή τους με το Διαδίκτυο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 Το φαινόμενο της κοινωνικής δικτύωσης

2.1 Περιγραφή φαινομένου της κοινωνικής δικτύωσης

Η καθολική εξάπλωση του Διαδικτύου τις τελευταίες δεκαετίες έχει αλλάξει τον τρόπο επικοινωνίας των ατόμων, καθώς μέσα από αυτό, οι μέθοδοι και τα μέσα που τα άτομα επικοινωνούν και ανταλλάσσουν μεταξύ τους πληροφορίες, έχουν σημειώσει ραγδαία εξέλιξη. Η κοινωνική δικτύωση, σίγουρα αποτελεί έναν όρο ο οποίος χρησιμοποιείται ευρέως, χωρίς ωστόσο να γίνεται σαφής και πλήρως κατανοητή από όλους η σημασία του. Η έννοια της κοινωνικής δικτύωσης έχει πολύπλοκη σημασία και αποτυπώνει βασικές τάσεις και ανάγκες της ανθρώπινης φύσης, οι οποίες υπάρχουν από την αρχή της ύπαρξης των ανθρώπινων κοινωνιών.

Από τις αρχές της δεκαετίας του '90, η επικοινωνία των ανθρώπων άλλαξε όχι μόνο μορφή αλλά και περιεχόμενο. Ο Παγκόσμιος ιστός προώθησε την επικοινωνία και τη διακίνηση των πληροφοριών, ανεξαρτήτου απόστασης, σε στιγμιαίο χρόνο, με αποτέλεσμα όχι μόνο να επιφέρει κομβικές αλλαγές στην καθημερινή επαφή των ατόμων αλλά και να δημιουργήσει ολοένα και περισσότερες δυνατότητες αλλά και ανάγκες.

Εξέχουσα σημασία και πρωτεύοντα ρόλο στην καθιέρωση και ενσωμάτωση των αλλαγών αυτών κατείχαν τα διαδικτυακά κοινωνικά μέσα και οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης και διαμοίρασης περιεχομένου. Στο σημείο αυτό, θα γίνει μια απόπειρα αποσαφήνισης των εννοιών των Διαδικτυακών Κοινωνικών Μέσων και των Ιστοτόπων Κοινωνικής Δικτύωσης, καθώς πρόκειται για δυο αλληλοεπικαλυπτόμενες έννοιες, οι οποίες συχνά χρησιμοποιούνται εναλλακτικά μεταξύ τους, χωρίς όμως να ταυτίζονται απόλυτα. Στη γενική τους έννοια τα Κοινωνικά Μέσα είναι εργαλεία για τη διαμοίραση και το σχολιασμό πληροφορίας. Από την άλλη πλευρά, η Κοινωνική Δικτύωση αναφέρεται στη χρήση κοινοτήτων με απώτερο στόχο τη σύνδεση με άλλα άτομα. Με αυτό τον τρόπο, συχνά τα Κοινωνικά Μέσα χρησιμοποιούνται για τη διευκόλυνση της Κοινωνικής Δικτύωσης αλλά και το αντίστροφο. Όπως υποστήριξε και ο Lon S. Cohen, «Τα κοινωνικά μέσα μπορούν να θεωρηθούν ως μια στρατηγική

και μέσο μετάδοσης, ενώ η Κοινωνική Δικτύωση είναι ένα εργαλείο σύνδεσης με άλλους»¹¹.

Καθημερινά ο αριθμός των νέων μελών των κοινωνικών μέσων αυξάνεται και οι επισκέψεις πολλαπλασιάζονται. Όσο το Διαδίκτυο γίνεται πιο προσιτό στους ανθρώπους, ανεξαρτήτου φύλου και ηλικίας, τόσο αλλάζει η επικοινωνία τους και πλέον μεταμορφώνεται σε μια καινούργια ανάγκη, που ολοένα γίνεται μια αγαπημένη συνήθεια. Η κοινωνική δικτύωση επεκτείνεται και σε μεγαλύτερες ηλικίες και εντάσσεται πλέον στη ζωή όλων. Το 1978, περίπου 10 έτη μετά τις πρώτες προσπάθειες δικτύωσης ηλεκτρονικών υπολογιστών, διατυπώθηκε για πρώτη φορά η σκέψη της αξιοποίησης των δικτύων ως μέσου για την προαγωγή της κοινωνικής αλληλεπίδρασης. Οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης ή αλλιώς τα online (ηλεκτρονικά) κοινωνικά δίκτυα, στη μορφή που γνωρίζουμε σήμερα άρχισαν να εμφανίζονται από το 2002, με πρώτο το Friendster και στη συνέχεια ακολούθησαν το MySpace, το LinkedIn, το Bebo, το Facebook, το Twitter κ.ά. Αυτές οι ιστοσελίδες επιτρέπουν στα άτομα να παρουσιάσουν τους εαυτούς τους, να αναπτύξουν την κοινωνική τους δικτύωση, καθώς και να δημιουργήσουν ή να διατηρήσουν συνδέσεις με άλλους χρήστες. Η ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης όμως που ξεχώρισε ανάμεσα στις άλλες είναι το Facebook. Με 132 εκατομμύρια χρήστες, τον Ιούνιο του 2008, και 200% μέση ετήσια αύξηση εγγραφών το Facebook είναι αναμφισβήτητα η δημοφιλέστερη ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης.

Τα τελευταία χρόνια έχει παρατηρηθεί ότι οι επιχειρήσεις όλο και πιο συχνά υιοθετούν την κοινωνική δικτύωση για να εμπλέξουν τους πελάτες τους στο σχεδιασμό και την παροχή νέων και πιο αποτελεσματικών προϊόντων και υπηρεσιών, με κεντρικό γνώμονα ο πελάτης να βρίσκεται στο επίκεντρο, καθώς και να προάγεται η ενεργότερη συμμετοχή των καταναλωτών στις αποφάσεις που τους αφορούν άμεσα. Η φιλοσοφία των ιστοτόπων κοινωνικής δικτύωσης στηρίζεται στη διασύνδεση μεταξύ των επισκεπτών τους και στην από κοινού δημιουργία και συντήρηση του περιεχομένου τους. Ειδικότερα, οι χρήστες δηλώνουν στο σύστημα τα στοιχεία τους και κάποια γενικότερα στοιχεία για τον εαυτό τους, τα οποία αποτελούν το «προφίλ» του χρήστη και δημιουργούν προσωπικές σελίδες των οποίων έχουν την αποκλειστική ευθύνη διαχείρισης. Κάθε χρήστης έχει τη δυνατότητα να συνδεθεί με

¹¹ Cohen, L., *Is There a Difference Between Social Media And Social Networking?*, March 2009, <http://cohenside.blogspot.com/2009/03/is-there-difference-between-social.html>, (πρόσβαση 13/4/2011).

κάποιον άλλον αν δηλώσει στον ιστότοπο ότι είναι «φίλος» του, με την προϋπόθεση ο άλλος χρήστης να αποδεχθεί τη δήλωση αυτή. Με αυτό το τρόπο αποκτούν πρόσβαση ο ένας στο προσωπικό χώρο του άλλου.

Οι χρήστες μπορεί να επεκτείνουν διαρκώς το δίκτυο των γνωριμιών τους δημιουργώντας συνδέσεις με φίλους των φίλων τους ή με άλλους ανθρώπους με κοινά ενδιαφέροντα. Τα κοινωνικά δίκτυα στηρίζονται στο πρότυπο του λεγόμενου «κύκλου εμπιστοσύνης» και η ταυτοποίηση ενός χρήστη δεν γίνεται πλέον μόνο μέσα από τα στοιχεία που ο ίδιος δηλώνει αλλά και από τα στοιχεία που αντλεί κανείς μέσα από τους φίλους του. Το μέγεθος και η συχνότητα με την οποία κανείς επισκέπτεται και χρησιμοποιεί τον προσωπικό του ιστότοπο σχετίζεται με την προσωπικότητα του κάθε χρήστη, τον ελεύθερο του χρόνο, καθώς και τις ανάγκες του.

Εάν κάποιος έχει μια συγκεκριμένη ασχολία ή ενδιαφέροντα, είναι εύκολο να συναντηθεί και να επικοινωνήσει με ανθρώπους που μοιράζονται αυτά τα ενδιαφέροντα ή έχουν παρόμοια χαρακτηριστικά με εκείνον. Επίσης, μπορεί να συναντήσει ανθρώπους που βρίσκονται στην ίδια επιχειρηματική δραστηριότητα με εκείνον ή μπορεί να συναντήσει ακόμη και δυνητικούς πελάτες και να αναπτύξει μια μεγάλη πελατειακή βάση. Του δίνεται επίσης η δυνατότητα να έλθει σε επαφή με ανθρώπους από όλο τον κόσμο, έτσι κάποιος που είναι κοινωνικά δικτυωμένος ενεργά, μπορεί να μάθει νέες γλώσσες, νέες κουλτούρες, ακόμα και να αποκτήσει νέα ενδιαφέροντα. Κάποιο κοινωνικά δικτυωμένο άτομο, που επιθυμεί να αποκτήσει νέους φίλους ή να έρθει σε επαφή με ένα συγκεκριμένο πολιτισμό, γνωρίζει όχι μόνο καινούργιες προσωπικότητες, αλλά και καινούργιες χώρες.

Τα κοινωνικά δίκτυα ως έννοια δεν είναι καινούρια καθώς η κοινωνική δικτύωση (social networking), δηλαδή η τακτική των ατόμων να συμμετέχουν σε κοινωνικά δίκτυα και να διευρύνουν έτσι τον αριθμό των κοινωνικών ή των επιχειρηματικών επαφών τους διαμέσου ατομικών διασυνδέσεων, λαμβάνει χώρα από τότε που υπάρχουν οι κοινωνίες. Ανεξάρτητα από τη χρήση του Διαδικτύου, το κάθε άτομο μπορούσε να αποτελεί μέλος συγκεκριμένων ομάδων και να διευρύνει τις διασυνδέσεις του με άλλα άτομα μέσω εκφάνσεων της προσωπικής του ζωής όπως η εργασία, το πανεπιστήμιο, το σχολείο και άλλων κοινωνικών των δραστηριοτήτων. Ωστόσο, το απaráμιλλο δυναμικό του Διαδικτύου στο να προωθεί τέτοιες διασυνδέσεις, έδωσε άλλη διάσταση στην κοινωνική δικτύωση και στα κοινωνικά δίκτυα, με συνέπεια η διαδικτυακή τους μορφή να αποτελεί το καινούριο επικοινωνιακό φαινόμενο των καιρών μας. Τα κοινωνικά δίκτυα συνιστούν πλέον

αναπόσπαστο στοιχείο της σύγχρονης ζωής και αποτελούν ένα αποτελεσματικό τρόπο επικοινωνίας και διαμοίρασης πληροφορίας, καθώς χρησιμοποιούνται από εκατομμύρια ανθρώπους σε καθημερινή βάση. Όμως γιατί τα άτομα χρησιμοποιούν τις ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης; Ποιός είναι τελικά ο βαθύτερος λόγος που τα άτομα είναι ενεργά κοινωνικά δικτυωμένα; Ενδιαφέρουσα σχετικά με αυτή τη προβληματική εμφανίζεται η εμπειρική έρευνα των Kvn-Yu Lin et al.¹², του Εθνικού Πανεπιστημίου Επιστήμης και Τεχνολογίας της Ταϊβαν, που διερεύνησε τους χρήστες του Facebook, που σύμφωνα με το Alexa.com (2010) είναι το τρίτο πιο διαδεδομένο κοινωνικό δίκτυο στη Ταϊβαν. Η συγκεκριμένη έρευνα διεξάχθηκε σε 402 άτομα με σκοπό να διερευνηθούν οι παράγοντες που επηρεάζουν αυτή τη τόσο διαδεδομένη χρήση. Τα αποτελέσματα της έρευνας προέκυψαν από Ανάλυση κατά συστάδες (Cluster Analysis) και οδηγούν στο συμπέρασμα ότι η ψυχαγωγία που προσφέρουν τα κοινωνικά δίκτυα, είναι ο βασικότερος παράγοντας που επηρεάζει τη χρήση των δικτύων και μετά ακολουθεί η χρησιμότητα των πληροφοριών που προσφέρουν.

Ο όρος κοινωνικό δίκτυο (social network), κατ' εξοχήν κοινωνικός όρος, αποτυπώνει την κοινωνική δομή που στη βασική της θεώρηση αποτελείται από κόμβους (nodes) και ακμές-δεσμούς (ties) μεταξύ των κόμβων. Οι κόμβοι μπορεί να είναι άνθρωποι ή οργανισμοί και οι ακμές-δεσμοί μπορεί να είναι κάθε είδους σχέση μεταξύ των κόμβων, αλλά και κάθε είδους αλληλεξάρτηση. Τέτοιες αλληλεξαρτήσεις μπορεί να είναι κοινές αξίες, οράματα ή ιδέες, οικονομικές συναλλαγές, φιλίες, συγγένειες, αντιπάθειες, αντιπαραθέσεις, εμπορικές σχέσεις, διαδικτυακές διασυνδέσεις, σεξουαλικές σχέσεις, μεταφορά ασθενειών, ή ακόμη και αεροπορικές διαδρομές¹³. Και ενώ τα κοινωνικά δίκτυα είναι γραφήματα ανθρώπων, οι ακμές των οποίων συνδέουν φίλους, τα online ή αλλιώς διαδικτυακά κοινωνικά δίκτυα που μελετάμε αφορούν στα γνωστά κοινωνικά δίκτυα, τα οποία φιλοξενούνται σε κάποιον ιστότοπο. Η διαδικτυακή φιλία αντιπροσωπεύει την ύπαρξη κοινών ενδιαφερόντων και εμπιστοσύνης μεταξύ των χρηστών. Μάλιστα μια βασική τους διαφορά με τα

¹² Kuan-Yu Lin, His-Peng Lu, «Why people use social networking sites: an empirical study integrating network externalities and motivation theory», *Computers in Human Behavior*, National Taiwan University of Science and Technology, Department of Information Management, vol. 27 2011, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563210003766>, 1152-1161 (πρόσβαση 18/4/2011).

¹³ Freeman, L., *The Development of Social Network Analysis*. Vancouver (Empirical Press) 2004, <http://aris.ss.uci.edu/~lin/book.pdf>, (πρόσβαση στις 31/2/2011).

offline (μη διαδικτυακά) κοινωνικά δίκτυα, είναι ότι οι διαδικτυακοί φίλοι δεν είναι απαραίτητο να έχουν συναντηθεί¹⁴. Τα κοινωνικά δίκτυα είναι γνωστά από τις διάφορες εφαρμογές τους και κυρίως το Facebook, το MySpace, το Twitter και το LinkedIn.

Η Κοινωνική Δικτύωση συνδέεται άμεσα με τα ιστολόγια, τα οποία είναι διαδικτυακά ημερολόγια, τα οποία περιλαμβάνουν κυρίως ποικίλες καταχωρήσεις ή άρθρα (κείμενα, ήχους, φωτογραφίες, σκίτσα, βίντεο), συνήθως ενός συγγραφέα ή και περισσότερων. Επίσης, πρόκειται για καταχωρήσεις (σκέψεις, σκόρπιες ιδέες, σχολιασμούς γεγονότων, απόψεις και ειδήσεις), που παρουσιάζονται κατά χρονολογική σειρά, έτσι ώστε οι πιο πρόσφατες προσθήκες να παρουσιάζονται πρώτες. Έκαναν την εμφάνισή τους για πρώτη φορά στα τέλη του 1997 στις Η.Π.Α. και αποτελούν μια εξελιγμένη μορφή των γνωστών μας «προσωπικών ιστοσελίδων» και γιορτάζουν σήμερα τα δεκατέσσερα χρόνια ζωής τους στο κυβερνοχώρο. Η λέξη ιστολόγιο, προέρχεται από τη σύντμηση των λέξεων web (=ιστός) και log (= όρος που χρησιμοποιείται για να χαρακτηρίσει μια μεμονωμένη χρονολογημένη εγγραφή, συνήθως σε ημερολόγια).

2.2 Περιγραφή δικτύων κοινωνικής δικτύωσης.

Οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης (social networks sites), στη μορφή που τις γνωρίζουμε σήμερα, έκαναν την εμφάνισή τους το 2002, προσφέροντας πολλαπλούς τρόπους επικοινωνίας και διαδράσεως στους εγγεγραμμένους χρήστες τους μέσω της δημιουργίας προσωπικών προφίλ. Οι υπηρεσίες αυτές, δίνουν τη δυνατότητα στους χρήστες τους, να δημοσιοποιούν και να μοιράζονται προσωπικές πληροφορίες με άλλες ομάδες χρηστών, με δική τους πάντα προσωπική πρωτοβουλία και επιλογή.

Τα κοινωνικά δίκτυα ορίζονται ως οι κοινωνικές σχέσεις που περιβάλλουν ένα άτομο, τα χαρακτηριστικά τους και ο τρόπος με τον οποίο τα άτομα αντιλαμβάνονται και αξιολογούν τις εν λόγω σχέσεις. Τα κοινωνικά δίκτυα χαρακτηρίζονται από το μέγεθός τους, την πυκνότητα (συνδετικότητα μεταξύ των μελών), το δέσιμο, την ομοιογένεια, τη συχνότητα επαφής μεταξύ των μελών, τη διάρκεια και την

¹⁴ Mislove, A., Druschel, P., Marcon, M., Bhattacharjee, B. & Gummadi, K.P. *Measurement and Analysis of Online Social Networks.*, San Diego, California, USA, 2007, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.109.4432&rep=rep1 &type=pdf>, (πρόσβαση 12/1/2011).

αμοιβαιότητα¹⁵. Η συναισθηματική, ψυχολογική ή οικονομική στήριξη που μπορούν να αντλήσουν τα άτομα μέσω των κοινωνικών τους δικτύων είναι η κοινωνική στήριξη. Η έλλειψη κοινωνικής στήριξης και ο αποκλεισμός από τα δίκτυα θεωρείται ότι μειώνει τις δυνατότητες των ατόμων να αντιμετωπίσουν το άγχος, να αποκτήσουν κοινωνική ταυτότητα, να λάβουν συναισθηματική στήριξη ή υλική βοήθεια και να αποκτήσουν πρόσβαση σε υπηρεσίες και πληροφορίες¹⁶. Από την άλλη πλευρά, η ύπαρξη κοινωνικής στήριξης έχει συνδεθεί με παράγοντες που επηρεάζουν την ποιότητα ζωής, όπως η ικανοποίηση από τη ζωή και η αίσθηση ευημερίας¹⁷.

Σύμφωνα με τον καθηγητή Χτούρη (Καθηγητή Κοινωνιολογίας του Πανεπιστημίου Αιγαίου) ως κοινωνικά δίκτυα μπορούν να οριστούν τα «πολυδιάστατα συστήματα επικοινωνίας και διαμόρφωσης της ανθρώπινης πρακτικής και της κοινωνικής ταυτότητας»¹⁸. Οι Walker, MacBride, and Vachon, όρισαν ως κοινωνικό δίκτυο το άθροισμα των προσωπικών επαφών μέσω των οποίων το άτομο διατηρεί την κοινωνική του ταυτότητα, λαμβάνει συναισθηματική υποστήριξη, υλική ενίσχυση και συμμετοχή στις υπηρεσίες, έχει πρόσβαση στις πληροφορίες και δημιουργεί νέες κοινωνικές επαφές¹⁹. Τα κοινωνικά δίκτυα συνήθως αποτελούνται από τα μέλη της οικογένειας, τους φίλους και τους γνωστούς και περιλαμβάνουν τρεις κρίσιμες έννοιες, όπως το μέγεθος ή το εύρος, το οποίο αναφέρεται στον αριθμό των ατόμων που συμμετέχουν στο δίκτυο, τη σύνθεση που αφορά στο ποσοστό συμμετοχής στο δίκτυο μελών της ευρύτερης οικογένειας ή φίλων και τη συχνότητα που δηλώνει το πόσο συχνά τα μέλη ενός κοινωνικού δικτύου αλληλεπιδρούν μεταξύ τους²⁰.

Η αποφασιστική διείδυση αυτών των υπηρεσιών στην καθημερινή μας ζωή είναι αρκετά έντονη και γίνεται εμφανής, καθώς αποσκοπούν στη δημιουργία

¹⁵ Berkman, L.F. and Glass, T. *Social integration, social networks, social support and health*. στο Berkman LF. and Kawachi I., *Social Epidemiology* Oxford (Oxford University Press) 2000.

¹⁶ Walker, K.N. & MacBride, A. & Vachon, M.L.S., «Social support networks and the crisis of bereavement», *Social Science and Medicine*, vol. 11, issue 1, Elsevier Science Ltd, January 1977, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0037785677901433>, 35-41 (πρόσβαση στις 19/02/2011).

¹⁷ Breeze E., Grundy C., Fletcher A., *Inequalities in quality of life among people aged 75 years and over in Great Britain*, London School of Hygiene and Tropical Medicine, April 2001.

¹⁸ Χτούρης Σ., *Ορθολογικά Συμβολικά Δίκτυα*, Αθήνα (Νήσος) 2004.

¹⁹ Walker, K.N. & MacBride, A. & Vachon, M.L.S., «Social support networks and the crisis of bereavement», *Social Science and Medicine*, vol. 11, issue 1, Elsevier Science Ltd, January 1977, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0037785677901433>, 35-41 (πρόσβαση στις 19/02/2011).

²⁰ Παπάνης Ε., *Κοινωνικό Κεφάλαιο και Κοινωνικά Δίκτυα. Ελληνική Κοινωνική Έρευνα*, Greek Social Research, 2007, <http://epapanis.blogspot.com>, (πρόσβαση στις 02/02/2011).

διαδουκτιακών κοινουτήτων, που αλλάζουν τη ζωή των ατόμων με ταχύτατους ρυθμούς. Όλα τα παραπάνω απορρέουν από το γεγονός ότι πριν την εμφάνιση των εν λόγω δικτύων ο χρήστης του Διαδικτύου χρησιμοποιούσε άλλο διαδικτυακό τόπο για την ηλεκτρονική του επικοινωνία, άλλο για την ελεύθερη έκφραση των απόψεών του, άλλο για να συνομιλεί ζωντανά με τους φίλους και γνωστούς του, άλλο για να ενημερώνεται και άλλο για να διασκεδάζει, ενώ με τις νέες και ευρύτερα αναπτυγμένες υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης, ο χρήστης μπορεί να βρει όλες αυτές τις υπηρεσίες συνδυασμένες σε μια υπηρεσία, όπως είναι το Facebook και το Twitter. Οι νέες υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης, αποτελούν αδιαμφισβήτητα μια νέα μορφή κοινωνικοποίησης και επικοινωνίας των ατόμων μέσα σε μια κοινωνία σήμερα.

Όλες οι υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης συγκεντρώνουν κάποια κοινά χαρακτηριστικά, οι χρήστες τους καλούνται να παράσχουν προσωπικά στοιχεία, με σκοπό τη δημιουργία μιας περιγραφής του εαυτού τους ή του λεγόμενου «προφίλ» τους. Επίσης, όλες οι υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης, διαθέτουν εργαλεία, τα οποία δίνουν τη δυνατότητα στους χρήστες να δημοσιεύουν το δικό τους υλικό, όπως προσωπικές μουσικές προτιμήσεις, προσωπικές φωτογραφίες, μια καταχώρηση ημερολογίου και πολλά άλλα. Επιπροσθέτα, διαθέτουν και άλλα εργαλεία τα οποία καθιστούν δυνατή την κοινωνική δικτύωση, η χρήση των οποίων παρέχει έναν ευρή κατάλογο επαφών, με τους οποίους οι χρήστες μπορούν να επικοινωνήσουν. Τέλος, οι συμβαλλόμενες με τις υπηρεσίες κοινωνικής δικτύωσης υπηρεσίες μπορούν να κατασκευάσουν εφαρμογές σε κάθε κοινωνικό ιστότοπο, τις οποίες μπορεί να στέλνει ο ένας χρήστης στον άλλο, οι οποίες συλλέγουν δεδομένα για απροσδιόριστους προς το παρόν σκοπούς. Ωστόσο, ιδιαίτερη έμφαση θα πρέπει να δοθεί, στο ότι στα πλαίσια της έννοιας της κοινωνικής δικτύωσης εντάσσεται και μία άλλη τάση των ατόμων, αυτή της ομαδοποίησής τους σε συγκεκριμένες ομάδες, των οποίων τα μέλη συνδέονται μεταξύ τους και ταυτόχρονα διαχωρίζονται από το υπόλοιπο σύνολο με διάφορα κριτήρια όπως κοινό τόπο κατοικίας, κοινό τόπο εργασίας, κοινό τόπο εκπαίδευσης, κοινές πεποιθήσεις, ενδιαφέροντα κ.ά.²¹.

Οι παράγοντες οι οποίοι συνέβαλαν καθοριστικά στη διάδοση αλλά και την εδραίωση των κοινωνικών δικτύων ήταν οι σύγχρονες εξελίξεις στις τεχνολογίες και κυρίως η μετεξέλιξη της μορφής του Παγκόσμιου Ιστού Πληροφοριών.

²¹ www.socialnetworking.com (πρόσβαση στις 27/3/2011).

Συγκεκριμένα, η κοινωνική δικτύωση στο Διαδίκτυο και τα κοινωνικά δίκτυα στον Παγκόσμιο Ιστό δημιουργήθηκαν και αναπτύχθηκαν μετά τη μετάβαση από το λεγόμενο Web 1.0, όπου ο χρήστης στην πραγματικότητα επισκεπτόταν σελίδες χωρίς μεγάλες δυνατότητες δικής του συνεισφοράς, στο Web 2.0. Η εξέλιξη αυτή μετέβαλε τη δομή και την ανάπτυξη του Παγκόσμιου Ιστού με πολλούς τρόπους, με τα κοινωνικά δίκτυα να συνιστούν ενδεχομένως τη σημαντικότερη αλλαγή. Ο όρος Web 2.0, χρησιμοποιείται για να περιγράψει τη νέα «έκδοση» του Παγκόσμιου Ιστού, η οποία βασίζεται στην όλο και μεγαλύτερη δυνατότητα που παρέχεται στους χρήστες του Διαδικτύου να συμμετέχουν ως «παραγωγοί» (σε αντίθεση με τους «καταναλωτές») πληροφορίας και να συνεργάζονται μεταξύ τους. Με τον όρο αυτό υπονοείται μια δυναμική διαδικτυακή πλατφόρμα στην οποία μπορούν να αλληλεπιδρούν χρήστες χωρίς εξειδικευμένες γνώσεις σε θέματα υπολογιστών και δικτύων. Η ανάπτυξη ψηφιακών κοινωνικών δικτύων είναι αποτέλεσμα των νέων δυνατοτήτων που παρέχει το Web 2.0. Αποτελούν ίσως την πλέον μαζική εφαρμογή της νέας ιδέας στην οποία μας εισάγει το Web 2.0 και έχουν τύχει ευρείας αποδοχής στις μέρες μας, σε όλα τα κοινωνικά και ηλικιακά στρώματα της κοινωνίας.

Τυπικά, μπορούμε να ορίσουμε το κοινωνικό δίκτυο ως «μια κοινωνική δομή αποτελούμενη από κόμβους (συνήθως άτομα ή επιχειρήσεις) οι οποίοι συνδέονται μεταξύ τους με έναν ή περισσότερους τύπους αλληλεξάρτησης, όπως αξίες, οράματα, ιδέες, οικονομικές συναλλαγές, φιλία, συγγένεια, αντιπάθεια, συγκρούσεις ή επιγραμμικές (web) επαφές»²². Αντίστοιχα οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να οριστούν ως «διαδικτυακές υπηρεσίες που επιτρέπουν σε άτομα να δημιουργούν ένα δημόσιο ή ημι-δημόσιο προφίλ μέσα σε ένα περιορισμένο σύστημα, να δημοσιοποιούν μια λίστα άλλων χρηστών με τους οποίους μοιράζονται μια επαφή/σχέση και να βλέπουν και να διαμοιράζονται τις λίστες των επαφών/σχέσεών τους και αυτές που δημιουργούνται από άλλους μέσα στο σύστημα»²³.

Ιδιαίτερο χαρακτηριστικό στοιχείο των κοινωνικών δικτύων αποτελεί το γεγονός ότι η ανάπτυξή τους ξεκίνησε από τους ίδιους τους χρήστες. «Τα κοινωνικά δίκτυα γεννήθηκαν από κάτω προς τα πάνω, δεν είναι προϊόν κάποιας εταιρείας και άλλαξαν

²² Παπαηλιού Ν., *Κοινωνικά δίκτυα & ανάλυση κοινωνικών δικτύων. Μονάδα Διοίκησης Πληροφοριακών Συστημάτων*, Ερευνητικό Πανεπιστημιακό Ινστιτούτο Συστημάτων Επικοινωνιών και Υπολογιστών, Αθήνα (ΕΠΙΣΕΥ) 2007.

²³ Boyd, D. M., Ellison, N. B., «Social network sites: definition, history, and scholarship», *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol 13, issue 1, 2008 <http://www.mendeley.com/research/social-network-sites-definition-history-scholarship-11>, 210-230 (πρόσβαση στις 10/04/2011).

το Διαδίκτυο ποικιλοτρόπως», εξηγεί ο Δρ. Γιώργος Μητακίδης, καθηγητής του Πανεπιστημίου Πατρών και επικεφαλής του RISEPTIS-Research and Innovation for Security, Privacy and Trustworthiness in the Information Society²⁴. Εκτενέστερα, στη συνέχεια θα αναφερθούμε στους δυο πιο διαδεδομένους κοινωνικούς ιστότοπους στη χώρα, το Facebook και το Twitter.

Η δημοτικότητα των κοινωνικών δικτύων στη σημερινή πραγματικότητα τόσο σε διεθνές όσο και σε ελληνικό επίπεδο είναι ιδιαίτερα υψηλή. Η έμφυτη ανάγκη επικοινωνίας του ατόμου με τους ομοίους του, έχει βρει διέξοδο στη σύγχρονη ηλεκτρονική κοινωνία μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα, που αποτελούν πλέον μέρος μιας πραγματικότητας που θα φάνταζε απίθανη πριν από κάποια χρόνια. Έτσι, η ανάπτυξη αυτών των δικτύων μεγαλώνει μέρα με την μέρα, ακολουθώντας το σύγχρονο τρόπο ζωής. Ενδεικτικά είναι τα στοιχεία: οι ενεργοί χρήστες στο Facebook είχαν ξεπεράσει τα 400 εκατομμύρια το 2009 και τα 600 εκατομμύρια το 2011 (για την Ελλάδα το νούμερο πλησιάζει το 1 εκατομμύριο το 2009 και ξεπερνά τα 3 εκατομμύρια το 2011), ενώ σύμφωνα με μελέτη (Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, Μάιος 2009) το ένα στα δύο παιδιά ηλικίας 8-15 ετών έχει λογαριασμό σε μια από τις δημοφιλείς ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης (όπως hi5, Facebook, MySpace, κ.ά.)²⁵.

²⁴ Αθανάσαινας Π., *Τα κοινωνικά δίκτυα στο επίκεντρο της εξέλιξης του Ιστού*, Αθήνα 2007 <http://portal.kathimerini.gr>, (πρόσβαση στις 05/01/2011).

²⁵ Βίγκλας Λ., Ιωαννίδου Α., Μάτος Α., Σπυρόπουλος Χ., *Ανάλυση αποτελεσμάτων έρευνας για τη χρήση των νέων τεχνολογιών από τα παιδιά 8-15 ετών*, Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, Αθήνα 2009, <http://www.observatory.gr/files/meletes> (πρόσβαση 10/2/2011).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 Τα πιο διαδεδομένα κοινωνικά δίκτυα

3.1 Το Facebook



Το facebook είναι ένας ιστοχώρος κοινωνικής δικτύωσης που για πρώτη φορά έκανε την εμφάνισή του στις 4 Φεβρουαρίου του 2004. Οι χρήστες του μπορούν να επικοινωνούν μέσω μηνυμάτων με τις επαφές τους και να τις ειδοποιούν όταν ανανεώνουν τις προσωπικές τους πληροφορίες.

Ο συγκεκριμένος ιστοχώρος, ιδρύθηκε από το διάσημο πλέον Μαρκ Ζάκερμπεργκ, ο οποίος ήταν τότε φοιτητής του πανεπιστημίου Harvard. Στην αρχή, μόνο οι φοιτητές του συγκεκριμένου πανεπιστημίου είχαν το δικαίωμα συμμετοχής στο συγκεκριμένο κοινωνικό δίκτυο, ενώ αργότερα το δικαίωμα συμμετοχής επεκτάθηκε για όλους τους σπουδαστές πανεπιστημίων. Στη συνέχεια δόθηκε το δικαίωμα στους μαθητές σχολείων και στο τέλος σε κάθε άνθρωπο του πλανήτη που η ηλικία του ξεπερνούσε τα 13 χρόνια. Το όνομα της ιστοσελίδας προέρχεται από τα έγγραφα παρουσίασης των μελών πανεπιστημιακών κοινοτήτων μερικών αμερικάνικων κολεγίων που χρησιμοποιούσαν οι νεοεισερχόμενοι σπουδαστές για να γνωριστούν μεταξύ τους.

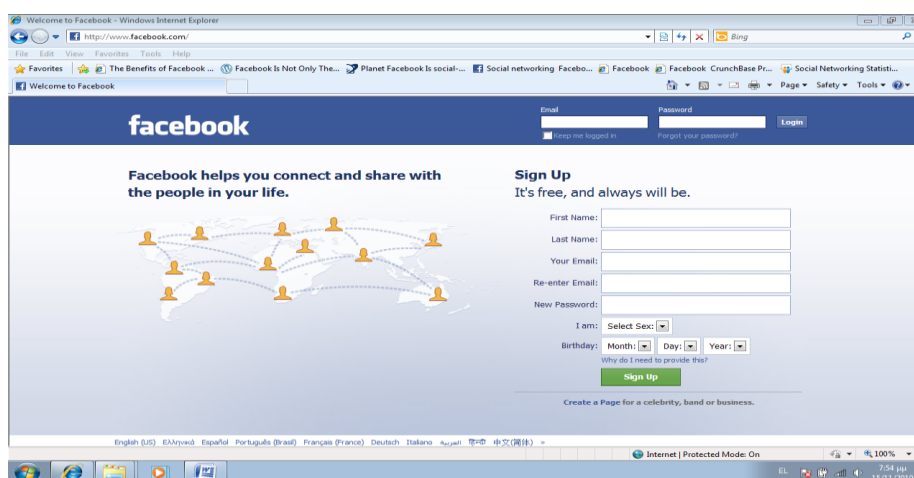
Παγκοσμίως, το facebook σήμερα συγκεντρώνει 662.894.940 χρήστες και οι τρεις χώρες στις οποίες τα ποσοστά χρηστών είναι εξαιρετικά μεγάλα είναι, οι Η.Π.Α., 150.055.580 χρήστες, η Ινδονησία, 36.358.100 χρήστες και το Ηνωμένο Βασίλειο, 28.882.260 χρήστες²⁶. Στην πραγματικότητα έχει 500 περίπου εκατομμύρια ενεργούς χρήστες και κατατάσσεται στη λίστα ταξινόμησης του Alexa (Internet Information Provider) ως ένα από τα δημοφιλέστερα website του πλανήτη, η πιο δημοφιλής κοινωνική περιοχή δικτύωσης σε πολλές αγγλόφωνες χώρες και ένα από τα δημοφιλέστερα site για ανέβασμα φωτογραφιών με πάνω από 14 εκατομμύρια

²⁶ <http://www.socialbakers.com>

φωτογραφίες καθημερινά. Επίσης, μέσω της υπηρεσίας του online chat οι χρήστες έχουν την ευκαιρία να συνομιλούν ζωντανά μεταξύ τους και όταν δεν είναι ενεργοί, μπορούν να στέλνουν προσωπικά μηνύματα (messages).

Στη συγκεκριμένη σελίδα κοινωνικής δικτύωσης όποιος επιθυμεί μπορεί να γίνει μέλος και να χρησιμοποιεί καθημερινά τις υπηρεσίες διασύνδεσης που προσφέρει χωρίς κάποιο χρηματικό κόστος, αρκεί να συμπληρώσει κάποια προσωπικά του στοιχεία, όπως το όνομά του (που μπορεί να μην είναι το πραγματικό του αλλά κάποιο ψευδώνυμο) την ηλεκτρονική του διεύθυνση (e-mail), την ημερομηνία γέννησής του και έναν κωδικό αριθμό τον οποίο μόνο εκείνος θα γνωρίζει, ώστε να έχει μόνο εκείνος πρόσβαση στα επιμέρους στοιχεία της προσωπικής του πλέον ιστοσελίδας, του προσωπικού του προφίλ.

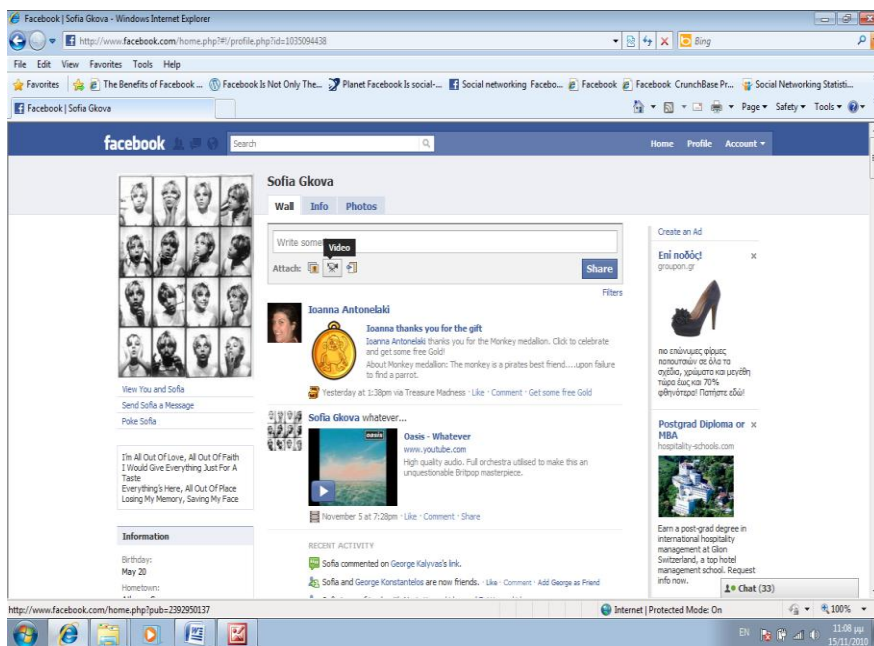
Με το προφίλ αυτό, θα έχει τη δυνατότητα ο χρήστης να συνδεθεί αλλά και να επανασυνδεθεί με παλαιούς φίλους, καθώς και τη δυνατότητα ανεύρεσης καινούργιων επαφών, η οποία εμφανίζεται ως αρκετά δελεαστική στις μέρες μας. Η «φόρμα» που πρέπει να συμπληρώσει ο νέος χρήστης απεικονίζεται στην Εικόνα 1.



Εικόνα1 Φόρμα συμπλήρωσης στοιχείων εγγραφής στο Facebook



Εικόνα 2 Επεξηγηματικές Πληροφορίες για το Facebook ως τρόπο κοινωνικής δικτύωσης
Ένα παράδειγμα ενός facebook προφίλ εμφανίζεται στην Εικόνα 3.



Εικόνα 3 Ένα τυχαίο προφίλ στο Facebook

Μέσα από ένα ολοκληρωμένο προφίλ στον προκείμενο ιστότοπο κοινωνικής δικτύωσης επιτυγχάνεται μια πλήρης σκιαγράφηση του υποκειμένου των δεδομένων, καθώς συλλέγονται πολλές πληροφορίες, όπως όνομα, ημερονηνία γέννησης, πολιτικές και θρησκευτικές πεποιθήσεις, στοιχεία επικοινωνίας όπως προσωπικός αριθμός τηλεφώνου, φύλο, προσωπική κατάσταση, αγαπημένα βιβλία και ταινίες,

ιστορικό εκπαίδευσης και επαγγελματικής εμπειρίας και σαφώς μια φωτογραφία του χρήστη. Πρέπει όμως να σημειωθεί πως τα περισσότερα από αυτά τα στοιχεία συμπληρώνονται προαιρετικά από το χρήστη και μόνο όταν εκείνος το επιθυμεί. Μέσω του κοινωνικού δικτύου facebook, ένας χρήστης δεν έχει μόνο τη δυνατότητα να επικοινωνεί και να ανταλλάσει πληροφορίες με φίλους ή γνωστούς μόνο από την «πραγματική» του ζωή αλλά και να αποκτά καινούργιους «διαδικτυακούς» φίλους με τους οποίους μπορεί να έρχεται σε επαφή και να μοιράζεται δεδομένα.

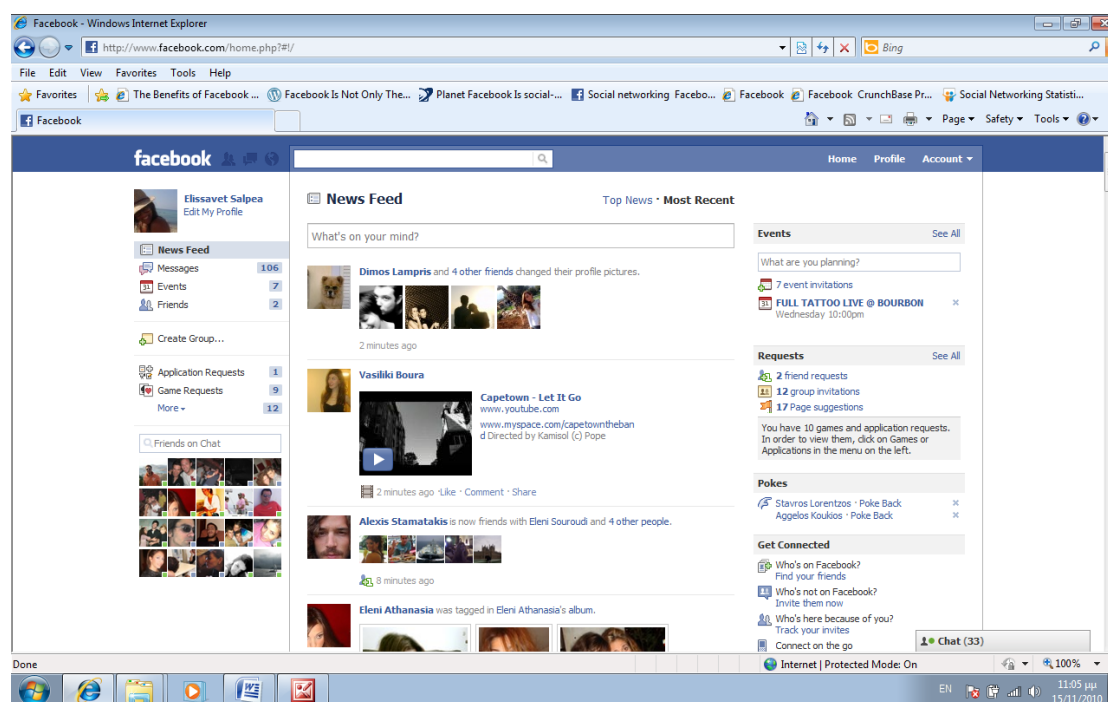
Το συγκεκριμένο κοινωνικό δίκτυο δίνει την ευχέρεια επιλογής στους χρήστες για το ποια από τα στοιχεία τους, όπως για παράδειγμα οι προσωπικές τους φωτογραφίες ή το καθημερινό τους status, δηλαδή η επιλογή του facebook, με την οποία ο χρήστης ενημερώνει τους «φίλους» του για τις προσωπικές του σκέψεις ή τη διάθεσή του, θα γίνονται ευρέως γνωστά σε όλους ή μόνο σε ορισμένους. Υπάρχει η δυνατότητα δηλαδή να δημιουργηθούν ομάδες «φίλων», πιο άμεσων και εκείνων που ανήκουν στον ευρύτερο κοινωνικό περίγυρο του χρήστη. Το ίδιο μπορεί να συμβεί σε οποιοδήποτε στοιχείο του χρήστη ή προσωπικό του δεδομένο. Γενικότερα, το συγκεκριμένο δίκτυο έχει αρκετές επιλογές σχετικά με το ζήτημα της ασφάλειας των προφίλ των χρηστών, ακριβώς γιατί οι σχέσεις των ατόμων που είναι «φίλοι» στο facebook μπορεί στην πραγματικότητα να μην είναι τόσο στενές (μπορεί οι «φίλοι» να μην γνωρίζονται προσωπικά αλλά ο ένας να έχει το δικαίωμα πλοήγησης στο προφίλ του άλλου). Το facebook ουσιαστικά δεν προσφέρει μόνο «δωρεάν» επικοινωνία στα άτομα που έχουν αναπτύξει μια προσωπική σχέση μεταξύ τους, αλλά και δημιουργεί ενεργές διαδικτυακές σχέσεις μεταξύ ατόμων που ενδεχομένως να μην συναντηθούν ποτέ από κοντά.

Με το πέρασμα του χρόνου το facebook αποκτά όλο και περισσότερες υπηρεσίες όπως διαδικτυακά παιχνίδια που μπορούν να παίζουν οι χρήστες μεταξύ τους, όταν βρίσκονται συνδεδεμένοι. Τους τελευταίους έξι μήνες, δίνεται η δυνατότητα στο χρήστη να ενημερωθεί σχετικά με τη «φιλία» που έχει αποκτήσει κάποιος «φίλος» του με κάποιον άλλο χρήστη, ακόμη και αν ο τελευταίος δεν ανήκει στους δικούς του «φίλους», με την ένδειξη *see friendship* (δες τη φιλία). Στην πραγματικότητα, μπορεί να ενημερωθεί για τα μεταξύ τους σχόλια, καθώς και ανταλλαγές βίντεο ή φωτογραφιών. Μια ακόμη νέα υπηρεσία του, είναι πως οι χρήστες πλέον μπορούν να ενημερώνουν τους «φίλους» του για το πού είναι κάθε στιγμή, όταν βρίσκονται συνδεδεμένοι, μέσω φορητού υπολογιστή ή smartphone. Οι χρήστες του,

κατατάσσονται σε ομάδες, τα λεγόμενα groups, δείχνοντας πως έχουν κοινά πιστεύω ή ενδιαφέροντα.

Επίσης, το facebook παρέχει τη διαρκή ενημέρωση των χρηστών για τα νέα των φίλων τους, σε εικοσιτετράωρη βάση, μέσω μιας υπηρεσίας που ονομάζεται *news feed* και δεν βρίσκεται στο προφίλ του χρήστη αλλά στη σελίδα με το όνομα *home* που εμπεριέχεται ως επιλογή της ιστοσελίδας, στην οποία εμφανίζονται σχεδόν όλες οι υπηρεσίες που παρέχει ο συγκεκριμένος ιστότοπος, όπως παιχνίδια, ψυχολογικά τεστ, τεστ προσωπικότητας, διαφημίσεις, κ.ά.

Στην παρακάτω εικόνα φαίνεται λεπτομερώς μια εικόνα *news feed* (νέων των «φίλων») (Εικόνα 4).



Εικόνα 4 News Feed στο Facebook

3.2 To Twitter



Το twitter είναι μια δωρεάν κοινωνική δικτύωση και μικρο-ιστολογιακή υπηρεσία, η οποία επιτρέπει στους χρήστες του να γράφουν σύντομα μηνύματα και να διαβάζουν τα μηνύματα άλλων χρηστών της υπηρεσίας (τα λεγόμενα ως tweets). Η υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης Twitter αποφάσισε να προχωρήσει σε ανασχεδιασμό της ιστοσελίδας της πρόσφατα. Στόχος της ήταν αρχικά να εμπλουτιστεί το περιεχόμενό της και να γίνει πιο φιλική στους άνω των 150 εκατομμύρια χρήστες της διεθνώς.



Εικόνα 5 Αρχική Σελίδα του Twitter

Σύμφωνα με τους υπευθύνους του Twitter, στην ιστοσελίδα - η οποία φέτος συμπληρώνει τέσσερα χρόνια λειτουργίας, προστίθενται καθημερινά περίπου 370.000 νέοι χρήστες από όλο τον κόσμο. Η υπηρεσία microblogging, που προσφέρει το Twitter, επιτρέπει στους χρήστες να στείλουν μικρού μήκους μηνύματα μέχρι 140 χαρακτήρες. Το Twitter επιδιώκει να παρέχει πλέον περισσότερες πληροφορίες στα μέλη του. Σε αυτό το πλαίσιο, προσφέρει ενσωματωμένα βίντεο του YouTube,

εικόνες και άλλο περιεχόμενο. Με τον τρόπο αυτό, έχει αποκτήσει πιο έντονο χαρακτήρα πηγής πληροφόρησης. Το νέο Twitter.com υλοποιείται σταδιακά σε παγκόσμια βάση. Το κοινωνικό δίκτυο προωθεί ένα νέο σύστημα διαφήμισης, σε μια προσπάθεια να αξιοποιήσει την τεράστια βάση δεδομένων των χρηστών του και να τη μετατρέψει - διακριτικά - σε μια μόνιμη πηγή εσόδων. Στο ξεκίνημά του, το Twitter έχει υποστηριχθεί χρηματοδοτικά - μεταξύ άλλων - από τις αμερικανικές επενδυτικές εταιρείες Spark Capital, Benchmark Capital, T.Rowe Price, Venture Partners. Το Twitter είναι το απόλυτο μέσο για να παραμένει κανείς συνέχεια σε επαφή με τους φίλους του, ή και άλλους που μπορεί να μη γνωρίζει προσωπικά, αλλά που τον ενδιαφέρει να μαθαίνει τα νέα τους και τις απόψεις τους. Παράλληλα, είναι και το εργαλείο για να ανακοινώνει κανείς ό,τι εκείνος επιθυμεί να μοιραστεί με τους άλλους, φίλους, γνωστούς ή και άγνωστους.

Ένα παράδειγμα ενός Twitter προφίλ φανερώνεται στην Εικόνα 6.



Εικόνα 6 Ένα Τυχαίο προφίλ του Twitter

Εξέχουσα σημασία για τη χρήση του συγκεκριμένου κοινωνικού δικτύου, κατέχει η αμερικανική μελέτη των Junco et al.²⁷, σχετικά με την επίδραση του στην πνευματική πρόοδο και τη βελτίωση των βαθμών των μαθητών. Η έρευνα αυτή πραγματοποιήθηκε σε 125 μαθητές, ώστε να διερευνηθεί η επίδραση της χρήσης του Twitter από τους μαθητές και κατά πόσο εκείνη συμβάλλει στη πρόοδό τους και τη βελτίωση των βαθμών τους. Μέσω του Twitter, παρατηρείται πως οι μαθητές ανταλλάσσουν πληροφορίες γνώσεων και συμμετέχουν σε ακαδημαϊκές συζητήσεις σχετικά με τα γνωστικά αντικείμενα που τους ενδιαφέρουν, έτσι έχουν τη δυνατότητα

²⁷ Junco R., Heiberger G., Loken E., «The effect of Twitter on college student engagement and grades», *Journal of Computer Assisted Learning*, vol 27, Blackwell Publishing Ltd, 2010 http://blog.revjunco.com/pdf/JuncoHeibergerLokenTwitter_EngagementGrades.pdf, 119-132 (πρόσβαση 22/2/2011).

να εμπλουτίζουν τις γνώσεις τους και να ενεργοποιούν τις πνευματικές τους ανησυχίες. Το πείραμα που πραγματοποιήθηκε σε αυτούς τους 125 μαθητές οδηγεί στο συμπέρασμα ότι το Twitter, έχει τη δυνατότητα να θεωρηθεί ένα εργαλείο εκπαίδευσης και μάλιστα η σωστή και όχι καταχρηστέα χρήση του, οδηγεί στην βελτίωση των βαθμών και του εκπαιδευτικού επιπέδου των μαθητών.

Το Twitter λοιπόν μπορεί να χρησιμοποιηθεί και για εκπαιδευτικούς σκοπούς και να δίνει το έναυσμα κατά τη διάρκεια διαδικτυακών συζητήσεων μεταξύ ατόμων διαφορετικού μορφωτικού και εκπαιδευτικού επιπέδου να ανταλλάσσουν πληροφορίες και να εμπλουτίζουν τις γνώσεις τους και να αποκτούν όλο και περισσότερες πνευματικές ανησυχίες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 Στατιστική ανάλυση χρηστών Facebook και Twitter

4.1 Στατιστική Ανάλυση χρηστών του Facebook στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα φαίνεται ότι η χρήση του Facebook είναι αρκετά διαδεδομένη, καθώς επίσημα καταγράφονται 3.013.520 χρήστες του, οι οποίοι αποτελούν το 28.3% του συνολικού πληθυσμού της χώρας (ΠΙΝΑΚΑΣ 4.1).

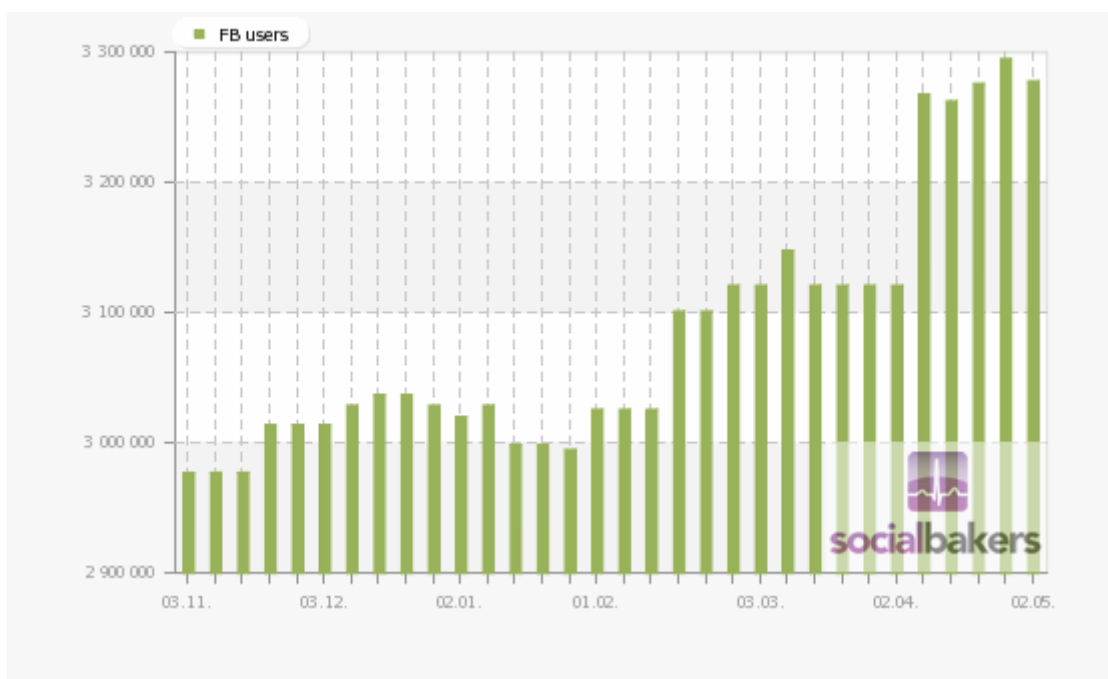
Οι χρήστες που επιλέγουν το Facebook για την ανάπτυξη της κοινωνικής τους δικτύωσης, φαίνεται να είναι τόσο άντρες, όσο και γυναίκες με μια ελαφριά υπεροχή των ανδρών (ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.3). Οι χρήστες εμφανίζονται να είναι ηλικίας 18-35 ετών στην πλειονότητά τους, ενώ εκείνοι που είναι ηλικίας 35-44 ετών έχουν παρουσιάσει μια ανοδική πορεία το τρίμηνο (Σεπτέμβριος-Νοέμβριος 2010), όπως φαίνεται και από το Διάγραμμα 4.2.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.1 Γενικός αριθμός χρηστών

Συγκριτικό Ποσοστό πληθυσμού της Ελλάδας	29,49
Ποσοστό χρηστών σε επικοινωνία online	60.63
	%
Συνολικός Αριθμός Χρηστών	3.170.240

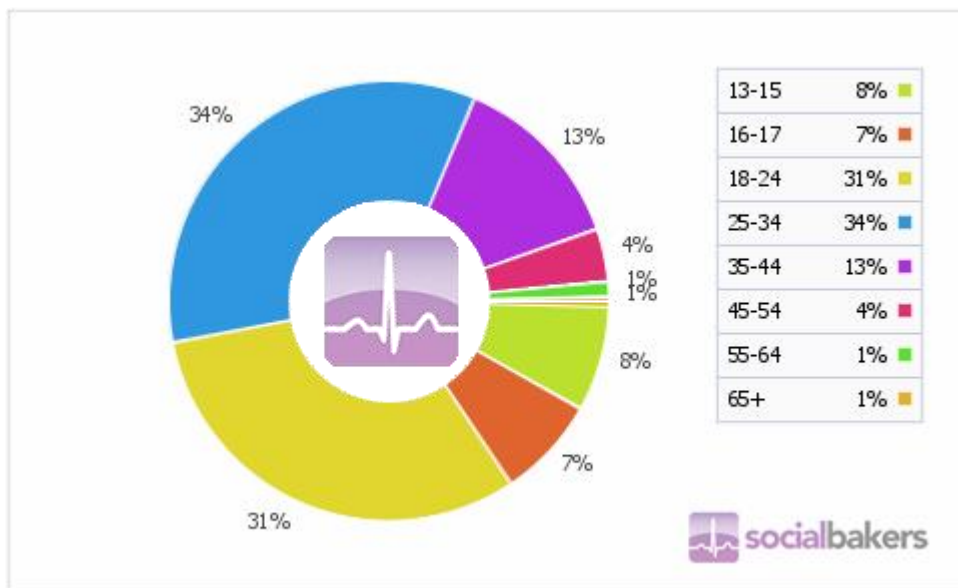
*Πηγή: Στατιστικά στοιχεία, <http://www.socialbakers.com>.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.1 Χρήστες στην Ελλάδα



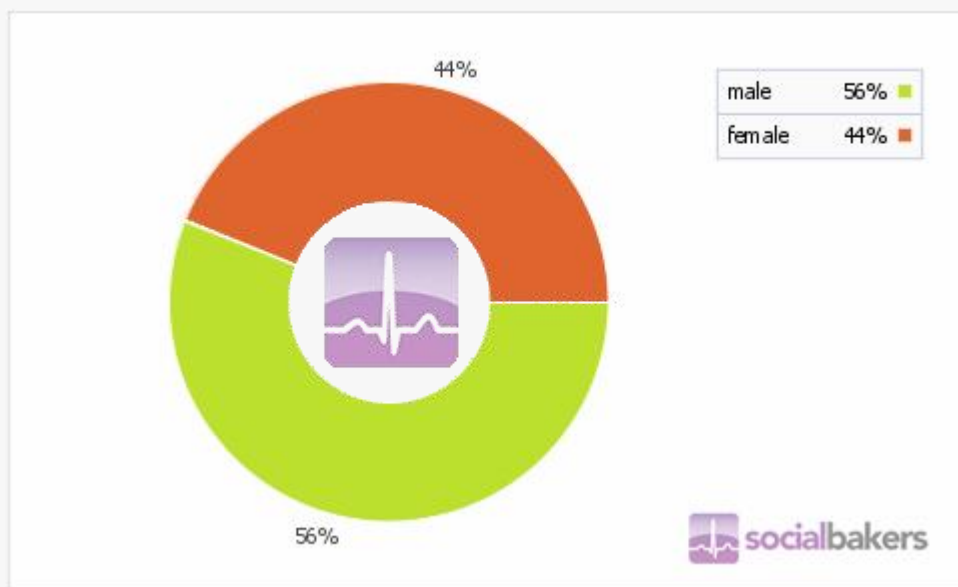
*Πηγή: Στατιστικά στοιχεία, <http://www.socialbakers.com>.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.2 Ηλικιακή κατανομή Ελλήνων χρηστών



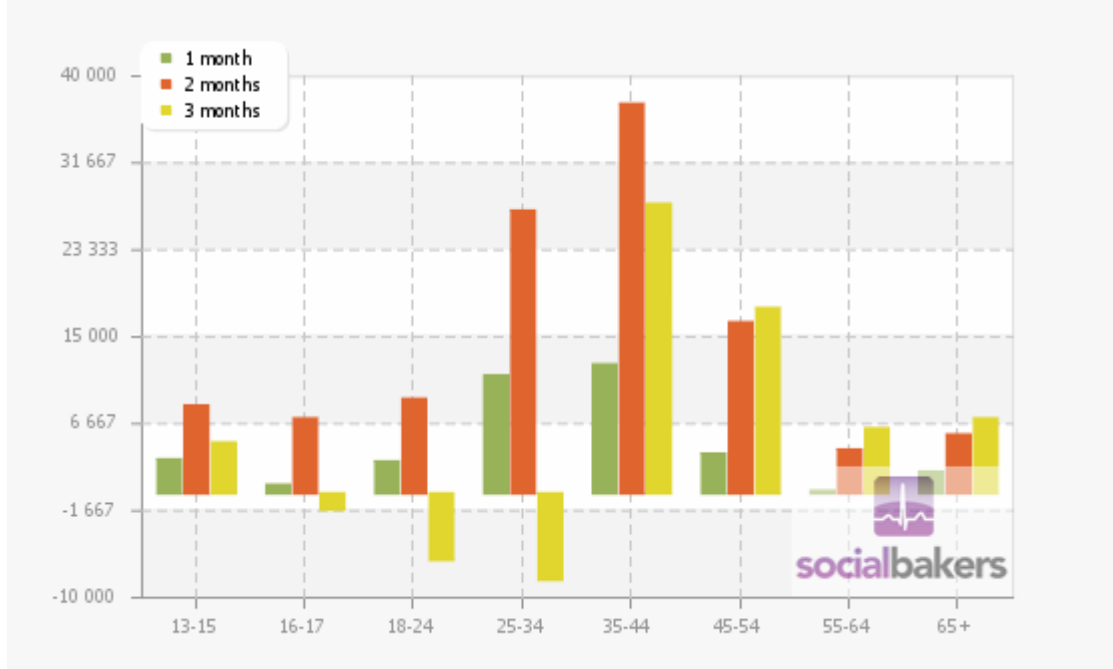
*Πηγή: Στατιστικά στοιχεία, <http://www.socialbakers.com>.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.3 Κατανομή του φύλου Ελλήνων Χρηστών



*Πηγή: Στατιστικά στοιχεία, <http://www.socialbakers.com>.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.4 Εξέλιξη ηλικιακών κατηγοριών των χρηστών στην Ελλάδα



*Πηγή: Στατιστικά στοιχεία, <http://www.socialbakers.com>.

4.2 Εκτίμηση αριθμού χρηστών facebook με χρήση χρονοσειρών

Χρονοσειρά (ή χρονολογική σειρά, time series) ονομάζεται ένα σύνολο μετρήσεων που λαμβάνεται σε συγκεκριμένες χρονικές στιγμές, που συνήθως ισαπέχουν²⁸. Παραδείγματα χρονοσειρών είναι η ημερήσια τιμή κλεισίματος μιας μετοχής στο Χρηματιστήριο, οι ωριαίες θερμοκρασίες που ανακοινώνονται από το μετεωρολογικό γραφείο μίας πόλης, οι κοινωνικοί δείκτες, τα εισοδήματα κά.. Στην Κοινωνική Επιστήμη και στην Κοινωνική Στατιστική, η ανάλυση χρονοσειρών μπορεί να χρησιμοποιηθεί ώστε να πραγματοποιηθούν προβλέψεις σε κοινωνικά φαινόμενα που συμβαίνουν σε ισαπέχοντα χρονικά διαστήματα σε δεδομένο χρόνο. Η μεθοδολογία ανάλυσης χρονοσειρών μας δίνει τη δυνατότητα να φέρουμε στην επιφάνεια συστηματικά πρότυπα που υπάρχουν στα δεδομένα προς ανάλυση, να αναπτύξουμε μοντέλα που δίνουν μια εξήγηση για τα υπάρχοντα δεδομένα, να κάνουμε κάποιες προβλέψεις, όσον αφορά τις μελλοντικές τιμές που θα πάρει η μεταβλητή που μας

²⁸ Murray R.Spiegel, Larry J.Stephens, *Στατιστική, 3^η Έκδοση*, μτφρ. και επιμ. Μπαγιάτης Κ, Καρανάσιος Ν., Αθήνα (ΤΖΙΟΛΑ) 2000.

ενδιαφέρει και να διαπιστώσουμε αν οι τιμές της μεταβλητής στη συγκεκριμένη χρονοσειρά επηρεάζονται από εξωτερικούς παράγοντες.

Στην περίπτωση των χρηστών του facebook, θα χρησιμοποιήσουμε διακριτές, μονοδιάστατες χρονοσειρές με παρατηρήσεις που λαμβάνονται σε ισαπέχοντα χρονικά διαστήματα. Τα δεδομένα που επεξεργαστήκαμε, αντλήθηκαν από την ιστοσελίδα των στατιστικών στοιχείων του facebook²⁹, όπου από τις 10 Οκτώβριου του 2010, μέχρι τις 10 Απριλίου του 2011, δηλαδή για επτά συνεχόμενους μήνες, παρακολουθήσαμε τις τιμές του πλήθους των χρηστών του συγκεκριμένου κοινωνικού δικτύου, καθώς και το ποσοστό αυτών προς το συνολικό πληθυσμό της χώρας (ΠΙΝΑΚΑΣ 4.2).

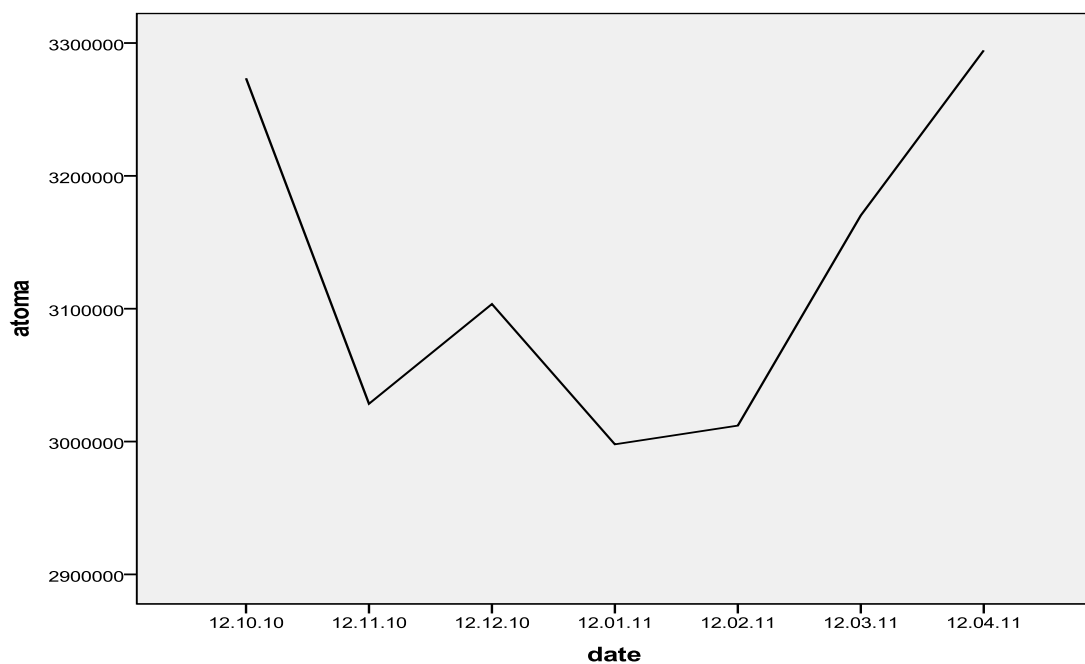
ΠΙΝΑΚΑΣ 4.2 Πρωτογενή δεδομένα για την ανάλυση χρονοσειρών

Ημερομηνία Αναφοράς	Αριθμός Χρηστών	Ποσοστό επί του συνολικού πληθυσμού (%)
12-10-2010	3273480	30,25
12-11-2010	3028440	28,17
12-12-2010	3013520	28,3
12-1-2011	2997920	27,89
12-2-2011	3012010	28,1
12-3-2011	3170240	29,49
12-4-2011	3 294 480	30.65

Με αυτά τα δεδομένα ορίστηκαν στο στατιστικό πρόγραμμα SPSS 18.0 τρεις μεταβλητές, η μεταβλητή *atoma*, δηλαδή το πλήθος των χρηστών, η μεταβλητή *time*, δηλαδή ο χρόνος, κατά τη διάρκεια του οποίου το πλήθος των χρηστών είναι δεδομένο και η μεταβλητή *pososta*, που έχει να κάνει με το ποσοστό των χρηστών επί του συνολικού πληθυσμού της Ελλάδας. Επιλέξαμε λοιπόν διαδοχικά από το μενού των εντολών: Analyze→Time Series→Forecasting→Sequence Charts, ώστε να παρατηρήσουμε πώς μεταβάλλεται ο αριθμός των χρηστών ή τα ποσοστά με τη πάροδο του χρόνου. Έτσι προκύπτουν δύο γραφήματα, που εμφανίζονται παρακάτω (ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.5 και 4.6).

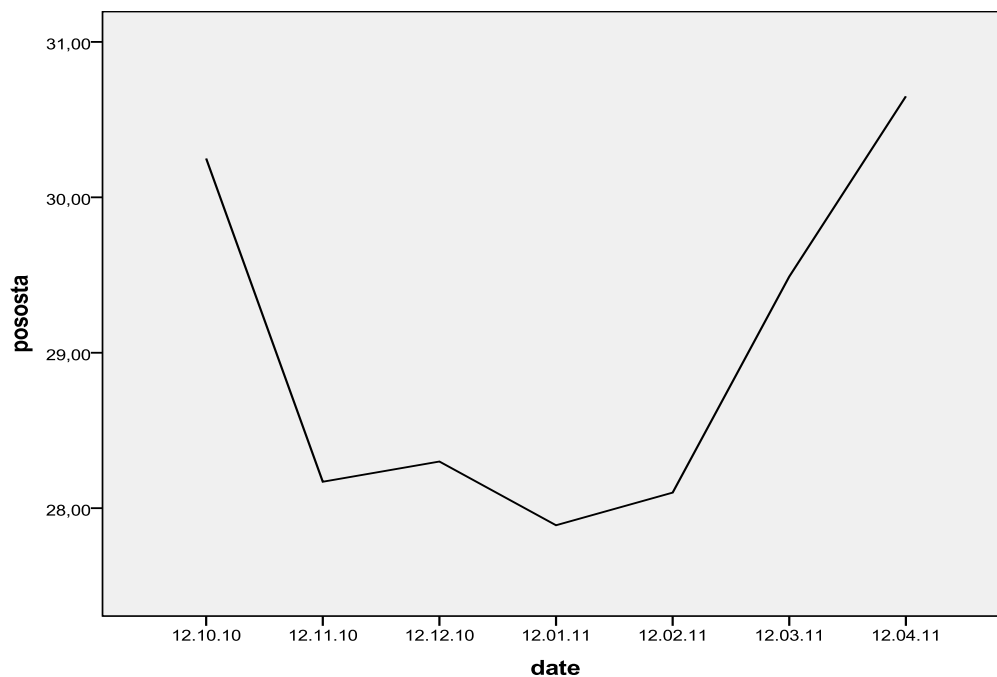
²⁹ <http://www.socialbakers.com>.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.5 Γράφημα χρονοσειράς χρηστών facebook



*Πηγή: Αποτελέσματα αρχείου spss πρωτογενών δεδομένων <http://www.socialbakers.com>

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.6 Γράφημα χρονοσειράς ποσοστού χρηστών επί το συνολικό πληθυσμό



*Πηγή: Αποτελέσματα αρχείου spss πρωτογενών δεδομένων <http://www.socialbakers.com>

Παρατηρούμε λοιπόν, πως ενώ αρχικά φαίνεται πως ο αριθμός των χρηστών έχει πτωτική τάση, στη συνέχεια, πραγματοποιείται μια προοδευτική άνοδος. Κάτι τέτοιο μπορεί να εξηγηθεί από το γεγονός ότι κατά την περίοδο της πτωτικής τάσης, υπήρξε έντονη φημολογία σχετικά με τη χρηματική χρέωση των χρηστών του facebook. Κατά τη διάρκεια της περιόδου αυτής, πολλοί χρήστες απενεργοποίησαν τα προφίλ τους και τα ενεργοποίησαν ξανά όταν στην αρχική σελίδα του facebook, αναγράφηκε το λογότυπο «Facebook is free and always will be», όπου και καταρίφθηκαν όλες οι αμφιβολίες για τη χρέωση ή δωρεάν πρόσβαση στο συγκεκριμένο κοινωνικό δίκτυο. Στη συνέχεια προσπαθήσαμε να δημιουργήσουμε ένα πρότυπο που να περιγράφει αυτή τη χρονοσειρά και για αυτό επιλέξαμε διαδοχικά τις παρακάτω εντολές: Data→Define Dates και ορίσαμε ότι οι περιπτώσεις (cases) είναι τα έτη και οι μήνες (Years, months), με πρώτη περίπτωση το έτος 2010 και το μήνα Οκτώβριο. Έπειτα, επιλέξαμε, Analyze→Forecasting→Create Models και στη συνέχεια ως εξαρτημένη μεταβλητή το ποσοστό των χρηστών επί του συνολικού πληθυσμού και τους χρήστες. Ως μέθοδο στο Expert Modeler επιλέξαμε την All Models και δεν επιλέξαμε την Expert Modeler Considers Seasonal Models, καθώς έχουμε περιορισμένα στατιστικά στοιχεία. Στο παράθυρο διαλόγου Statistics επιλέξαμε τις εντολές, Display Forecast για να παράγουμε τις προβλέψεις και στο παράθυρο διαλόγου Plots δεν επιλέξαμε το Series, αλλά επιλέξαμε το Mean Absolute Percentage Error και αποθηκεύσαμε στο παράθυρο διαλόγου Save τις προβλέψεις σε καινούργια μεταβλητή και στο παράθυρο διαλόγου Options, επιλέξαμε πως θα κάνουμε πρόβλεψη μέχρι τον Ιούλιο του 2011. Τα αποτελέσματα της προηγούμενης ανάλυσης είναι τα ακόλουθα.

Model Statistics

Model	Number of Predictors	Model Fit statistics	Ljung-Box Q(18)			Number of Outliers
		Stationary R-squared	Statistics	DF	Sig.	
pososta-Model_1	0	-,003	.	0	.	0
atoma-Model_2	0	,160	.	0	.	0

Forecast

Model		May 2011	Jun 2011	Jul 2011
pososta-Model_1	Forecast	30,65	30,65	30,65
	UCL	33,45	34,60	35,49
	LCL	27,85	26,70	25,81
atoma-Model_2	Forecast	3146021	3146021	3146021
	UCL	3478677	3485040	3491285
	LCL	2813366	2807003	2800757

Παρατηρούμε λοιπόν ότι, ενεργοποιώντας την επιλογή στο παράθυρο διαλόγου Criteria, All Models, δίνεται η ίδια τιμή πρόβλεψης για τους επόμενους μήνες, μέχρι τον Ιούλιο του 2011, (30,65%) ενώ αντίστοιχα μεταβάλλονται τα επίπεδα εμπιστοσύνης.

Ενώ εάν ενεργοποιήσουμε την επιλογή Arima, τότε μεταβάλλονται και οι προβλέψεις. Πιο συγκεκριμένα, για το μήνα Μαΐο του 2011, η πρόβλεψη που δίνεται για το Μάϊο του 2011, είναι πως το 30,26% του συνολικού πληθυσμού είναι ενεργοί χρήστες, 30,02 για το μήνα Ιούνιο και 29,87 για το μήνα Ιούλιο, όπως φαίνεται και παρακάτω στα αποτελέσματα.

Model Statistics

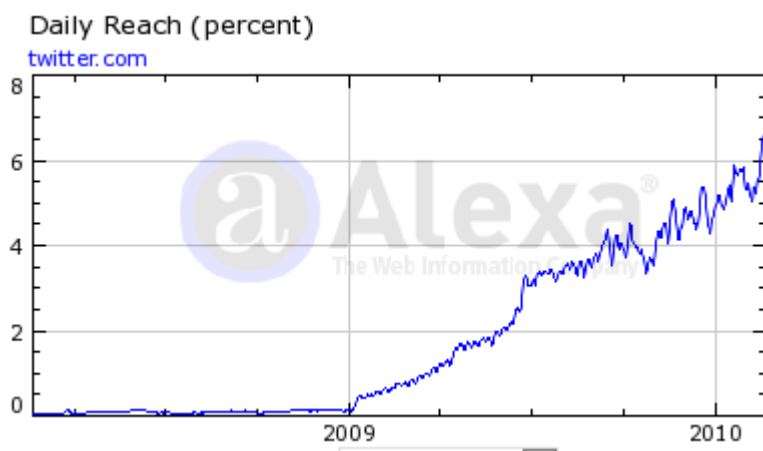
Model	Number of Predictors	Model Fit statistics	Ljung-Box Q(18)			Number of Outliers
		Stationary R-squared	Statistics	DF	Sig.	
pososta-Model_1	0	,111	.	0	.	0
atoma-Model_2	0	,013	.	0	.	0

Forecast				
Model		May 2011	Jun 2011	Jul 2011
pososta-Model_1	Forecast	30,26	30,02	29,87
	UCL	33,28	33,57	33,61
	LCL	27,24	26,46	26,12
atoma-Model_2	Forecast	3161143	3139183	3135566
	UCL	3506563	3489256	3485765
	LCL	2815724	2789110	2785368

4.3 Στατιστική Ανάλυση χρηστών του Twitter

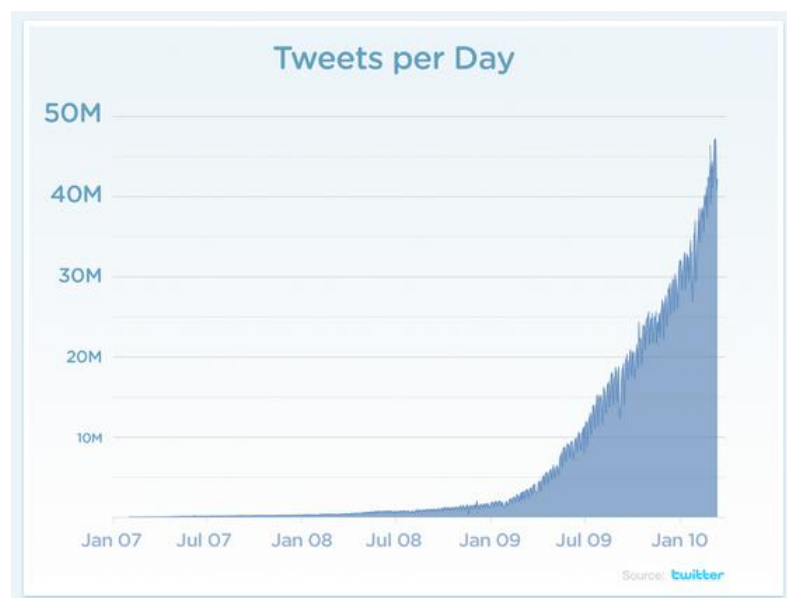
Περίπου, 75.000.000 χρήστες επισκέπτονται το Twitter παγκοσμίως και από το 2009 μέχρι το 2010 σημειώθηκε αύξηση του αριθμού των χρηστών της τάξεως του 1.100%. Στο Ηνωμένο Βασίλειο, οι χρήστες του συγκεκριμένου δικτύου εκτιμάται πως είναι περίπου 23.500.000 και είναι οι τρίτοι στο κόσμο που χρησιμοποιούν το Twitter για τις ανάγκες της κοινωνικής τους δικτύωσης. Στη Νότια Αφρική το Twitter είναι το όγδοο δημοφιλέστερο δίκτυο κοινωνικής δικτύωσης. Επίσης, αρκετά διαδεδομένη είναι η χρήση του στο Πακιστάν και στις Φιλιππίνες. Ουσιαστικά το Twitter αποκτά μια αξιοσημείωτη θέση στο κόσμο της κοινωνικής δικτύωσης τον Ιανουάριο του 2009. Από εκείνη την περίοδο και έπειτα ο αριθμός των χρηστών του παρουσιάζει συνεχή αύξηση, με αποτέλεσμα να αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα και ευρέως διαδεδομένα κοινωνικά δίκτυα, κάτι το οποίο επιβεβαιώνεται από τα παρακάτω διαγράμματα (ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.7 και 4.8).

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.7 Η καθημερινή χρήση του Twitter



*Πηγή: Το διάγραμμα αντλήθηκε από την ιστοσελίδα έγκυρων στατιστικών στοιχείων για το twitter, <http://thenextweb.com/socialmedia/2010/02/22/twitter-statistics-full-picture/>

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.8 Η καθημερινή χρήση των Tweets

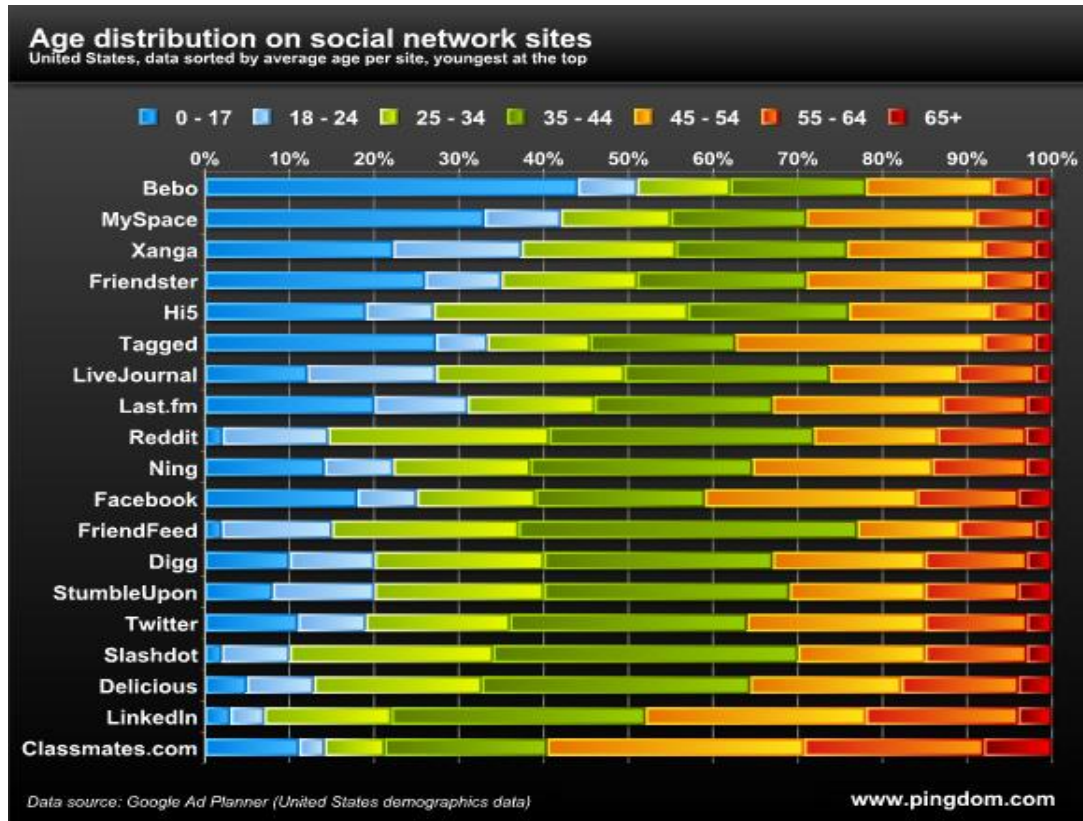


*Πηγή: Το διάγραμμα αντλήθηκε από την ιστοσελίδα έγκυρων στατιστικών στοιχείων για το twitter, <http://thenextweb.com/socialmedia/2010/02/22/twitter-statistics-full-picture/>

Η πλειονότητα των ατόμων που χρησιμοποιούν το Twitter είναι ηλικίας 35 ετών και άνω (ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.9), δηλαδή πρόκειται για άτομα που στις αρχές της

εισόδου του Διαδικτύου στην καθημερινή ζωή των ατόμων, περίπου στα μέσα της δεκαετίας του '90 ήταν 20 ετών.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.9 Ηλικιακή κατανομή χρηστών Twitter



*Πηγή: Το διάγραμμα αντλήθηκε από την Google Ad Planer, United States demographics Data, <http://royal.pingdom.com/2010/02/16/study-ages-of-social-network-users/>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 Χρήση Τεχνολογιών, Πληροφόρησης και Επικοινωνίας από τα Νοικοκυριά

5.1 Γενικά στοιχεία της Έρευνας

Η «Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών, Πληροφόρησης και Επικοινωνίας από τα Νοικοκυριά», διεξάγεται από την Ελληνική Στατιστική Αρχή, από το 2002 μέχρι και σήμερα, μετά από απόφαση του Υπουργού Οικονομίας και Οικονομικών και βάσει συμβολαίου που προσυπογράφει η Commission (Eurostat) και η Ελληνική Στατιστική Αρχή, στα πλαίσια του Κανονισμού του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου και Κοινοβουλίου με αριθ. 808/2004. Η «Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας των νοικοκυριών (ICT)» είναι μέρος ενός κοινοτικού στατιστικού προγράμματος στο οποίο συμμετέχουν όλες οι χώρες μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η εκπόνηση της έρευνας αυτής έχει ως βασικό στόχο τη μελέτη, σε ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο, του βαθμού χρήσης των τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας από τα νοικοκυριά και τον υπολογισμό των δεικτών *e-Europe*, που αφορούν στην Κοινωνία της Πληροφορίας. Λόγω της συγκρισιμότητας των στοιχείων επιβάλλεται σε όλες τις χώρες μέλη, κατά το σχεδιασμό και την κατάρτιση του ερωτηματολογίου, να ληφθούν υπόψη οι οδηγίες και το προτεινόμενο ερωτηματολόγιο της Eurostat, αφού αυτό προσαρμοστεί στις ιδιαιτερότητες της κάθε χώρας.

Η έρευνα αυτή διενεργείται με απώτερο σκοπό να διερευνήσει, την πρόσβαση σε επιλεγμένες τεχνολογίες πληροφόρησης και επικοινωνίας (ηλεκτρονικός υπολογιστής, σύνδεση στο Διαδίκτυο, κ.ά.), τη χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών και του Διαδικτύου, του ηλεκτρονικού εμπορίου, την ασφάλεια στο Διαδίκτυο (ανησυχία σχετικά με θέματα ασφάλειας, λήψη μέτρων, αντιμετώπιση προβλημάτων), τις *e-δεξιότητες* και τις «πράσινες συνήθειες» που ενδεχόμενα εφαρμόζουν τα νοικοκυριά, θέτοντας ως αναλογική βάση τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, το εκπαιδευτικό επίπεδο, την επαγγελματική κατάσταση και γενικότερα την ασχολία του ερευνώμενου μέλους του νοικοκυριού, αλλά και με το εισόδημα του νοικοκυριού στο σύνολό του.

Η έρευνα καλύπτει τα νοικοκυριά όλης της χώρας, ανεξάρτητα από το μέγεθος ή τα οποιαδήποτε οικονομικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά τους, με μόνη προϋπόθεση την ύπαρξη τουλάχιστον ενός μέλους ηλικίας 16-74 ετών, εξαιρώντας τις

συλλογικές κατοικίες, όπως π.χ. ξενοδοχεία, πανσιόν, νοσοκομεία, γηροκομεία, στρατόπεδα, αναμορφωτήρια, φυλακές κ.ά. Επίσης, συλλογικές κατοικίες θεωρούνται και τα νοικοκυριά με περισσότερους από πέντε οικότροφους και τα νοικοκυριά με μέλη, που είναι ξένοι υπηκόοι που υπηρετούν σε ξένες διπλωματικές αποστολές.

5.2 Μεθοδολογία της έρευνας

Για τη διεξαγωγή της παρούσας έρευνας η δειγματοληπτική μέθοδος που ακολουθείται είναι εκείνη τις τρισταδιακής στρωματοποιημένης δειγματοληψίας. Η σταρωματοποιημένη δειγματοληψία (stratified sampling) είναι μια μέθοδος πιθανοθεωρητικής δειγματοληψίας, η οποία επιλέγει το δείγμα της από υποπληθυσμούς-στρώματα, στα οποία διαμερίζεται ο πληθυσμός με βάση κάποια χαρακτηριστικά. Ο πληθυσμός με βάση κάποια χαρακτηριστικά, διαμερίζεται σε υποπληθυσμούς-στρώματα με τέτοιο τρόπο έτσι ώστε κάθε στατιστική μονάδα ενός στρώματος να έχει το ίδιο χαρακτηριστικό. Έπειτα από κάθε στρώμα επιλέγεται ένα δείγμα. Οι στατιστικές μονάδες αυτών των δειγμάτων αποτελούν το στρωματοποιημένο δείγμα (stratified sample). Η μέθοδος δειγματοληψίας που ακολουθείται είναι τρισταδιακή καθώς η επιλογή της μονάδας έρευνας γίνεται σε τρία στάδια, καθώς πρώτα ως πρωτογενή μονάδα έρευνας τίθεται η επιφάνεια (ένα ή περισσότερα ενοποιημένα οικοδομικά τετράγωνα ή οικισμός), ως δευτερογενή μονάδα έρευνας το νοικοκυριό και ως τελική μονάδα έρευνας το άτομο ηλικίας 15-74 ετών.

Αρχικά το πρώτο κριτήριο στρωμάτωσης του ερευνώμενου πληθυσμού είναι η γεωγραφική διαίρεση της χώρας. Πιο συγκεκριμένα, σε κάθε Περιφέρεια, η στρωμάτωση των νοικοκυριών πραγματοποιήθηκε με κατανομή των τοπικών διαμερισμάτων, στα οποία ανήκουν, ανάλογα με το βαθμό αστικότητας (αστικές, ημιαστικές και αγροτικές περιοχές). Εκτός των πρώην Πολεοδομικών Συγκροτημάτων των δύο Μεγάλων Πόλεων (Περιφέρεια Πρωτευούσης και Πολεοδομικό Συγκρότημα Θεσσαλονίκης), η στρωμάτωση κατά βαθμό αστικότητας γίνεται με βάση το διαχωρισμό των περιοχών σε αστικές, ημιαστικές και αγροτικές, όπου αστικές είναι τα τοπικά διαμερίσματα με πληθυσμό πάνω από 10.000 κατοίκους, ημιαστικές τα τοπικά διαμερίσματα με πληθυσμό 2.000-9.999 κατοίκους και αγροτικές τα τοπικά διαμερίσματα με πληθυσμό μέχρι 1.999 κατοίκους.

Η πρώην Περιφέρεια Πρωτευούσης χωρίζεται σε 31 στρώματα ίσου, περίπου, μεγέθους (ίσος αριθμός νοικοκυριών) με τα οικοδομικά τετράγωνα των Δήμων, λαμβάνοντας υπόψη κοινωνικά και οικονομικά κριτήρια. Με παρόμοιο τρόπο, το πρώην Πολεοδομικό Συγκρότημα Θεσσαλονίκης χωρίζεται σε 9 ίσου μεγέθους στρώματα. Τα Πολεοδομικά Συγκροτήματα των δύο μεγάλων πόλεων αποτελούν το 40% του συνολικού πληθυσμού. Το δείγμα της συγκεκριμένης έρευνας, που διενεργήθηκε κατά το χρονικό διάστημα Απριλίου-Ιουνίου 2010, αποτελείται από 6.000 νοικοκυριά (κλάσμα δειγματοληψίας 0,16%) και ισάριθμα άτομα ηλικίας 15-74 ετών (κλάσμα δειγματοληψίας 0,07%). Τα νοικοκυριά του δείγματος αποτελούν υπόδειγμα των νοικοκυριών, τα οποία ερευνήθηκαν στην Εθνική Έρευνα Υγείας του έτους 2009 (4.114 νοικοκυριά) και στην Έρευνα Εισοδήματος και Συνθηκών Διαβίωσης των Νοικοκυριών των ετών 2005-2008 (1.886 νοικοκυριά) και τα οποία διαθέτουν τηλέφωνο, καθώς η έρευνα διεξάγεται τηλεφωνικά. Η επιτυχία της συγκεκριμένης έρευνας εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την ικανότητα του ερευνητή να δημιουργήσει κλίμα εμπιστοσύνης και συνεργασίας. Το ερωτηματολόγιο της έρευνας (που ακολουθεί στο Παράρτημα), συλλέγει πληροφορίες για ολόκληρο το νοικοκυριό στην ενότητα δημογραφικών (1. Στοιχεία Νοικοκυριού), στην ενότητα Α: Πρόσβαση σε Επιλεγμένες Τεχνολογίες Πληροφόρησης και Επικοινωνίας (Ερωτήσεις Α1-Α5) και στην ενότητα Η που αναφέρεται στο εισόδημα του νοικοκυριού. Συλλέγει όμως και ατομικές πληροφορίες για ένα μέλος ηλικίας 16-74 ετών, το οποίο επιλέγεται τυχαία, στην ενότητα δημογραφικών (2. Στοιχεία Επιλεγμένου μέλους) και στις ενότητες Β, Γ, Δ, Ε, ΣΤ και Ζ.

5.3 Ανάλυση αποτελεσμάτων της Έρευνας

Από την παρούσα έρευνα για το πρώτο τρίμηνο του 2010 συμπεραίνουμε ότι από το σύνολο των ατόμων που έλαβαν μέρος στη συγκεκριμένη έρευνα, από τα άτομα που δεν έχουν μεγάλη εξοικείωση με την Τεχνολογία και συγκεκριμένα τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές και το Διαδίκτυο, υπερέχουν ελαφρώς εκείνοι που δεν έχουν χρησιμοποιήσει το Διαδίκτυο από εκείνους που δεν έχουν χρησιμοποιήσει ποτέ ηλεκτρονικό υπολογιστή (με ποσοστά 48,11% και 52,48% αντίστοιχα), όπως φαίνεται και στον Πίνακα 5.1 και είναι ηλικίας 35 με 44 ετών.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.1 Ηλικίες ατόμων που δεν έχουν κάνει ποτέ χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών – Διαδικτύου

	Σύνολο Χώρας	Δεν έχουν κάνει ποτέ χρήση Η/Υ	Δεν έχουν χρησιμοποιήσει ποτέ το Διαδίκτυο
ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ	8274189	3981127	4342901
Ηλικιακές Ομάδες	Ποσοστό(%)	Ποσοστό(%)	Ποσοστό(%)
16 - 24	13,2	2,0	2,7
25 - 34	19,5	9,7	10,2
35 - 44	20,0	15,9	16,5
45 - 54	18,1	20,6	21,3
55 - 64	15,0	24,3	23,7
65 - 74	14,1	27,4	25,5
Σύνολο	100	100	100

*Πηγή: Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας από τα Νοικοκυριά, έτους 2010.

Όσον αφορά το φύλο και το επίπεδο εκπαίδευσης των ατόμων που χρησιμοποιούν τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές, διακρίνεται μια ελαφριά αλλά σημαντική υπεροχή των ανδρών έναντι των γυναικών (53,48% και 46,56% αντίστοιχα) και πρόκειται για άτομα που είναι απόφοιτοι Λυκείου ή ΙΕΚ, (ΠΙΝΑΚΑΣ 5.2). Σχετικά με την πρόσβαση στο Διαδίκτυο, βλέπουμε πως υπάρχει μια ελαφριά υπεροχή των γυναικών έναντι των ανδρών (με ποσοστά 49,09% και 45,47% αντίστοιχα) και πρόκειται για άτομα που είναι επίσης απόφοιτοι Λυκείου ή ΙΕΚ (ΠΙΝΑΚΑΣ 5.2).

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.2 Χρήση υπολογιστών και Διαδικτύου (Internet) ανά φύλο και επίπεδο εκπαίδευσης χρήστη

	Άτομα ηλικίας 16 - 74 ετών	ΑΔΡΕΣ	ΓΥΝΑΙΚΕΣ
ΧΡΗΣΗ Η/Υ ΚΑΤΑ ΤΟ 1ο ΤΡΙΜΗΝΟ ΤΟΥ ΕΤΟΥΣ 2010			
Πληθυσμός ηλικίας 16 - 74 ετών - Σύνολο Χώρας	8274189	4079711	4194479
Άτομα ηλικίας 16 - 74 ετών που έκαναν χρήση Η/Υ	4005314	2140266	1865048
	Ποσοστό(%)	Ποσοστό(%)	Ποσοστό(%)
Κατώτατη βαθμίδα εκπαίδευσης (άτομα που δεν έχουν παρακολουθήσει / ολοκληρώσει καμία βαθμίδα εκπαίδευσης, απόφοιτοι Δημοτικού ή Γυμνασίου)	15,4	18,2	12,2
Μέση βαθμίδα εκπαίδευσης (απόφοιτοι Λυκείου ή ΙΕΚ)	46,8	44,7	49,2
Ανώτερη βαθμίδα εκπαίδευσης (απόφοιτοι ΤΕΙ, ΑΤΕΙ, ΑΕΙ, Στρατιωτικών Σχολών, κάτοχοι μεταπτυχιακού ή διδακτορικού διπλώματος)	37,8	37,1	38,6
<i>Άθροισμα</i>	100	100	100
ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΚΑΤΑ ΤΟ 1ο ΤΡΙΜΗΝΟ ΤΟΥ ΕΤΟΥΣ 2010			
Άτομα ηλικίας 16 - 74 ετών που έκαναν χρήση του Διαδικτύου	3677272	1982863	1694409
	Ποσοστό(%)	Ποσοστό(%)	Ποσοστό(%)
Κατώτατη βαθμίδα εκπαίδευσης (άτομα που δεν έχουν παρακολουθήσει / ολοκληρώσει καμία βαθμίδα εκπαίδευσης, απόφοιτοι Δημοτικού ή Γυμνασίου)	14,4	17,3	11,0
Μέση βαθμίδα εκπαίδευσης (απόφοιτοι Λυκείου ή ΙΕΚ)	47,1	45,5	49,1
Ανώτερη βαθμίδα εκπαίδευσης (απόφοιτοι ΤΕΙ, ΑΤΕΙ, ΑΕΙ, Στρατιωτικών Σχολών, κάτοχοι μεταπτυχιακού ή διδακτορικού διπλώματος)	38,4	37,2	39,9
Σύνολο	100	100	100

*Πηγή: Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας από τα Νοικοκυριά, έτος 2010

Σύμφωνα με την Ελληνική Στατιστική Αρχή, η χρήση του Διαδικτύου, πραγματοποιείται πλέον από όλους τους χώρους πρόσβασης, δηλαδή την κατοικία, το χώρο εργασίας, το χώρο εκπαίδευσης, σε γειτονικά, φιλικά ή και συγγενικά σπίτια, ξενοδοχεία, internet cafes, smartphones, κά.. Σημειώνεται λοιπόν ότι, κατά το Ά τρίμηνο του 2010, το ποσοστό των ατόμων που χρησιμοποιεί τον ηλεκτρονικό υπολογιστή ανέρχεται στο 48,4% και το ποσοστό των ατόμων που χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο στο 44,4%. Την τελευταία πενταετία (2006-2009), η αύξηση που παρατηρείται ανέρχεται για την πρόσβαση στο Διαδίκτυο στο 53,6%.

Τα δημογραφικά στοιχεία όσων χρησιμοποίησαν το Διαδίκτυο το Ά τρίμηνο του 2010, υποδηλώνουν το «προφίλ» των ατόμων που είναι διαδικτυακά εξοικειωμένοι. Με βάση τα αποτελέσματα της έρευνας της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής, «Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας των νοικοκυριών (ICT)», διαπιστώνεται ότι πρόκειται για άνδρες, ηλικίας 25-34 ετών, μέσου μορφωτικού επιπέδου και πιο συγκεκριμένα Αποφοίτων Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης και Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης. Επίσης, κυριότερος τόπος πρόσβασης συνεχίζει ακόμη και σήμερα να είναι η κατοικία με 86,2%, ενώ όσον αφορά στην πρόσβαση στους άλλους χώρους (11,3%), τα internet cafes παραμένουν στην πρώτη θέση με 78,8% (ΠΙΝΑΚΑΣ 5.4).

Οι λόγοι χρήσης του Διαδικτύου είναι ποικίλοι και ολοένα αυξανόμενοι. Βέβαια η πλειονότητα των χρηστών του Διαδικτύου το χρησιμοποιεί για την αναζήτηση πληροφοριών και για τις online υπηρεσίες που προσφέρει (με ποσοστό 93,4%), (ΠΙΝΑΚΑΣ 5.5). Κατά το Ά τρίμηνο του 2010, εννέα στους δέκα εκ των χρηστών του, αναζήτησαν πληροφορίες για προϊόντα και υπηρεσίες, ενώ οχτώ στους δέκα, το χρησιμοποίησαν για επικοινωνία. Η αναζήτηση πληροφοριών υγείας σχετικά με κακώσεις, τραύματα, ασθένειες, διατροφή, αλλά και το «κατέβασμα» (download) λογισμικού, παρουσιάζει αυξητικές τάσεις. Η χρήση του Διαδικτύου για αποστολή μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, σε μηνυμάτων σε blogs και ομάδες συζήτησης (Facebook, Twitter, κλπ) αποτελεί την κυριότερη χρήση για την ηλικιακή ομάδα 16-24 ετών (39,3%), (ΠΙΝΑΚΑΣ 5.5). Επίσης, αυξητική τάση παρουσιάζουν οι συναλλαγές με δημόσιες υπηρεσίες στα πλαίσια της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης (29,5%), (ΠΙΝΑΚΑΣ 5.5).

Με βάση την ασχολία του χρήστη, φαίνεται ότι ανεξαρτήτου ασχολίας, τα περισσότερα άτομα χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο για ανταλλαγή ηλεκτρονικών μηνυμάτων, δηλαδή για την επικοινωνία τους (ΠΙΝΑΚΑΣ 5.3).

Οι μαθητές, έχουν κυρίως πρόσβαση στο Διαδίκτυο από την κατοικία τους και μόλις το 1% από εκείνους έχουν πρόσβαση από την εργασία τους, βέβαια αξιοσημείωτο είναι ότι σημαντικό ποσοστό από τη συγκεκριμένη ομάδα συνδέεται στο Διαδίκτυο από το χώρο εκπαίδευσης. Όσον αφορά στους μισθωτούς και ελεύθερους επαγγελματίες, παρατηρούμε ότι στην πλειονότητά τους έχουν πρόσβαση από την κατοικία και από το χώρο εργασία τους. Γενικότερα, οι περισσότεροι ερωτώμενοι έχουν πρόσβαση στο Διαδίκτυο από την κατοικία τους, ενώ στο χώρο της εκπαίδευσης έχουν πρόσβαση κυρίως οι μαθητές. Επίσης, φαίνεται ότι πρόσβαση από γειτονικά σπίτια έχουν κυρίως οι φοιτητές και οι άνεργοι. Για τους άλλους χώρους πρόσβασης στο Διαδίκτυο, ο πιο διαδεδομένος φαίνεται να είναι τα internet cafes και αμέσως μετά οι χώροι με ευρυζωνική σύνδεση, όπου εκείνοι που τους χρησιμοποιούν είναι κυρίως μισθωτοί ή εργαζόμενοι (ΠΙΝΑΚΑΣ 5.4). Στο δεύτερο μέρος του αναλυόμενου πίνακα οι ερωτώμενοι είχαν τη δυνατότητα να δώσουν παραπάνω από μια απάντηση για αυτό το λόγο, το σύνολο των ποσοστών του πίνακα δεν αθροίζει στο 100%. Καταληκτικά, εκείνο που πρέπει να επισημανθεί είναι ότι φαίνεται πως ανεξάρτητα από την ασχολία του χρήστη, ο πιο διαδεδομένος χώρος πρόσβαση συνεχίζει να είναι η κατοικία, καθώς όπως φαίνεται η πλειονότητα των ατόμων έχει πρόσβαση στο Διαδίκτυο στην κατοικία τους.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.3 Κυριότεροι προσωπικοί λόγοι χρήσης του internet ανά ασχολία χρήστη	ΟΛΑ ΤΑ ΑΤΟΜΑ (16-74 ΕΤΩΝ) που έκαναν χρήση διαδικτύου κατά το 1ο τρίμηνο 2010 ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ	ΑΣΧΟΛΙΑ ΧΡΗΣΤΗ				
		ΜΑΘΗΤΗΣ/ΦΟΙΤΗΤΗΣ	ΜΙΣΘΩΤΟΣ	ΑΥΤΟΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΟΣ/ΒΟΗΘΟΣ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΓ. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	ΑΝΕΡΓΟΣ	ΛΟΙΠΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ ΜΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΕΝΕΡΓΩΝ ΑΤΟΜΩΝ
Επικοινωνία - 81,2%						
Αποστολή ή παραλαβή ηλεκτρονικών μηνυμάτων	72,6	18,3	48,9	14,6	9,0	9,2
Τηλεφωνήσατε ή πραγματοποιήσατε βιντεοκλήσεις (με τη χρήση web κάμερας) μέσω του διαδικτύου	21,5	24,3	44,5	13,9	10,2	7,1
Αποστολή μηνυμάτων σε chat sites, σε blogs, σε ομάδες συζήτησης (π.χ. Facebook), συμμετοχή σε on-line συζητήσεις	46,9	26,8	42,1	12,0	12,0	7,1
Αναζήτηση πληροφοριών και on-line υπηρεσιών - 93,4%						
Αναζήτηση πληροφοριών για προϊόντα και υπηρεσίες	80,8	15,0	48,5	16,2	9,1	11,2
Αναζήτηση πληροφοριών για ταξίδια και καταλύματα	57,1	13,3	52,7	15,3	7,8	10,9
Ακρόαση web ραδιοφώνου / παρακολούθηση web τηλεόρασης	39,9	21,3	46,4	14,4	9,8	8,1
Φορτώσατε σε ιστοσελίδα υλικό που εσείς δημιουργήσατε	21,6	23,6	43,9	14,3	11,7	6,5
Κατεβάσατε λογισμικό για ηλεκτρονικό υπολογιστή	22,0	21,8	49,7	14,5	8,2	5,8
Παίξατε / κατεβάσατε παιχνίδια / μουσική, ταινίες ή εικόνες	41,1	23,7	43,6	11,2	12,3	9,2
Διαβάσατε on-line ή κατεβάσατε εφημερίδες και περιοδικά	57,2	14,0	50,7	17,4	8,3	9,6
Αν ναι, έχετε εγγραφεί συνδρομητής για την τακτική ανάγνωση των εν λόγω περιοδικών ή εφημερίδων						
Ναι	6,8	15,2	60,6	13,6	7,1	3,5
Όχι	93,2	13,9	50,0	17,7	8,3	10,1
Αναζήτηση εργασίας, αποστολή αιτήσεων για εύρεση εργασίας	13,7	18,2	42,8	6,7	25,9	6,4
Αναζήτηση πληροφοριών υγείας, σχετικών με κακώσεις, τραύματα, ασθένειες, διατροφή κλπ.	50,1	13,1	53,6	13,9	8,4	11,0
Τραπεζικές συναλλαγές - 13,0%						
Πραγματοποίηση τραπεζικών συναλλαγών	12,8	8,1	56,8	22,6	4,8	7,7
Πώληση αγαθών ή υπηρεσιών, π.χ. μέσω δημοπρασιών	1,3	2,7	52,8	25,6	14,1	4,8
Υπηρεσίες εκπαίδευσης - 62,6%						
Αναζήτηση πληροφοριών για κάποια επίσημη βαθμίδα εκπαίδευσης	27,6	29,3	45,2	8,7	9,7	7,1
Συμμετοχή σε on-line εκπαιδευτικά προγράμματα	4,7	19,6	50,1	17,7	5,6	7,0
Αναζήτηση πάσης φύσεως πληροφορίες με σκοπό τη γνώση	54,4	20,4	46,4	14,1	9,1	10,0
Συναλλαγή με δημόσιες υπηρεσίες - 29,5%						
Λήψη πληροφοριών από τις ιστοσελίδες Δημοσίων υπηρεσιών	23,9	7,2	57,9	19,7	7,1	8,1
Προμήθεια αιτήσεων, βεβαιώσεων, πιστοποιητικών κλπ.	11,9	8,6	53,9	26,0	5,5	6,0
Αποστολή αιτήσεων, βεβαιώσεων, φορολογική δήλωση κλπ.	9,8	4,4	61,0	24,3	2,1	8,2

*Πηγή: Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας από τα Νοικοκυριά, έτους 2010

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.4 Συχνότητα και τόπος πρόσβασης στο Διαδίκτυο κατά ασχολία χρήστη κατά το 1^ο Τρίμηνο 2010

ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΠΡΟΣΒΑΣΗΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΚΑΤΑ ΑΣΧΟΛΙΑ ΧΡΗΣΤΗ	ΜΑΘΗΤΗΣ/ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗΣ	ΜΙΣΘΩΤΟΣ	ΑΥΤΟΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΟΣ/ ΒΟΗΘΟΣ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΓ. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	ΑΝΕΡΓΟΣ	ΛΟΙΠΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ
Ατομα ηλικίας 16-74 ετών - 1ο τρίμηνο του 2010 - Σύνολο Χώρας	605728	1742876	570621	349388	408659
	Ποσοστό(%)	Ποσοστό(%)	Ποσοστό(%)	Ποσοστό(%)	Ποσοστό(%)
Κάθε ημέρα ή σχεδόν κάθε ημέρα	76,2	73,4	69,1	66,3	52,1
Τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα, αλλά όχι κάθε ημέρα	18,6	19,3	21,2	27,5	33,5
Τουλάχιστον μία φορά το μήνα, αλλά όχι κάθε εβδομάδα	4,1	5,4	7,5	4,6	10,6
Λιγότερο από μία φορά το μήνα	1,1	2,0	2,2	1,7	3,8
Σύνολο	100	100	100	100	100
ΤΟΠΟΣ ΠΡΟΣΒΑΣΗΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΚΑΤΑ ΑΣΧΟΛΙΑ ΧΡΗΣΤΗ					
Ατομα ηλικίας 16-74 ετών που χρησιμοποίησαν το διαδίκτυο κατά το 1ο τρίμηνο του 2010- Σύνολο Χώρας	605728	1742876	570621	349388	408659
	Ποσοστό(%)	Ποσοστό(%)	Ποσοστό(%)	Ποσοστό(%)	Ποσοστό(%)
Κατοικία	90,2	84,9	82,9	84,9	91
Χώρος εργασίας	0,01	57,9	56,9	2,1	2,1
Χώρος εκπαίδευσης	43	1,8	2,4	4,9	3,8
Σε γείτονες, φιλικά ή συγγενικά σπίτια	26,6	1	9,7	18,3	8,4
Σε άλλους χώρους (π.χ. Internet café, αεροδρόμιο, ξενοδοχείο, κλπ.)	22,7	7,3	6,9	17,3	12,3
<i>Ειδικότερα:</i>					
- Internet café	87,9	7	75,5	76,6	80,9
-Σε σημεία ασύρματης ευρυζωνικής πρόσβασης (hotspots)	16	31,5	36,7	1,2	12,8

*Πηγή: Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας από τα Νοικοκυριά, έτους 2010

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.5 Χρήση Διαδικτύου-κυριότεροι λόγοι πρόσβασης ανά ηλικιακή ομάδα κατά το 1^ο τρίμηνο του 2010

Χρήση Διαδικτύου- κυριότεροι λόγοι πρόσβασης ανά ηλικιακή ομάδα - 1ο τρίμηνο 2010.						
Λόγοι χρήσης Διαδικτύου	Ηλικιακές ομάδες					
	16 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 54	55 - 64	65 - 74
Επικοινωνία - 81,2%						
Αποστολή ή λήψη ηλεκτρονικών μηνυμάτων	26,4	31,0	23,9	13,4	4,1	1,2
Τηλεφωνήσατε ή πραγματοποιήσατε βιντεοκλήσεις μέσω Διαδικτύου	38,4	25,1	20,8	12,0	2,9	0,8
Αποστολή μηνυμάτων σε blogs, συμμετοχή σε on-line συζητήσεις σε πραγματικό χρόνο	39,3	33,8	17,9	6,7	1,7	0,6
Αναζήτηση πληροφοριών και on-line υπηρεσιών - 93,4%						
Αναζήτηση πληροφοριών για προϊόντα και υπηρεσίες	23,6	30,8	25,8	14,0	4,6	1,2
Αναζήτηση πληροφοριών για ταξίδια και καταλύματα	20,6	32,5	27,1	14,2	4,4	1,2
Ακρόαση web ραδιοφώνου / παρακολούθηση web τηλεόρασης	32,4	31,7	22,2	10,5	2,4	0,8
Φορτώσατε σε ιστοσελίδα υλικό που εσείς δημιουργήσατε (κείμενο, φωτογραφίες κλπ.)	35,4	31,7	21,6	8,5	2,1	0,7
Κατεβάσατε λογισμικό για ηλεκτρονικό υπολογιστή	27,8	32,4	25,7	10,9	2,2	1,0
Παίξατε / κατεβάσατε παιχνίδια / κατεβάσατε μουσική, ταινίες ή εικόνες	36,4	32,3	19,3	9,1	2,0	0,9
Διαβάσατε on-line ή κατεβάσατε εφημερίδες και περιοδικά	20,7	30,8	26,2	16,0	4,9	1,4
Αναζήτηση εργασίας, αποστολή αιτήσεων για εύρεση εργασίας	32,8	42,9	17,6	6,4	0,3	0
Αναζήτηση πληροφοριών υγείας, σχετικών με κακώσεις, τραύματα, κλπ.	19,3	30,7	28,3	15,6	5,0	1,1
Τραπεζικές συναλλαγές - 13,0%						
Πραγματοποίηση τραπεζικών συναλλαγών	11,1	33,8	27,8	19,3	6,6	1,4
Πώληση αγαθών ή υπηρεσιών, π.χ. μέσω δημοπρασιών	4,5	49,5	33,1	12,9	0	0
Υπηρεσίες εκπαίδευσης - 62,6%						
Αναζήτηση πληροφοριών για κάποια επίσημη βαθμίδα εκπαίδευσης, για ύπαρξη εκπαιδευτικών προγραμμάτων	33,0	30,3	19,8	13,5	2,9	0,5
Συμμετοχή σε on-line εκπαιδευτικά προγράμματα	25,7	30,9	23,6	14,9	4,2	0,7
Αναζήτηση πάσης φύσεως πληροφορίες με σκοπό τη γνώση	26,2	29,9	24,0	14,4	4,3	1,2
Συναλλαγή με δημόσιες υπηρεσίες - 29,5%						
Λήψη πληροφοριών από τις ιστοσελίδες Δημοσίων υπηρεσιών	10,8	32,5	30,7	18,2	6,6	1,2
Προμήθεια αιτήσεων, βεβαιώσεων πιστοποιητικών κλπ.	10,6	32,8	31,7	17,1	6,9	0,9
Αποστολή συμπληρωμένων αιτήσεων, βεβαιώσεων, φορολογική δήλωση κλπ.	5,1	28,4	32,0	25,5	7,6	1,4

*Πηγή: Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας από τα Νοικοκυριά, έτους 2010

5.4 Ανάλυση πρωτογενών δεδομένων από την «Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης από τα Νοικοκυριά» της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής κατά το πρώτο τρίμηνο των ετών 2004-2008

Κατόπιν αίτησής μας στην Ελληνική Στατιστική Αρχή, μας δόθηκε η δυνατότητα να επεξεργαστούμε πρωτογενή δεδομένα, σχετικά με τα άτομα που έλαβαν μέρος στη συγκεκριμένη έρευνα από τα έτη 2004-2008 (για το πρώτο τρίμηνο του κάθε έτους). Τα δεδομένα που συλλέχθηκαν σχετίζονταν με το φύλο, την ηλικία και το επίπεδο εκπαίδευσης και την ασχολία των ατόμων που κάνουν χρήση του Διαδικτύου ή Η/Υ καθημερινά ή σχεδόν καθημερινά, καθώς και εκείνων που δεν τα έχουν χρησιμοποιήσει ποτέ.

Οι μεταβλητές λοιπόν από τις οποίες είχαμε τη δυνατότητα να εξάγουμε συμπεράσματα ήταν το φύλο των ατόμων του δείγματος και το εκπαιδευτικό τους επίπεδο, το οποίο χωρίζεται σε εννέα βαθμίδες, εκείνοι που δεν έχουν παρακολουθήσει καμία εκπαιδευτική βαθμίδα, απόφοιτοι Δημοτικού, Γυμνασίου, Γενικού ή Επαγγελματικού Λυκείου, ΙΕΚ, ΤΕΙ, ΑΕΙ, Κάτοχοι Μεταπτυχιακού και Διδακτορικού Τίτλου Σπουδών. Όσον αφορά την ηλικία των ατόμων του δείγματος διαχωρίστηκε σε 13 διαφορετικές ομάδες ηλικιών, με πρώτη την ηλικιακή ομάδα έως 15 ετών και τελευταία εκείνη των 70-74 ετών. Η ασχολία του κάθε ερωτώμενου, διαχωρίστηκε σε μαθητής, σπουδαστής, φοιτητής, μισθωτός, αυτοαπασχολούμενος, βοηθός σε οικογενειακή επιχείρηση, στρατιώτης και άτομα που ασχολούνται με τα οικιακά. Αναλυτικότερα τα δεδομένα που αντλήθηκαν σχετίζονται με το εκπαιδευτικό επίπεδο και τη συχνότητα χρήσης Η/Υ, την ηλικία και την ασχολία των χρηστών του Διαδικτύου, για τα άτομα που κάνουν καθημερινή χρήση και για εκείνα που δεν έχουν κάνει ποτέ χρήση.

Παρατηρούμε ότι για τους άνδρες και για κάθε βαθμίδα εκπαίδευσης, η καθημερινή χρήση Η/Υ μεταβάλλεται με την πάροδο του χρόνου. Πιο συγκεκριμένα βλέπουμε ότι οι μεγαλύτερες μεταβολές παρατηρούνται στη βαθμίδα του «Δημοτικού», που ενώ το 2004, η χρήση υπολογιστή σε καθημερινή βάση κυμαίνεται σε αρκετά χαμηλά επίπεδα, έπειτα αυξάνεται σταδιακά ενώ το 2008, αγγίζει τα επίπεδα του 57%, (ΠΙΝΑΚΑΣ 5.6, ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.1). Ανάλογη αυξητική τάση παρατηρείται και στα υπόλοιπα επίπεδα εκπαίδευσης μέχρι και του επιπέδου των «ΤΕΙ». Όσον αφορά, στο «ΑΕΙ» διακρίνεται μια σταθερή πορεία κατά τα έτη 2004

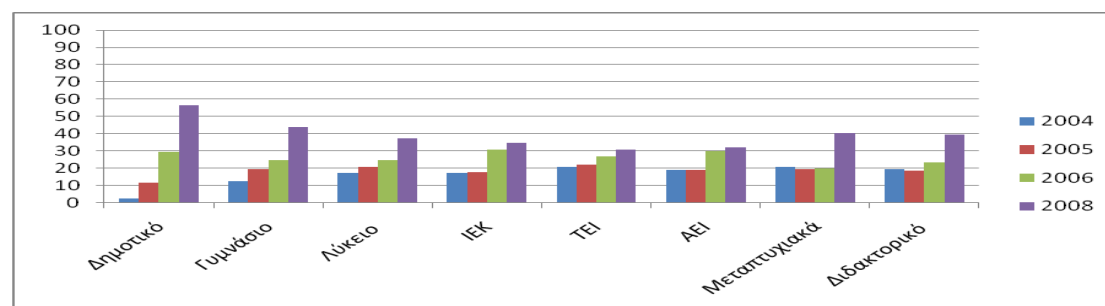
και 2005 και μια αύξηση μετά στα έτη 2006 και 2008. Για τις ανώτατες βαθμίδες εκπαίδευσης του «Μεταπτυχιακού» και του «Διδακτορικού», βλέπουμε μια σταθερή πορεία κατά τα έτη 2004-2006, ενώ τα ποσοστά χρήσης Η/Υ σχεδόν διπλασιάζονται κατά το έτος 2008 (ΠΙΝΑΚΑΣ 5.6, ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.1). Όσον αφορά τις γυναίκες, παρατηρούμε αυξητική πορεία σε όλα τα έτη για κάθε βαθμίδα εκπαίδευσης, με την πιο έντονη αύξηση να παρατηρείται στο επίπεδο του «Δημοτικού». Εξαίρεση αποτελεί η βαθμίδα του «Διδακτορικού», όπου η χρήση μειώνεται κατά τα τρία πρώτα έτη (2004-2006) και εκτοξεύεται στα επίπεδα του 57% το έτος 2008 (ΠΙΝΑΚΑΣ 5.7, ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.2).

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.6 Καθημερινή Χρήση Η/Υ για τους άνδρες ανά έτος για κάθε βαθμίδα εκπαίδευσης

	2004	2005	2006	2008	Σύνολο
Δημοτικό	2,5	11,6	29,5	56,5	100
Γυμνάσιο	12,2	19,3	24,8	43,7	100
Λύκειο	17,4	20,7	24,7	37,2	100
ΙΕΚ	17,1	17,6	30,6	34,7	100
ΤΕΙ	20,7	22	26,8	30,6	100
ΑΕΙ	19	19	29,8	32,2	100
Μεταπτυχιακά	20,8	19,4	19,6	40,2	100
Διδακτορικό	19,2	18,3	23,2	39,3	100

*Πηγή: Στοιχεία που προέκυψαν από επεξεργασία δεδομένων, που αντλήθηκαν από την Ελ.Στατ., σχετικά με την «Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας», για τα έτη 2004-2008.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.1 Καθημερινή Χρήση Η/Υ για τους άνδρες ανά έτος για κάθε βαθμίδα εκπαίδευσης



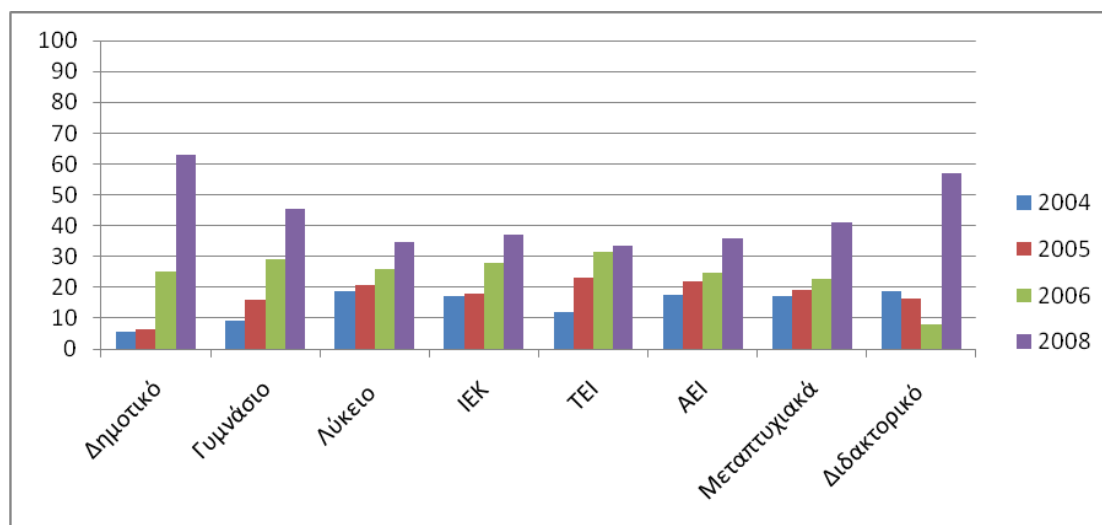
*Πηγή: Στοιχεία που προέκυψαν από επεξεργασία δεδομένων, που αντλήθηκαν από την Ελ.Στατ., σχετικά με την «Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας», για τα έτη 2004-2008.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.7 Καθημερινή Χρήση Η/Υ για τις γυναίκες ανά έτος για κάθε βαθμίδα εκπαίδευσης

Γυναίκες	2004	2005	2006	2008	Σύνολο
Δημοτικό	5,7	6,3	25	63,1	100
Γυμνάσιο	9,1	16,1	29,2	45,5	100
Λύκειο	18,6	20,6	25,9	34,9	100
ΙΕΚ	17,3	18	27,8	36,9	100
ΤΕΙ	12	23	31,7	33,4	100
ΑΕΙ	17,4	21,8	24,8	36	100
Μεταπτυχιακά	17,1	19	22,9	41	100
Διδακτορικό	18,9	16,2	8	56,9	100

*Πηγή: Στοιχεία που προέκυψαν από επεξεργασία δεδομένων, που αντλήθηκαν από την Ελ.Στατ., σχετικά με την «Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας», για τα έτη 2004-2008.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.2 Καθημερινή Χρήση Η/Υ για τις γυναίκες ανά έτος για κάθε βαθμίδα εκπαίδευσης



*Πηγή: Στοιχεία που προέκυψαν από επεξεργασία δεδομένων, που αντλήθηκαν από την Ελ.Στατ., σχετικά με την «Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας», για τα έτη 2004-2008.

Παρατηρούμε ότι υπάρχει μια διαφοροποίηση στις ετήσιες μεταβολές της μη χρήσης Διαδικτύου ανά ηλικιακή ομάδα και στα δύο φύλα. Αναλυτικότερα, στην ηλικιακή ομάδα 16-24 ετών τα ποσοστά μη χρήσης Διαδικτύου μειώθηκαν εντυπωσιακά από σχεδόν 50% το 2004, στο 6% το 2008. Μειώσεις αλλά όχι σε τόσο μεγάλη κλίμακα, παρατηρούνται στην ηλικιακή ομάδα 25-34 ετών καθώς και στα άτομα 35-44 ετών. Αντίθετα, στις ηλικίες πάνω από 45 ετών οι μειώσεις μη χρήσης Διαδικτύου είναι ελάχιστες. Επομένως, τα άτομα άνω των 45 ετών που δεν έχουν

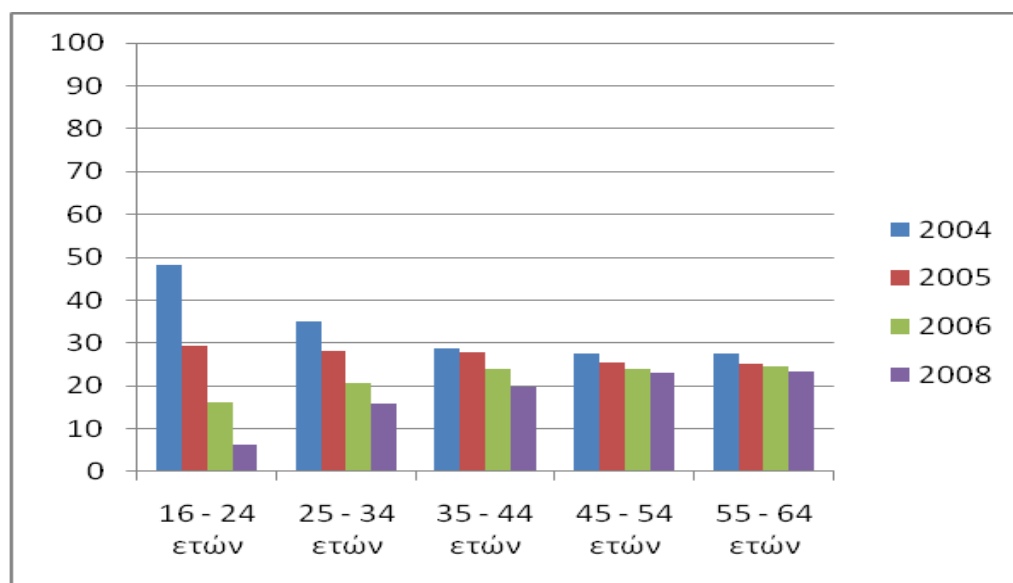
επαφή με τη χρήση Διαδικτύου διαχρονικά δεν παρατηρείται να εξοικειώνονται με την πάροδο του χρόνου.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.8 Άνδρες που δεν έχουν χρησιμοποιήσει ποτέ το Διαδίκτυο ανά έτος, για κάθε ηλικιακή ομάδα

Άνδρες	2004	2005	2006	2008	Σύνολο
16 - 24 ετών	48,1	29,3	16,2	6,4	100
25 - 34 ετών	35,1	28,2	20,7	15,9	100
35 - 44 ετών	28,7	27,7	24	19,6	100
45 - 54 ετών	27,6	25,4	23,9	23,1	100
55 - 64 ετών	27,4	25	24,4	23,3	100

*Πηγή: Στοιχεία που προέκυψαν από επεξεργασία δεδομένων, που αντλήθηκαν από την Ελ.Στατ., σχετικά με την «Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας», για τα έτη 2004-2008.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.3 Άνδρες που δεν έχουν χρησιμοποιήσει ποτέ το Διαδίκτυο ανά έτος, για κάθε ηλικιακή ομάδα



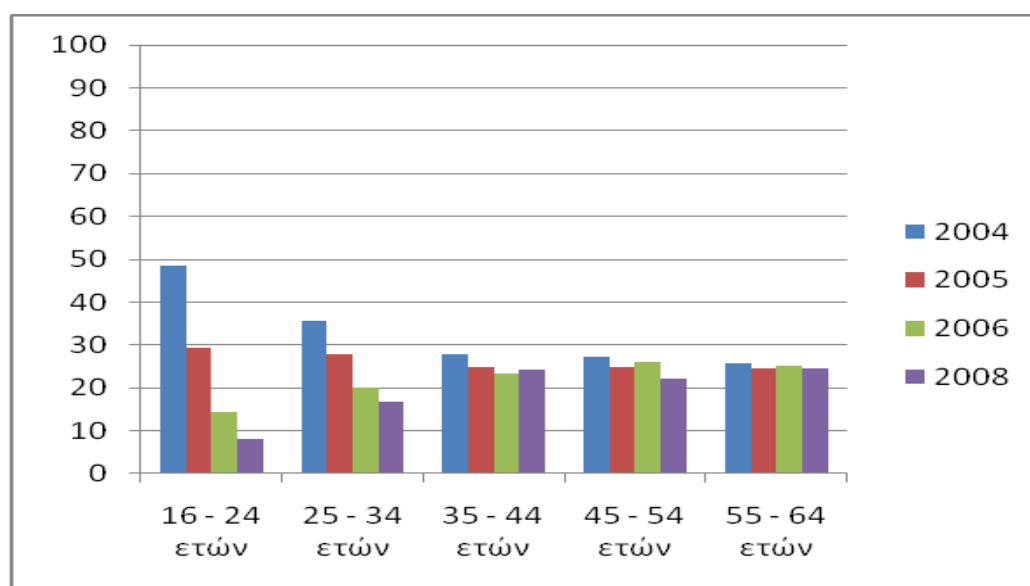
*Πηγή: Στοιχεία που προέκυψαν από επεξεργασία δεδομένων, που αντλήθηκαν από την Ελ.Στατ., σχετικά με την «Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας», για τα έτη 2004-2008.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.9 Γυναίκες που δεν έχουν χρησιμοποιήσει ποτέ το Διαδίκτυο ανά έτος, για κάθε ηλικιακή ομάδα

Γυναίκες	2004	2005	2006	2008	Σύνολο
16 - 24 ετών	48,4	29,2	14,4	8	100
25 - 34 ετών	35,6	27,8	19,9	16,7	100
35 - 44 ετών	27,7	24,7	23,2	24,3	100
45 - 54 ετών	27,1	24,8	26,1	22,1	100
55 - 64 ετών	25,7	24,6	25,2	24,4	100

*Πηγή: Στοιχεία που προέκυψαν από επεξεργασία δεδομένων, που αντλήθηκαν από την Ελ.Στατ., σχετικά με την «Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας», για τα έτη 2004-2008.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.4 Γυναίκες που δεν έχουν χρησιμοποιήσει ποτέ το Διαδίκτυο ανά έτος, για κάθε ηλικιακή ομάδα



*Πηγή: Στοιχεία που προέκυψαν από επεξεργασία δεδομένων, που αντλήθηκαν από την Ελ.Στατ., σχετικά με την «Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας», για τα έτη 2004-2008.

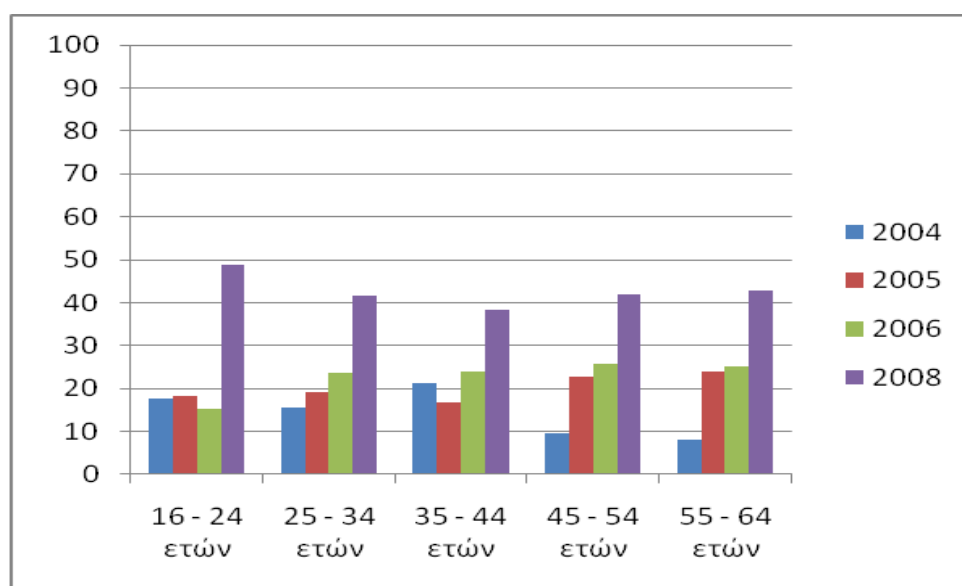
Σχετικά με την καθημερινή ή σχεδόν καθημερινή χρήση του Διαδικτύου, σε όλες τις ηλικιακές ομάδες υπάρχει μια αύξηση στην καθημερινή χρήση του Διαδικτύου το 2008, τόσο στους άνδρες, όσο και στις γυναίκες, (ΠΙΝΑΚΑΣ 5.10, ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.5).

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.10 Καθημερινή ή σχεδόν καθημερινή χρήση Διαδικτύου ανά έτος για τους άνδρες και για κάθε ηλικιακή ομάδα

	2004	2005	2006	2008	Σύνολο
Άνδρες					
16 - 24 ετών	17,5	18,2	15,4	48,8	100
25 - 34 ετών	15,7	19,2	23,5	41,6	100
35 - 44 ετών	21,3	16,6	23,8	38,3	100
45 - 54 ετών	9,7	22,7	25,6	41,9	100
55 - 64 ετών	8,1	24	25	42,9	100
65 - 74 ετών	23,9	6,5	37,7	31,8	100

*Πηγή: Στοιχεία που προέκυψαν από επεξεργασία δεδομένων, που αντλήθηκαν από την Ελ.Στατ., σχετικά με την «Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας», για τα έτη 2004-2008.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.5 Καθημερινή ή σχεδόν καθημερινή χρήση Διαδικτύου ανά έτος για τους άνδρες και για κάθε ηλικιακή ομάδα



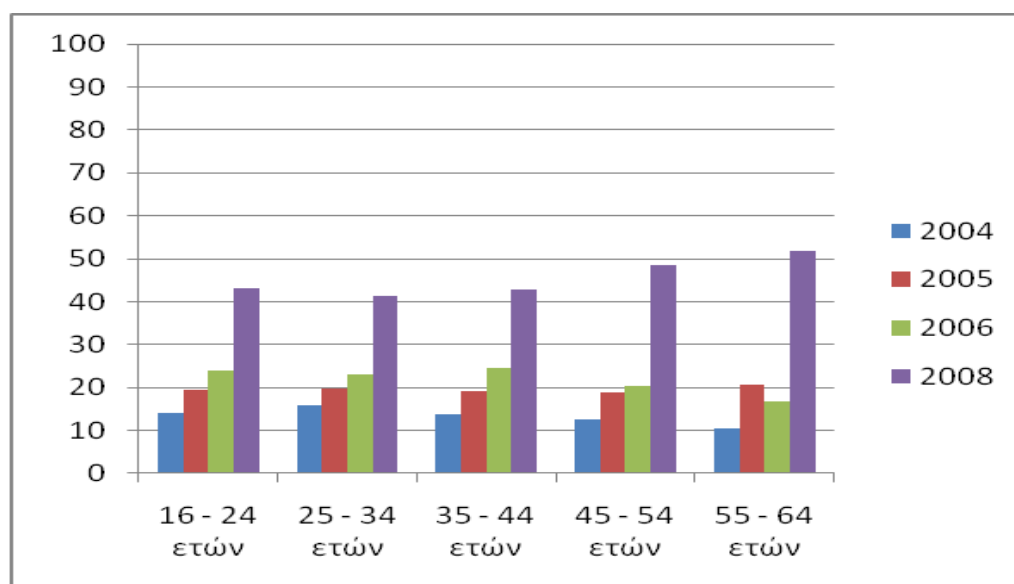
*Πηγή: Στοιχεία που προέκυψαν από επεξεργασία δεδομένων, που αντλήθηκαν από την Ελ.Στατ., σχετικά με την «Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας», για τα έτη 2004-2008.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.11 Καθημερινή ή σχεδόν καθημερινή χρήση Διαδικτύου ανά έτος για τις γυναίκες και για κάθε ηλικιακή ομάδα

Γυναίκες	2004	2005	2006	2008	Σύνολο
16 - 24 ετών	14,0	19,3	23,8	43,0	100
25 - 34 ετών	16,0	19,8	22,9	41,4	100
35 - 44 ετών	13,7	19,1	24,4	42,8	100
45 - 54 ετών	12,6	18,8	20,3	48,4	100
55 - 64 ετών	10,6	20,7	16,8	51,9	100

*Πηγή: Στοιχεία που προέκυψαν από επεξεργασία δεδομένων, που αντλήθηκαν από την Ελ.Στατ., σχετικά με την «Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας», για τα έτη 2004-2008

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.6 Καθημερινή ή σχεδόν καθημερινή χρήση Διαδικτύου ανά έτος για τις γυναίκες και για κάθε ηλικιακή ομάδα



*Πηγή: Στοιχεία που προέκυψαν από επεξεργασία δεδομένων, που αντλήθηκαν από την Ελ.Στατ., σχετικά με την «Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας», για τα έτη 2004-2008

Όσον αφορά στην επαγγελματική κατηγορία δεν είχαμε διαθέσιμα στοιχεία για τους «Ανέργους» και για την «Άλλη περίπτωση μη οικονομικά ενεργού ατόμου». Για τους «Μισθωτούς» και τους «Αυτοαπασχολούμενους» βλέπουμε ότι τα ποσοστά αυτών που δεν έχουν χρησιμοποιήσει ποτέ το Διαδίκτυο μειώνονται σταδιακά κατά την πάροδο του χρόνου και για τους άνδρες και για τις γυναίκες. Για τους «Μαθητές», «Σπουδαστές», συγκεκριμένα τα ποσοστά των μαθητών που δεν χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο είναι μειωμένα το 2008, σε σχέση με το 2004, ακολουθώντας μια αυξομειωτική τάση στα ενδιάμεσα χρόνια και στα δυο φύλα. Στην

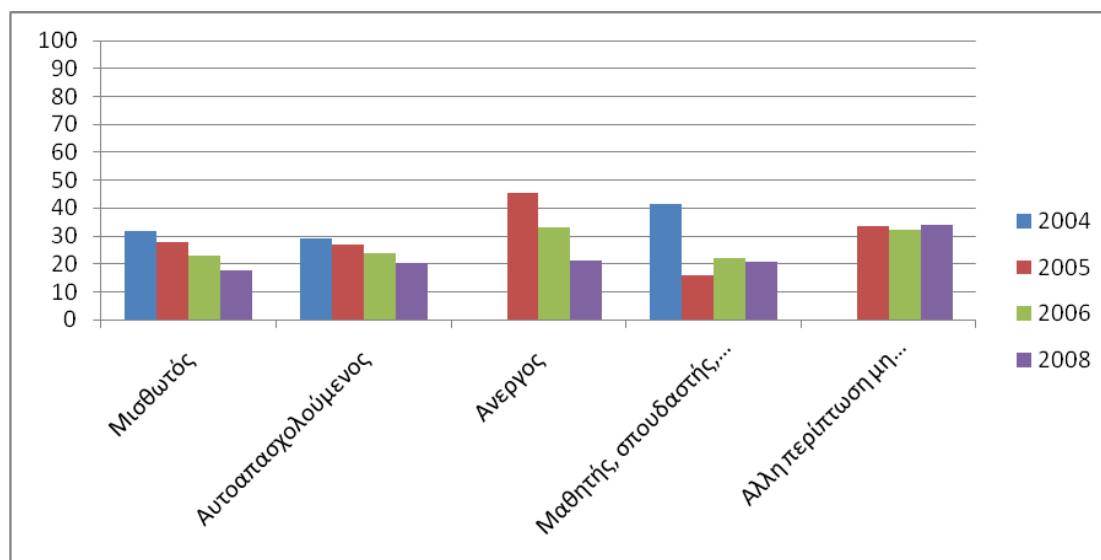
«Άλλη περίπτωση, μη οικονομικά ενεργού πληθυσμού», τα ποσοστά μη χρήσης Διαδικτύου παραμένουν σταθερά γύρω στο 30% και τους άνδρες και για τις γυναίκες. Τέλος, για τους «Ανέργους» ενώ για τους άνδρες υπάρχει μια καθοδική πορεία στα ποσοστά μη χρήσης, στις γυναίκες δεν σημειώνονται ιδιαίτερες μεταβολές στο χρόνο.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.12 Άνδρες που δεν έχουν χρησιμοποιήσει ποτέ το Διαδίκτυο ανά έτος, για κάθε επαγγελματική κατηγορία

Δεν έχω χρησιμοποιήσει ποτέ	2004	2005	2006	2008	Σύνολο
Άνδρες					
Μισθωτός	31,9	27,7	23	17,5	100,1
Αυτοαπασχολούμενος	29	26,8	23,7	20,5	100
Ανεργος	0	45,5	33,2	21,3	100
Μαθητής, σπουδαστής, φοιτητής	41,4	15,9	21,9	20,8	100
Άλλη περίπτωση μη οικονομικά ενεργού ατόμου		33,7	32,1	34,2	100

*Πηγή: Στοιχεία που προέκυψαν από επεξεργασία δεδομένων, που αντλήθηκαν από την Ελ.Στατ., σχετικά με την «Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας», για τα έτη 2004-2008

Διαγράμμα 5.7 Άνδρες που δεν έχουν χρησιμοποιήσει ποτέ το Διαδίκτυο ανά έτος, για κάθε επαγγελματική κατηγορία



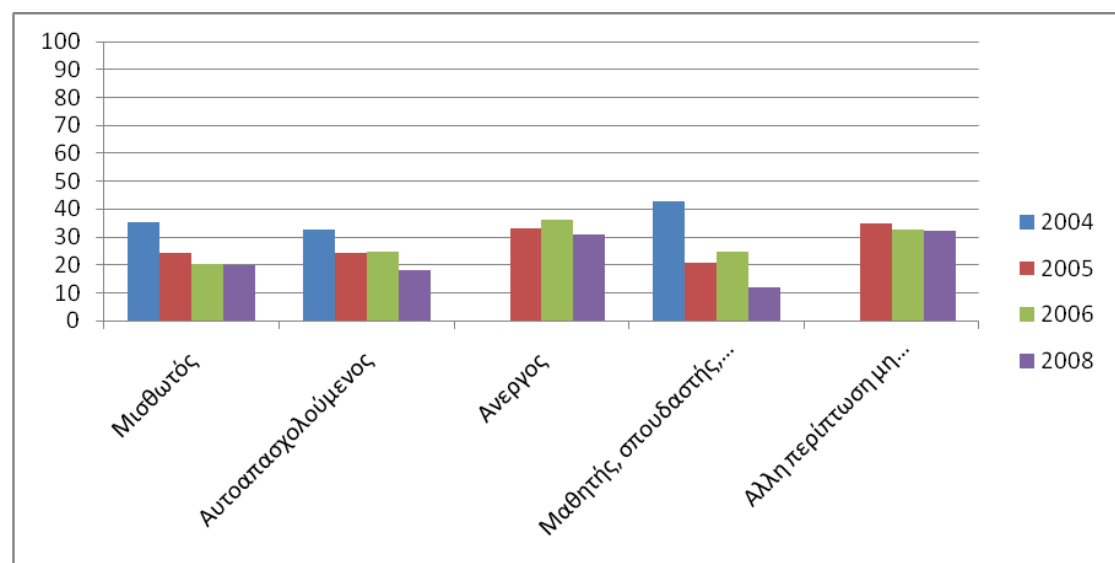
*Πηγή: Στοιχεία που προέκυψαν από επεξεργασία δεδομένων, που αντλήθηκαν από την Ελ.Στατ., σχετικά με την «Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας», για τα έτη 2004-2008

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.13 Γυναίκες που δεν έχουν χρησιμοποιήσει ποτέ το Διαδίκτυο ανά έτος, για κάθε επαγγελματική κατηγορία

Δεν έχω χρησιμοποιήσει ποτέ	2004	2005	2006	2008	Σύνολο
Γυναίκες					
Μισθωτός	35,2	24,3	20,5	20	100
Αυτοαπασχολούμενος	32,7	24,4	24,7	18,2	100
Ανεργος	0	33,2	36	30,8	100
Μαθητής, σπουδαστής, φοιτητής	42,7	20,8	24,6	11,9	100
Άλλη περίπτωση μη οικονομικά ενεργού ατόμου		34,9	32,7	32,4	100

*Πηγή: Στοιχεία που προέκυψαν από επεξεργασία δεδομένων, που αντλήθηκαν από την Ελ.Στατ., σχετικά με την «Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας», για τα έτη 2004-2008

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.8 Γυναίκες που δεν έχουν χρησιμοποιήσει ποτέ το Διαδίκτυο ανά έτος, για κάθε επαγγελματική κατηγορία



*Πηγή: Στοιχεία που προέκυψαν από επεξεργασία δεδομένων, που αντλήθηκαν από την Ελ.Στατ., σχετικά με την «Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας», για τα έτη 2004-2008

Τα ποσοστά των ανδρών που χρησιμοποιούν καθημερινά το Διαδίκτυο, σημειώνουν μια εντυπωσιακή αύξηση, για τους «Ανέργους» και τους «Μαθητές-Σπουδαστές» για το έτος 2008, ενώ στην «Άλλη περίπτωση, μη οικονομικά ενεργών ατόμων», η αύξηση αυτή αρχίζει να διαφαίνεται, από το 2006 και έπειτα. Στις γυναίκες, σε όλες τις επαγγελματικές κατηγορίες, εκτός εκείνης των «Ανέργων», υπάρχει πάλι σημαντική αύξηση το 2008. Ενώ στις «Ανεργες» γυναίκες τα ποσοστά

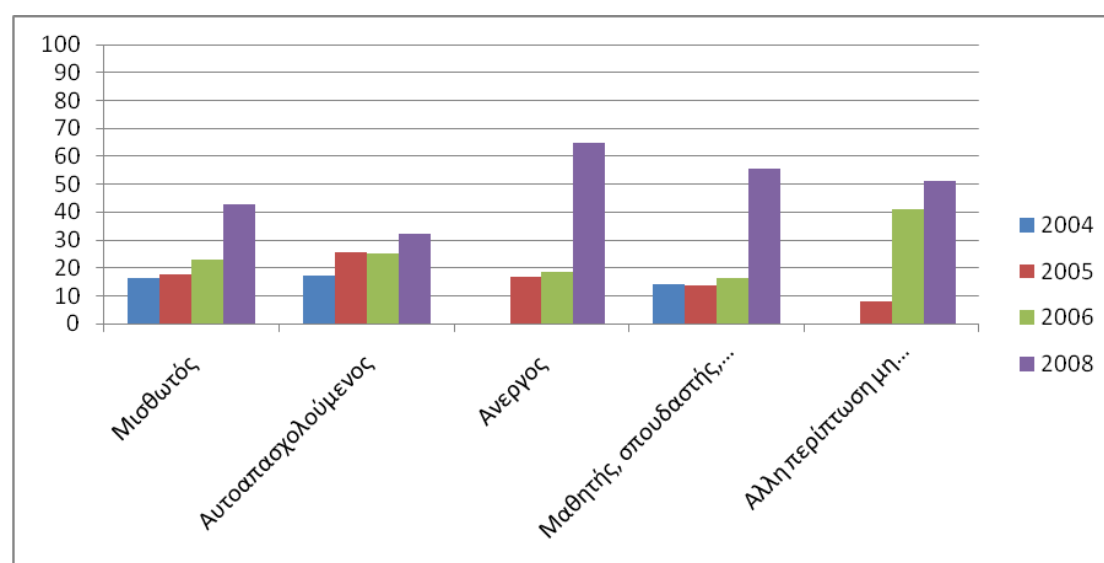
καθημερινής χρήσης του Διαδικτύου, ξεκινούν από το 30% το 2005, αυξάνονται κατά δέκα ποσοστιαίες μονάδες το 2006, για να επιστρέψουν στα αρχικά τους επίπεδα το 2008.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.14 Καθημερινή χρήση Διαδικτύου ανά έτος για τους άνδρες, για κάθε επαγγελματική κατηγορία

Κάθε μέρα ή σχεδόν κάθε μέρα					
Άνδρες	2004	2005	2006	2008	Σύνολο
Μισθωτός	16,5	17,8	22,9	42,8	100
Αυτοαπασχολούμενος	17,1	25,6	25,1	32,2	100
Ανεργος	0	16,7	18,4	64,9	100
Μαθητής, σπουδαστής, φοιτητής	14,1	13,9	16,4	55,6	100
Άλλη περίπτωση μη οικονομικά ενεργού ατόμου		8,1	40,9	51	100

*Πηγή: Στοιχεία που προέκυψαν από επεξεργασία δεδομένων, που αντλήθηκαν από την Ελ.Στατ., σχετικά με την «Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας», για τα έτη 2004-2008

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.9 Καθημερινή χρήση Διαδικτύου ανά έτος για τους άνδρες, για κάθε επαγγελματική κατηγορία



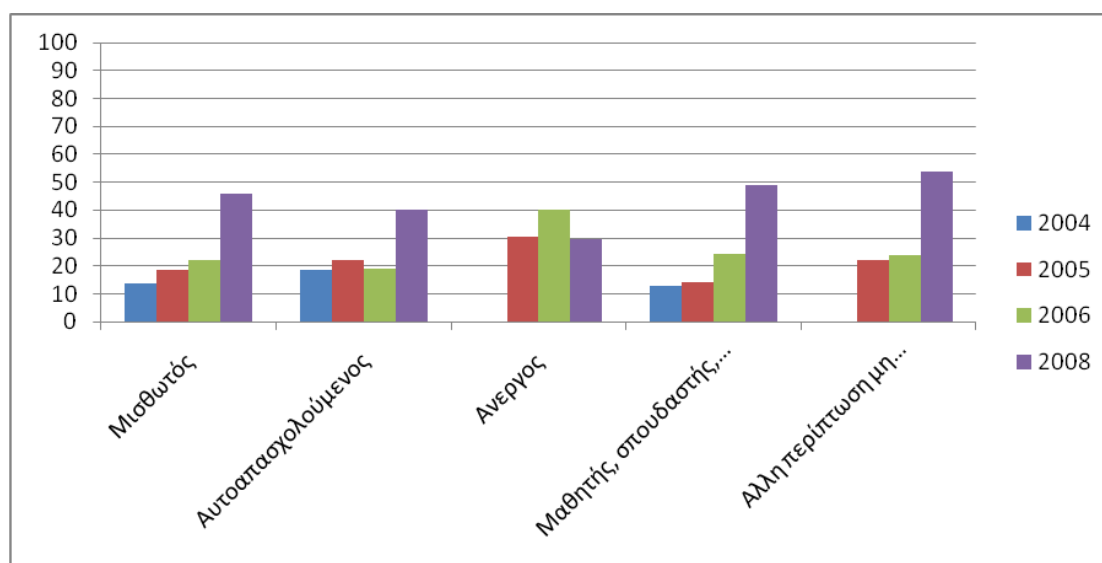
*Πηγή: Στοιχεία που προέκυψαν από επεξεργασία δεδομένων, που αντλήθηκαν από την Ελ.Στατ., σχετικά με την «Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας», για τα έτη 2004-2008

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.15 Καθημερινή χρήση Διαδικτύου ανά έτος για τις γυναίκες, για κάθε επαγγελματική κατηγορία

Κάθε μέρα ή σχεδόν κάθε μέρα	2004	2005	2006	2008	Σύνολο
Γυναίκες					
Μισθωτός	13,8	18,4	22,1	45,7	100
Αυτοαπασχολούμενος	18,5	22,2	19,2	40,1	100
Ανεργος		30,3	40,2	29,4	100
Μαθητής, σπουδαστής, φοιτητής	12,7	14,2	24,1	49	100
Άλλη περίπτωση μη οικονομικά ενεργού ατόμου		22,3	23,8	53,9	100

*Πηγή: Στοιχεία που προέκυψαν από επεξεργασία δεδομένων, που αντλήθηκαν από την Ελ.Στατ., σχετικά με την «Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας», για τα έτη 2004-2008

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.10 Καθημερινή χρήση Διαδικτύου ανά έτος για τις γυναίκες, για κάθε επαγγελματική κατηγορία



*Πηγή: Στοιχεία που προέκυψαν από επεξεργασία δεδομένων, που αντλήθηκαν από την Ελ.Στατ., σχετικά με την «Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας», για τα έτη 2004-2008

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στην παρούσα εργασία προσεγγίσαμε το φαινόμενο των νέων τεχνολογιών, του Διαδικτύου και των διαδικτυακών μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Η προκείμενη εργασία αποτελείται από δυο μέρη, στο πρώτο σκέλος εμπεριέχεται η θεωρητική ανάλυση και στο δεύτερο, η στατιστική ανάλυση δεδομένων που σχετίζονται με το θέμα, για την περίπτωση της Ελλάδας. Το ζήτημα των νέων τεχνολογιών, της χρήσης Διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι ένα αρκετά επίκαιρο θέμα, που πολύ δύσκολα μπορεί να οριοθετηθεί, καθώς αγγίζει πολλές πτυχές και επηρεάζεται από πολλές παραμέτρους.

Το Διαδίκτυο, γνωστό με την άκλιτη αγγλική ονομασία Internet είναι πλέον ένα από τα βασικότερα μέσα μαζικής επικοινωνίας. Μέσω του Διαδικτύου, τα άτομα έχουν τη δυνατότητα απεριόριστης και δωρεάν επικοινωνίας με τον υπόλοιπο κόσμο, διαμοίρασης πληροφοριών απεριόριστου όγκου, σε μηδενικό χρόνο. Παρέχει τη δυνατότητα ευρείας άμεσης ενημέρωσης σχετικά με θέματα, τεχνολογικά, πολιτικά, πολιτισμικά ή ακόμα και ψυχαγωγίας, γι' αυτό το λόγο και δίκαια έχει χαρακτηριστεί ως ένα «ανοιχτό κανάλι επικοινωνίας» με ολόκληρο το κόσμο. Η πιο σημαντική δυνατότητα που προσφέρει το Διαδίκτυο στα άτομα, είναι η δημοσίευση των προσωπικών τους απόψεων σχετικά με τα κοινωνικά δρώμενα, χωρίς κάποια λογοκρισία. Τα τελευταία χρόνια η σύνδεση στο Διαδίκτυο έγινε πιο προσιτή μέσω των νέων τεχνολογιών. Έτσι, ο κάθε χρήστης μπορεί να βρίσκεται σε συνεχή σύνδεση στο Διαδίκτυο με σχεδόν μηδενικό κόστος (μέσω ασύρματου δικτύου, smartphones, κ.ά.). Σήμερα, το Διαδίκτυο είναι παντού, στην Εκπαίδευση με το e-learning, στην ηλεκτρονική διακυβέρνηση, με το e-governement, στην επικοινωνία μέσω δωρεάν μηνυμάτων, με το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, e-mail, κ.ά.. Η καθολική εξάπλωση του Διαδικτύου τις τελευταίες δεκαετίες έδωσε μια άλλη μορφή στο τρόπο επικοινωνίας των ατόμων, καθώς, με την είσοδό του στη ζωή τους έχει επιφέρει δομικές αλλαγές στις μεθόδους και τα μέσα με τα οποία τα άτομα επικοινωνούν και ανταλλάσσουν μεταξύ τους πληροφορίες, με ραγδαίους ρυθμούς.

Η κοινωνική δικτύωση των ατόμων σήμερα, είναι ένας αρκετά διαδεδομένος όρος, που χρησιμοποιείται συχνά στις μέρες μας, αλλά ωστόσο δεν έχει διασαφηνιστεί πλήρως. Στην εργασία αυτή οριοθετήθηκε το ζήτημα της κοινωνικής δικτύωσης, εξετάστηκαν οι περισσότερες παράμετροι με τις οποίες συνδέεται, αλλά

βασικά διασαφηνίστηκε με ακρίβεια ως όρος. Πρόκειται λοιπόν, για μια τακτική των ατόμων να συμμετέχουν σε κοινωνικά δίκτυα και να διευρύνουν έτσι τον αριθμό των κοινωνικών ή των επιχειρηματικών επαφών τους διαμέσου ατομικών διασυνδέσεων, η οποία υπάρχει από τότε που υπάρχουν οι κοινωνίες. Από τις αρχές της δεκαετίας του '90, άλλαξε ο τρόπος επικοινωνίας των ατόμων, όχι μόνο μορφολογικά αλλά και ουσιαστικά, καθώς μεταβλήθηκε το περιεχόμενό του. Εξέχουσα σημασία στην καθιέρωση των αλλαγών αυτών, κατείχαν τα διαδικτυακά κοινωνικά μέσα και οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης και διαμοίρασης περιεχομένου. Οι δυο τελευταίοι όροι, είναι αλληλοεπικαλυπτόμενοι, ως έννοιες, γι' αυτό και χρησιμοποιούνται εναλλακτικά μεταξύ τους, χωρίς όμως να έχουν απόλυτη ταύτιση. Γενικότερα, τα κοινωνικά μέσα αποτελούν εργαλεία για τη διαμοίραση και το σχολιασμό της πληροφορίας. Από την άλλη πλευρά, η κοινωνική δικτύωση σχετίζεται άμεσα με τη χρήση κοινοτήτων με απώτερο σκοπό τη σύνδεση και επικοινωνία με άλλα άτομα. Η χρήση των κοινωνικών μέσων, κατέχει βασικό ρόλο στην επικοινωνία των ατόμων σήμερα σε σημείο που αποτελεί το πιο επίκαιρο φαινόμενο των ημερών μας.

Μέρα με τη μέρα, οι χρήστες των διαδικτυακών μέσων κοινωνικής δικτύωσης πολλαπλασιάζονται με ταχύτατους ρυθμούς. Όσο το Διαδίκτυο γίνεται όλο και πιο προσιτό στα άτομα, αναξάρτητα από το φύλο και την ηλικία τους, τόσο η επικοινωνία τους γίνεται πλέον «διαδικτυακή» και παίρνει τη μορφή μιας καινούργιας ανάγκης, που με το πέρασμα του χρόνου, γίνεται μια από τις πιο αγαπημένες καθημερινές συνήθειες των ατόμων. Η μεγαλύτερη αλλαγή στην ποιότητα της επικοινωνίας των ατόμων μέσω του Διαδικτύου των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, είναι πως οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα να επεκτείνουν διαρκώς το δίκτυο των γνωριμιών τους, δημιουργώντας, συνδέσεις με «φίλους» των «φίλων» τους ή με άλλα άτομα με κοινά ενδιαφέροντα. Δηλαδή, η επικοινωνία δεν βασίζεται στην προσωπική σχέση ενός ατόμου με ένα άλλο, αλλά το ακριβώς αντίστροφο. Έτσι, η δημιουργία μιας δικτυακής σύνδεσης με το «φίλο» ενός «φίλου» ή με τα άτομα με κοινά ενδιαφέροντα και η επικοινωνία μαζί του διαδικτυακά, προκαλεί τη δημιουργία προσωπικής σχέσης μαζί του, έστω και αν δεν υπάρχει γνωριμία, πρόσωπο με πρόσωπο στην «πραγματική ζωή».

Τα πιο διαδεδομένα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όχι μόνο στην Ελλάδα, αλλά και σε ολόκληρο το κόσμο είναι το Facebook και το Twitter, γι' αυτό και αποτελούν επίσης αντικείμενο ανάλυσης της παρούσας εργασίας. Η δημοτικότητα των αυτών κοινωνικών δικτύων κυμαίνεται σε υψηλά επίπεδα σήμερα καθώς μέσα από αυτά

ικανοποιείται η έμφυτη ανάγκη επικοινωνίας του ατόμου με άλλα άτομα, που έχουν παρόμοιο τρόπο σκέψης, παρόμοια ενδιαφέροντα και πεποιθήσεις, στη σύγχρονη «ηλεκτρονική» κοινωνία.

Στην παρούσα εργασία, παρατηρήθηκε ο τρόπος λειτουργίας, η φιλοσοφία κατά την οποία κάποιο άτομο χρησιμοποιεί το ένα δίκτυο ή το άλλο, αλλά κυρίως η ποιότητα και η ποικιλία υπηρεσιών που προσφέρουν τα δίκτυα αυτά. Εμβαθύνοντας, φαίνεται ότι η επικοινωνία και στα δύο δίκτυα είναι άμεση, έστω και αν δεν υποδηλώνει «προσωπική» συνομιλία, (όπως για παράδειγμα κατά τη διάρκεια μιας τηλεφωνικής συνδιάσκεψης ή συζήτησης πρόσωπο με πρόσωπο) μεταξύ δύο ή περισσότερων ατόμων, ανταλλάσσοντας προσωπικά μηνύματα. Με αυτό τον τρόπο η επικοινωνία είναι άμεση και γίνεται σε στιγμιαίο χρόνο, έτσι ο όγκος πληροφοριών που τα άτομα μοιράζονται είναι τεράστιος. Το πιο καινοτόμο και γοητευτικό ταυτόχρονα, σε σχέση με τα προηγούμενα δεδομένα επικοινωνίας των ατόμων, είναι πως κάθε στιγμή τα κοινωνικά δικτυωμένα άτομα μπορούν να ανακοινώνουν, δημοσιοποιώντας στο προφίλ τους, το που βρίσκονται, με τι ακριβώς ασχολούνται, αλλά κυρίως την κάθε προσωπική σκέψη που κάνουν ή να εκφράζουν τη διάθεσή τους στην ορισμένη στιγμή. Με το τρόπο αυτό, η προσωπική ζωή των ατόμων γίνεται αντικείμενο συζήτησης των «φίλων» τους στο εκάστοτε κοινωνικό δίκτυο, σε εικοσιτετράωρη βάση. Το παραπάνω φαινόμενο παρατηρείται και στα δυο διαδικτυακά μέσα, σε εντονότερο βαθμό όμως, παρατηρείται στο Twitter, λόγω της χρήσης των Tweets. Η συγκεκριμένη εργασία ανέλυσε το Διαδίκτυο και την Κοινωνική Δικτύωση ως φαινόμενα και ανέλυσε στατιστικά τους χρήστες, αναδεικνύοντας τα κοινωνικά και δημογραφικά τους χαρακτηριστικά.

Η παρούσα εργασία επικεντρώθηκε τόσο στη στατιστική ανάλυση των χρηστών του Facebook, όσο και του Twitter. Στην Ελλάδα, η χρήση του Facebook είναι αρκετά διαδεδομένη, καθώς επίσημα καταγράφονται 3.013.520 χρήστες του, οι οποίοι αποτελούν το 28,3% του συνολικού πληθυσμού της χώρας. Οι Έλληνες χρήστες του Facebook, από τη στατιστική ανάλυση που πραγματοποιήθηκε φαίνεται να είναι τόσο άνδρες, όσο και γυναίκες, με μια ελαφριά υπεροχή των ανδρών, ηλικίας 18-35 ετών στην πλειονότητά τους, χωρίς αυτό να σημαίνει πως στις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες δεν καταγράφεται ανοδική πορεία χρήσης. Όσον αφορά το Twitter, το οποίο έγινε γνωστό τα τελευταία δυο χρόνια στην Ελλάδα, οι χρήστες του πολλαπλασιάζονται καθημερινά με ταχύτατους ρυθμούς. Η πλειονότητα των ατόμων που χρησιμοποιούν το Twitter είναι ηλικίας 35 ετών και άνω.

Για το πλήθος των χρηστών του Facebook στην Ελλάδα, πραγματοποιήθηκε Ανάλυση Χρονοσειρών, με τη χρήση του SPSS 18.0, σε δεδομένα που αντλήθηκαν από την ιστοσελίδα των στατιστικών στοιχείων του Facebook. Από τα αποτελέσματα της ανάλυσης, προκύπτει ότι το μήνα Μαΐο του 2011, η πρόβλεψη που δίνεται για το Μάιο του 2011, είναι πως το 30,26% του συνολικού πληθυσμού είναι ενεργοί χρήστες, 30,02% για το μήνα Ιούνιο και 29,87% για το μήνα Ιούλιο του ίδιου έτους. Παρατηρούνται δηλαδή πάλι αυξομειώσεις στο πλήθος των χρηστών, αλλά και πάλι ανακτούν ανοδική πορεία.

Επιπρόσθετα, σχετικά με τους χρήστες του Διαδικτύου και των νέων τεχνολογιών, παρουσιάστηκε και αναλύθηκε η έρευνα της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής, «Χρήση Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας για τα Νοικοκυριά», σχετικά με τη μεθοδολογία που ακολουθείται για την εκπόνηση της συγκεκριμένης έρευνας, καθώς και τα γενικά της χαρακτηριστικά. Η εκπόνηση της συγκεκριμένης έρευνας, έχει ως βασικό σκοπό τη μελέτη του βαθμού χρήσης των τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας από τα νοικοκυριά σε ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο. Τα αποτελέσματα της έρευνας αυτής, αναλύθηκαν με δύο τρόπους. Αρχικά, επεξεργαστήκαμε τα αποτελέσματα της έρευνας που δημοσιεύονται από την Ελληνική Στατιστική Αρχή για το προηγούμενο έτος (2010). Στη συνέχεια, κατόπιν αίτησής μας στην Ελληνική Στατιστική Αρχή είχαμε τη δυνατότητα να επεξεργαστούμε πρωτογενή δεδομένα για το πρώτο τρίμηνο των ετών 2004-2008, με εξαίρεση το 2007, για το οποίο δεν είχαμε στη διάθεσή μας δεδομένα.

Συμπερασματικά, το κοινωνικό προφίλ του μέσου Έλληνα χρήστη με βάση τη συγκεκριμένη έρευνα, σχετίζεται με άνδρες ηλικίας 25-34 ετών, μέσου μορφωτικού επιπέδου, Αποφοίτων Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης και Ινστιτούτων Επαγγελματικής Κατάρτισης. Από τα αποτελέσματα της έρευνας αυτής, δίνονται επίσης στοιχεία σχετικά με τους λόγους που τα άτομα χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο, όπου σημειώνεται πως οι περισσότεροι το χρησιμοποιούν για την αναζήτηση πληροφοριών ή για τις υπηρεσίες online και ανεξάρτητα με την ασχολία τους, τα άτομα χρησιμοποιούν στην πλειονότητά τους το Διαδίκτυο για την ανταλλαγή ηλεκτρονικών μηνυμάτων.

Από τα πρωτογενή δεδομένα, διερευνήθηκε η καθημερινή χρήση Η/Υ για τους άνδρες και τις γυναίκες ανά έτος για κάθε βαθμίδα Εκπαίδευσης. Από την ανάλυση αυτή προκύπτει ότι, τόσο στους άνδρες, όσο και τις γυναίκες, για κάθε βαθμίδα εκπαίδευσης, η καθημερινή χρήση Η/Υ μεταβάλλεται με την πάροδο του χρόνου με αυξητική τάση. Επίσης, από την ανάλυση των δεδομένων σχετικά με τους άνδρες και

τις γυναίκες που δεν έχουν χρησιμοποιήσει ποτέ το Διαδίκτυο για κάθε ηλικιακή ομάδα, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι παρατηρείται μια διαφοροποίηση ανά ηλικιακή ομάδα και στα δύο φύλα. Εντυπωσιακή, είναι η μείωση της μη χρήσης του Διαδικτύου στην ηλικιακή ομάδα 16-24 ετών, ενώ τα άτομα άνω των 45 ετών φαίνεται πως συνεχίζουν να μην οικειοποιούνται το Διαδίκτυο και το οποίο συνεχίζει να μην αποτελεί κομμάτι της καθημερινότητάς τους. Όσον αφορά, την ασχολία των ατόμων που δεν χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο, διαγράφουν μια πορεία με έντονες διαφοροποιήσεις με το πέρασμα του χρόνου. Ιδιαίτερα εντυπωσιακή είναι η μείωση της μη χρήσης του Διαδικτύου, στη κατηγορία «Μαθητών-Σπουδαστών» το 2008. Ενώ για τις κατηγορίες των «Μισθωτών» και των «Αυτοαπασχολούμενων» τα ποσοστά μη χρήσης επίσης μειώνονται. Η καθημερινή χρήση του Διαδικτύου φαίνεται ότι διαγράφει αυξητική πορεία σε όλες τις ηλικιακές ομάδες, τόσο στους άνδρες, όσο και στις γυναίκες. Η καθημερινή χρήση του Διαδικτύου σημειώνει για τους άνδρες εντυπωσιακή αύξηση για τους «Ανέργους» και τους «Μαθητές-Σπουδαστές» για το έτος 2008. Στις γυναίκες όμως, η καθημερινή χρήση κατέχει μια αυξητική πορεία σε όλες τις επαγγελματικές κατηγορίες εκτός εκείνης των «Ανέργων».

Η Κοινωνία της πληροφορίας, η διαδεδομένη πλέον χρήση των ηλεκτρονικών υπολογιστών και του Διαδικτύου και η κοινωνική δικτύωση, έχουν δημιουργήσει έναν καινούργιο ψηφιακό κόσμο, στον οποίο δημιουργούνται νέα κοινωνικά προφίλ ατόμων και καινούργιες κοινωνικές σχέσεις μεταξύ τους. Χαρακτηριστικό είναι το πρόσφατο παράδειγμα του κινήματος των «Αγανακτισμένων», το οποίο μέσω της κοινωνικής δικτύωσης συνένωσε έναν μεγάλο αριθμό πολιτών σε διάφορες ευρωπαϊκές χώρες, συμπεριλαμβανομένου και της χώρας μας, ώστε να δηλώσουν την αντίθεσή τους απέναντι στη νέα πολιτική, κοινωνική και οικονομική κατάσταση και να διαδηλώσουν ταυτόχρονα στις κεντρικές πλατείες των μεγάλων ευρωπαϊκών πόλεων. Φαίνεται λοιπόν ότι η κοινωνική δικτύωση παίρνει μια νέα διάσταση, αφού δεν δημιουργεί μόνο τις προϋποθέσεις μιας ευχάριστης επικοινωνίας, αλλά λειτουργεί ως μέσο εκκίνησης μιας νέας εποχής, όπου τα άτομα μπορεί να μοιράζονται απόψεις, να αναπτύσσουν μια κοινή ιδεολογία και να συμμετέχουν ενεργά στα κοινωνικά δρώμενα.

Η εγγύτητα στην πληροφορία, η κοινωνική δικτύωση και οι νέοι τρόποι διαμοίρασης περιεχομένου, έχουν διευκολύνει τη ζωή των ατόμων, προκαλώντας όμως θεσμικές αλλαγές όχι μόνο στην ανθρώπινη επαφή και επικοινωνία αλλά και

στην ίδια τη δομή της κοινωνίας, καθώς πλέον τείνει να πάρει τη μορφή της «ηλεκτρονικής» κοινωνίας.

ΠΗΓΕΣ-ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΠΗΓΕΣ

Α' Ηλεκτρονικές Διευθύνσεις

www.statistics.gr (πρόσβαση στις 15/12/2010).

www.observatory.gr (πρόσβαση στις 14/01/2011).

www.socialbakers.com (πρόσβαση στις 12/10/2010, 12/11/2010, 12/12/2010, 12/01/11, 12/02/2011, 12/03/2011, 12/04/2011).

www.socialnetworking.com (πρόσβαση στις 27/3/2011).

<http://thenextweb.com/socialmedia/2010/02/22/twitter-statistics-full-picture>

(πρόσβαση στις 25/03/2011).

<http://www.seoathens.com/xrhsh-diadiktyou.html> (πρόσβαση στις 18/01/2011).

www.facebook.com

www.twitter.com

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Αθανάσαινας Π., *Τα κοινωνικά δίκτυα στο επίκεντρο της εξέλιξης του Ιστού*, Αθήνα 2007 <http://portal.kathimerini.gr>, (πρόσβαση στις 05/01/2011).

Βέργη Ελένη, *Ταυτότητα χρηστών Internet στην Ελλάδα*, Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας Αθήνα 2010, <http://www.observatory.gr/files/meletes> (πρόσβαση 12/2/2011).

Βίγκλας Λ., Ιωαννίδου Α., Μάτος Α., Σπυρόπουλος Χ., *Ανάλυση αποτελεσμάτων έρευνας για τη χρήση των νέων τεχνολογιών από τα παιδιά 8-15 ετών*, Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, Αθήνα 2009, <http://www.observatory.gr/files/meletes> (πρόσβαση 10/2/2011).

Κατσίκης Α., *Οι Νέες Τεχνολογίες στην Ανάδειξη της Παραδοσιακής Τέχνης, Οι Νέες Τεχνολογίες για την Κοινωνία και τον Πολιτισμό*, Αθήνα (Πρακτικά Β' Πανελληνίου Συνεδρίου με Διεθνή Συμμετοχή) 2000.

Κουντζέρης Α., Κωνσταντάτος Μ., *Νέες τάσεις στη χρήση του διαδικτύου για επικοινωνία, πληροφόρηση και ψυχαγωγία*, Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της

Πληροφορίας, 2010, <http://www.startupgreece.gov.gr/sites/default/files> (πρόσβαση 30/1/2011).

Λεβεντίδης Δ., *Internet*, Αθήνα (Anubis) 1994.

Παπάνης Ε., *Κοινωνικό Κεφάλαιο και Κοινωνικά Δίκτυα. Ελληνική Κοινωνική Έρευνα*, Greek Social Research, 2007, <http://epapanis.blogspot.com>, (πρόσβαση στις 02/02/2011) .

Παπαηλιού Ν., *Κοινωνικά δίκτυα & ανάλυση κοινωνικών δικτύων. Μονάδα Διοίκησης Πληροφοριακών Συστημάτων*, Ερευνητικό Πανεπιστημιακό Ινστιτούτο Συστημάτων Επικοινωνιών και Υπολογιστών, Αθήνα (ΕΠΙΣΕΥ) 2007.

Σακλαμπανάκης Γ., *Εισαγωγή στο Internet*, Αθήνα (Anubis) 1995.

Σιώζος Π., Παλαιγεωργίου Γ., Κωνσταντάκης Ν., *Η στάση απέναντι στους υπολογιστές: θεωρητική προσέγγιση και μια καταγραφή της σε πρωτοετείς φοιτητές ενός τμήματος Πληροφορικής*, 4ο Συνέδριο ΕΤΠΕ, 29/09 – 03/10/2004, Παν/μιο Αθηνών, <http://www.etpe.gr/files/proceedings/filessyn/B191-200.pdf> (πρόσβαση 19/5/2011).

Συμεωνάκη Μ., *Σημειώσεις μαθήματος «Στατιστικές μέθοδοι στην Κοινωνική έρευνα II»*, Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών «Μεθοδολογία και Εφαρμογές στην Κοινωνική Πολιτική», Πάντειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα 2010.

Χτούρης Σ., *Ορθολογικά Συμβολικά Δίκτυα*, Αθήνα (Νήσος) 2004.

Berkman, L.F. and Glass, T. *Social integration, social networks, social support and health*. στο Berkman LF. and Kawachi I., *Social Epidemiology* Oxford (Oxford University Press) 2000.

Breeze E., Grundy C., Fletcher A., *Inequalities in quality of life among people aged 75 years and over in Great Britain*, London School of Hygiene and Tropical Medicine, April 2001.

Boyd, D. M., Ellison, N. B., «Social network sites: definition, history, and scholarship», *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol 13, issue 1, 2008 <http://www.mendeley.com/research/social-network-sites-definition-history-scholarship-11>, 210-230 (πρόσβαση στις 10/04/2011).

Cohen, L., *Is There a Difference Between Social Media And Social Networking?*, March 2009, <http://cohenside.blogspot.com/2009/03/is-there-difference-between-social.html>, (πρόσβαση 13/4/2011).

Stuart St., *Learning, Teaching and Researching on the Internet: A Practical Guide for Social Scientists*, London (Longman) 1999.

Freeman, L., *The Development of Social Network Analysis*. Vancouver (*Empirical Press*) 2004, <http://aris.ss.uci.edu/~lin/book.pdf>, (πρόσβαση στις 31/2/2011).

Junco R., Heiberger G., Loken E., «The effect of Twitter on college student engagement and grades», *Journal of Computer Assisted Learning*, vol 27, Blackwell Publishing Ltd, 2010 <http://blog.reyjunco.com/pdf/JuncoHeibergerLokenTwitterEngagementGrades.pdf>, 119-132 (πρόσβαση 22/2/2011).

Kuan-Yu Lin, His-Peng Lu, «Why people use social networking sites: an empirical study integrating network externalities and motivation theory», *Computers in Human Behavior*, National Taiwan University of Science and Technology, Department of Information Management, vol. 27 2011, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563210003766>, 1152-1161 (πρόσβαση 18/4/2011).

Michailidis A., Partalidou M., Nastis S., Papadaki-Klavdianou A., Charatsari C., «Who goes online? Evidence of internet use patterns from rural Greece», *Telecommunications Policy*, vol. 35, 2011. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S030859611100019X>, 333–343 (πρόσβαση 15/4/2011).

Mislove, A., Druschel, P., Marcon, M., Bhattacharjee, B. & Gummadi, K.P. *Measurement and Analysis of Online Social Networks.*, San Diego, California, USA, 2007, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.109.4432&rep=rep1&type=pdf>, (πρόσβαση 12/1/2011).

Murray R.Spiegel, Larry J.Stephens, *Στατιστική, 3^η Έκδοση*, μτφρ. και επιμ. Μπαγιάτης Κ, Καρανάσιος Ν., Αθήνα (ΤΖΙΟΛΑ) 2000.

Walker, K.N. & MacBride, A. & Vachon, M.L.S., «Social support networks and the crisis of bereavement», *Social Science and Medicine*, vol. 11, issue 1, Elsevier Science Ltd, January 1977, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0037785677901433>, 35-41 (πρόσβαση στις 19/02/2011).

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΓΕΝΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΑΡΧΗΣ

Νομός:

Δήμος ή Κοινότητα :

Κωδικός Νοικοκυριού: |_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|

ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΩΝ
ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΓΟΡΑΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ: Ειδικών Ερευνών Νοικοκυριών

Ημερομηνία: |_|_| |_|_| |2|0|1|0|

Τηλ: 210 485 2896 – 210 485 2941

Fax: 210 485 2906

Ερευνητής: |_|_|_|

**ΕΡΕΥΝΑ ΧΡΗΣΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΚΑΙ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΑΠΟ ΤΑ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΑ 2010**

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΓΙΑ ΜΕΛΗ ΗΛΙΚΙΑΣ 16 - 74 ΕΤΩΝ

(Συμπληρώνεται από άτομα που έχουν γεννηθεί από το έτος 1935 μέχρι και το έτος 1993)

Πειραιάς, 2010

Η έρευνα αυτή διεξάγεται σε δείγμα νοικοκυριών που έχει καθοριστεί από τη Γ. Γ. ΕΛ.ΣΤΑΤ, με τυχαίο τρόπο.

Η παροχή των στοιχείων είναι ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗ και οι απαντήσεις στα ερωτήματα του δελτίου ΕΜΠΙΣΤΕΥΤΙΚΕΣ (Ν.3627/1956, Ν. 2392/1996 και Ν.3470/2006, άρθρο 14).

Α/α μέλους:

ΟΝΟΜΑ:

ΕΠΩΝΥΜΟ:

Έτος γέννησης:

01

02

03

04

05

06

07

08

Συνολικός αριθμός μελών του νοικοκυριού

|_|_|_|

Συνολικός αριθμός μελών του νοικοκυριού ηλικίας κάτω των 16 ετών

|_|_|_|

(γεννηθέντες από το έτος 1994 και μετά)

ΕΝΟΤΗΤΑ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

1. ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΟΥ

* Συμπληρώνεται από τη Γ. Γ. ΕΣΥΕ

2. ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΛΕΓΜΕΝΟΥ ΜΕΛΟΥΣ

(Συμπληρώνεται από άτομα που έχουν γεννηθεί από το έτος 1935 μέχρι και το έτος 1993)

Α/α προ-επιλεγμένου μέλους

||_|_|

Ηλικία μέλους

||_|_|

Φύλο

11 άρρεν

12 θήλυ

Χώρα γέννησης

- Ελλάδα 11

- Άλλη χώρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης 12

δηλαδή: |_|_|_|_|*

- Χώρα εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης 13

δηλαδή: |_|_|_|_|*

Υπηκοότητα

(Δεκτές περισσότερες από μία απαντήσεις)

- Ελληνική 11

- Άλλης χώρας της Ευρωπαϊκής Ένωσης 12

δηλαδή: |_|_|_|_|*

- Άλλης χώρας εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης 13

δηλαδή: |_|_|_|_|*

4

Επίπεδο εκπαίδευσης που έχει ολοκληρωθεί:

Δεν έχει παρακολουθήσει / ολοκληρώσει καμία βαθμίδα 10

Δημοτικό 11

Γυμνάσιο - Κατώτερες τεχνικές σχολές 12

Γενικό Λύκειο, ΤΕΕ, ΤΕΛ, Πολυκλαδικό, ΕΠΑΛ, ΕΠΑΣ 13

ΙΕΚ, ΚΕΚ 14

ΤΕΙ, ΑΤΕΙ 15

ΑΕΙ, Ανώτατες Στρατιωτικές Σχολές, Ανοιχτό Πανεπιστήμιο 16

Μεταπτυχιακά (Msc., MBA, MA, MLitt, MPhil) 17

Διδακτορικό (PhD) 18

Κύρια ασχολία:

Μισθωτός 11

Αυτοαπασχολούμενος (περιλαμβάνεται και ο άμισθος βοηθός στην Οικογενειακή επιχείρηση) 12

Άνεργος 13

Μαθητής, σπουδαστής, φοιτητής 14

Άλλη περίπτωση μη οικονομικά ενεργού ατόμου (νοικοκυρά, στρατιώτης, συνταξιούχος, εισοδηματίας, ανίκανος για εργασία κλπ.) 15

Επάγγελμα:

Συμπληρώνεται μόνο για τις περιπτώσεις 1 και 2 της κύριας ασχολίας

Να περιγράψετε, με τη μεγαλύτερη δυνατή λεπτομέρεια, το είδος της κύριας δραστηριότητας (επάγγελμα) που έχετε στη σημερινή εργασία σας.

_____|_____|_____|*

Τηλεργασία

Η εργασίας σας διενεργείται –εν μέρει ή εξολοκλήρου– εξ'αποστάσεως με τη χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή;

- Ναι 11
 Όχι 12

* Συμπληρώνεται από τη Γ. Γ. ΕΣΥΕ

A1. Έχετε εσείς ή οποιοδήποτε άλλο μέλος του νοικοκυριού σας πρόσβαση σε ηλεκτρονικό υπολογιστή στην κατοικία σας;

Περιλαμβάνεται επιτραπέζιος υπολογιστής (desktop), φορητός (laptop) ή υπολογιστής παλάμης (palmtop).

- Ναι 11
 Όχι 12

A2. Έχετε εσείς ή κάποιο άλλο μέλος του νοικοκυριού σας πρόσβαση στο internet από την κατοικία σας (ανεξάρτητα από το εάν το χρησιμοποιείτε);

- Ναι 11→A3
 Όχι 12→A5
 Δεν γνωρίζω 13→B1

A3. Ποιες από τις παρακάτω συσκευές χρησιμοποιείτε στην κατοικία σας για να συνδεθείτε στο internet;

(Δεκτές περισσότερες από μία απαντήσεις)

- Επιτραπέζιο ηλεκτρονικό υπολογιστή 11
 Φορητό ηλεκτρονικό υπολογιστή 12
 Άλλη φορητή συσκευή 13
Ειδικότερα:
 Κινητό τηλέφωνο (GPRS, UMTS κλπ.) 13.1
 Ηλεκτρονικό υπολογιστή παλάμης (palmtop, PDA) 13.2
 Τηλεόραση (ψηφιακή ή set top box) που διαθέτει ειδική συσκευή σύνδεσης στο διαδίκτυο 14
 Κονσόλα ηλεκτρονικών παιχνιδιών 15
 Δεν γνωρίζω 16

A4. Ποιους τύπους σύνδεσης internet χρησιμοποιείτε ;

(4εκτές περισσότερες από μία απαντήσεις)

- Σύνδεση με modem (μέσω απλής τηλεφωνικής γραμμής) ή σύνδεση ISDN 11
 Σύνδεση ευρυζωνική DSL (ADSL, SHDSL κλπ.) 12
 Άλλη ευρυζωνική σύνδεση (π.χ. καλωδιακή, UMTS κλπ.) 13
Ειδικότερα:
ο Ενσύρματη σταθερή (καλωδιακή, οπτικών ινών, Ethernet, PLC κλπ.) 13.1 →B1
ο Ασύρματη σταθερή (δορυφορική, WiFi, WiMax) 13.2
ο Ασύρματη μέσω κινητού τηλεφώνου (3G, UMTS κλπ.) 13.3
 Σύνδεση περιορισμένης συχνότητας μέσω κινητού τηλεφώνου (GPRS κλπ.) 14

ΕΝΟΤΗΤΑ Α: ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΕ ΕΠΙΛΕΓΜΕΝΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

A5. Ποιοι είναι οι λόγοι για τους οποίους δεν έχετε πρόσβαση στο internet από την κατοικία σας;

(Δεκτές περισσότερες από μία απαντήσεις)

- | | | |
|---|----|----|
| <input type="checkbox"/> Έχετε πρόσβαση στο internet από κάπου αλλού | | 11 |
| <input type="checkbox"/> Δεν θέλετε (θεωρείτε το περιεχόμενο του internet επιζήμιο κλπ.) | 12 | |
| <input type="checkbox"/> Οι πληροφορίες που υπάρχουν στο internet δεν σας είναι χρήσιμες, δεν σας ενδιαφέρουν κλπ. | | 13 |
| <input type="checkbox"/> Το κόστος του εξοπλισμού είναι πολύ υψηλό | | 14 |
| <input type="checkbox"/> Το κόστος πρόσβασης είναι πολύ υψηλό (κόστος τηλεφωνικής σύνδεσης, συνδρομητικά τέλη κ.ά.) | | 15 |
| <input type="checkbox"/> Έλλειψη ικανοτήτων | | 16 |
| <input type="checkbox"/> Προσωπικοί λόγοι (λόγοι ασφάλειας προσωπικών δεδομένων) ή λόγοι που σχετίζονται με την ασφάλεια της συσκευής σύνδεσης (αποφυγή ιών κ.ά.) | | 17 |
| <input type="checkbox"/> Λόγω σωματικής αναπηρίας | | 18 |
| <input type="checkbox"/> Άλλος λόγος | | 19 |

ΕΝΟΤΗΤΑ Β: ΧΡΗΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗ

B1. Πότε χρησιμοποιήσατε, πιο πρόσφατα, ηλεκτρονικό υπολογιστή (στην κατοικία σας, στο χώρο εργασίας, στο χώρο εκπαίδευσης ή οπουδήποτε αλλού) ;

- | | |
|--|-------|
| <input type="checkbox"/> Το πρώτο τρίμηνο του έτους 2010 | 11→B2 |
| <input type="checkbox"/> Κατά το χρονικό διάστημα Απριλίου - 4εκεμβρίου 2009 | 12→B3 |
| <input type="checkbox"/> Πριν τον Απρίλιο 2009 | 13→B3 |
| <input type="checkbox"/> Δεν έχω χρησιμοποιήσει ποτέ | 14→Γ1 |

B2. Κατά το πρώτο τρίμηνο του 2010, πόσο συχνά χρησιμοποιούσατε, κατά μέσο όρο, ηλεκτρονικό υπολογιστή;

- | | |
|---|----|
| <input type="checkbox"/> Κάθε ημέρα ή σχεδόν κάθε ημέρα | 11 |
| <input type="checkbox"/> Τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα, αλλά όχι κάθε ημέρα | 12 |
| <input type="checkbox"/> Τουλάχιστον μία φορά το μήνα, αλλά όχι κάθε εβδομάδα | 13 |
| <input type="checkbox"/> Λιγότερο από μία φορά το μήνα | 14 |

B3. Πότε ήταν το πιο πρόσφατο εκπαιδευτικό σεμινάριο που παρακολουθήσατε, σχετικό με ηλεκτρονικούς υπολογιστές (διάρκειας, τουλάχιστον, 3 ωρών);

- | | |
|--|----|
| <input type="checkbox"/> Το πρώτο τρίμηνο του έτους 2010 | 11 |
| <input type="checkbox"/> Κατά το χρονικό διάστημα Απριλίου - 4εκεμβρίου 2009 | 12 |
| <input type="checkbox"/> Κατά το χρονικό διάστημα Απριλίου 2006 - Μαρτίου 2009 | 13 |
| <input type="checkbox"/> Πριν τον Απρίλιο 2006 | 14 |
| <input type="checkbox"/> Δεν έχω παρακολουθήσει ποτέ | 15 |

7

ΕΝΟΤΗΤΑ Γ: ΧΡΗΣΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Γ1. Πότε χρησιμοποιήσατε, πιο πρόσφατα, το διαδίκτυο;

- | | |
|--|-------|
| <input type="checkbox"/> Το πρώτο τρίμηνο του έτους 2010 | 11→Γ2 |
| <input type="checkbox"/> Κατά το χρονικό διάστημα Απριλίου - 4εκεμβρίου 2009 | 12→Γ6 |
| <input type="checkbox"/> Πριν τον Απρίλιο 2009 | 13→41 |

<input type="checkbox"/> Δεν έχω χρησιμοποιήσει ποτέ	14→Z1	
Γ2. Κατά το πρώτο τρίμηνο του 2010, πόσο συχνά χρησιμοποιούσατε, κατά μέσο όρο, το διαδίκτυο;		
<input type="checkbox"/> Κάθε ημέρα ή σχεδόν κάθε ημέρα	11	
<input type="checkbox"/> Τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα, αλλά όχι κάθε ημέρα		12
<input type="checkbox"/> Τουλάχιστον μία φορά το μήνα, αλλά όχι κάθε εβδομάδα	13	
<input type="checkbox"/> Λιγότερο από μία φορά το μήνα		14
Γ3. Κατά το πρώτο τρίμηνο του 2010, σε ποια από τα παρακάτω μέρη χρησιμοποιούσατε το διαδίκτυο (με τη χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή –οποιοδήποτε τύπου–, κινητού τηλεφώνου ή οποιασδήποτε άλλης συσκευής); (4εκτές περισσότερες από μία απαντήσεις)		
<input type="checkbox"/> Στην κατοικία		11
<input type="checkbox"/> Στο χώρο εργασίας	12	
<input type="checkbox"/> Στο χώρο εκπαίδευσης		13
<input type="checkbox"/> Σε γείτονες, φιλικά ή συγγενικά σπίτια		14
<input type="checkbox"/> Σε άλλους χώρους (π.χ. internet cafe, δημόσιες υπηρεσίες, αεροδρόμιο, ξενοδοχείο κλπ.)		15
Ειδικότερα:		
<input type="checkbox"/> Σε internet cafe	15.1	
<input type="checkbox"/> Σε σημεία ασύρματης ευρυζωνικής πρόσβασης (ξενοδοχείων, αεροδρομίων, δημόσιων χώρων κ.ά.)		15.2
Γ5. Το πρώτο τρίμηνο του 2010, για ποιους από τους παρακάτω λόγους χρησιμοποιούσατε το διαδίκτυο, για προσωπική σας χρήση; (Υποχρεωτική μία, τουλάχιστον, απάντηση)		
Επικοινωνία		
<input type="checkbox"/> Αποστέιλατε ή λάβατε ηλεκτρονικά μηνύματα		11
<input type="checkbox"/> Τηλεφωνήσατε ή πραγματοποιήσατε βιντεοκλήσεις (με τη χρήση web κάμερας) μέσω του διαδικτύου		12
<input type="checkbox"/> Αποστέιλατε μηνύματα σε chat sites, σε ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης (Facebook κ.ά.), σε blogs, σε ομάδες συζήτησης, συμμετείχατε σε on-line συζητήσεις (forum) ή ανταλλάξατε γραπτά μηνύματα σε πραγματικό χρόνο (π.χ. MSN)		13
Αναζήτηση πληροφοριών και on-line υπηρεσιών		
<input type="checkbox"/> Αναζητήσατε πληροφορίες για προϊόντα και υπηρεσίες		14
<input type="checkbox"/> Αναζητήσατε πληροφορίες για ταξίδια και καταλύματα		15
<input type="checkbox"/> Ακούσατε web ραδιόφωνο / παρακολουθήσατε web τηλεόραση	16	
<input type="checkbox"/> «Φορτώσατε» σε ιστοσελίδα υλικό που εσείς δημιουργήσατε (κείμενο, φωτογραφίες, video, μουσική κλπ.)		17
<input type="checkbox"/> «Κατεβάσατε» λογισμικό (εξαιρουμένου λογισμικού για παιχνίδια)		18
<input type="checkbox"/> Παίξατε – «κατεβάσατε» παιχνίδια / «κατεβάσατε» μουσική, ταινίες ή εικόνες		19
<input type="checkbox"/> Διαβάσατε on-line ή «κατεβάσατε» εφημερίδες και περιοδικά	110	
Αν ναι, έχετε εγγραφεί συνδρομητής για την τακτική ανάγνωση των εν λόγω εφημερίδων ή περιοδικών;		
<input type="checkbox"/> Ναι	110.1	
<input type="checkbox"/> Όχι		110.2
<input type="checkbox"/> Αναζητήσατε εργασία ή αποστέιλατε αιτήσεις για εύρεση εργασίας	111	
Συνέχεια στην επόμενη σελίδα		
Γ4. Χρησιμοποιείτε κάποια από τις παρακάτω κινητές συσκευές για να		

συνδεθείτε στο internet μέσω ασύρματης σύνδεσης; (4εκτές περισσότερες από μία απαντήσεις)	
<input type="checkbox"/> Κινητό ή «έξυπνο» κινητό (smart phone) τηλέφωνο Συγκεκριμένα	11
ο Κινητό ή «έξυπνο» κινητό τηλέφωνο GPRS	11.1
ο Κινητό ή «έξυπνο» κινητό τηλέφωνο UMTS, HSDPA (3G, 3G+)	11.2
<input type="checkbox"/> Ηλεκτρονικό υπολογιστή παλάμης (palmtop, PDA)	12
<input type="checkbox"/> Φορητό ηλεκτρονικό υπολογιστή (εκτός της κατοικίας και του χώρου εργασίας)	13
<input type="checkbox"/> Καμία από τις παραπάνω, άλλη συσκευή	14

Γ6. Στα πλαίσια των συναλλαγών σας με δημόσιες υπηρεσίες για ποιους από τους παρακάτω λόγους χρησιμοποιήσατε το διαδίκτυο, για προσωπική σας χρήση, και πότε;

Το Α' τρίμηνο Κατά το χρονικό διάστημα
του 2010 Απριλίου – 4εκεμβρίου 2009

<input type="checkbox"/> Λάβατε πληροφορίες από τις ιστοσελίδες δημόσιων υπηρεσιών	11 12
<input type="checkbox"/> Προμηθευτήκατε αιτήσεις, βεβαιώσεις, πιστοποιητικά κλπ.	11 12
<input type="checkbox"/> Αποστείλατε συμπληρωμένες αιτήσεις, βεβαιώσεις, φορολογική δήλωση κλπ.	11 12
<input type="checkbox"/> Δεν χρησιμοποίησα το διαδίκτυο για κανένα από τους παραπάνω λόγους	1

Γ5. Το πρώτο τρίμηνο του 2010, για ποιους από τους παρακάτω λόγους
χρησιμοποιήσατε το διαδίκτυο, για προσωπική σας χρήση;

(Υποχρεωτική μία, τουλάχιστον, απάντηση)

<input type="checkbox"/> Αναζητήσατε πληροφορίες υγείας σχετικές με ασθένειες, διατροφή, κακώσεις, τραύματα, παράγοντες που βελτιώνουν την υγεία κλπ	112
Τραπεζικές συναλλαγές	
<input type="checkbox"/> Πραγματοποιήσατε τραπεζικές συναλλαγές	113
<input type="checkbox"/> Πουλήσατε αγαθά ή υπηρεσίες, π.χ. μέσω δημοπρασιών	114
Υπηρεσίες εκπαίδευσης	
<input type="checkbox"/> Αναζητήσατε πληροφορίες για κάποια επίσημη βαθμίδα εκπαίδευσης (σχολείο, πανεπιστήμιο κλπ.), για προσφορά εκπαιδευτικών προγραμμάτων κ.ά.	115
<input type="checkbox"/> Συμμετείχατε σε on-line εκπαιδευτικά προγράμματα	116
<input type="checkbox"/> Αναζητήσατε πάσης φύσεως πληροφορίες με σκοπό τη γνώση	117

10

ΕΝΟΤΗΤΑ Δ: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

_1. Πότε κάνατε την πιο πρόσφατη αγορά ή παραγγελία αγαθών ή υπηρεσιών μέσω του διαδικτύου, για προσωπική σας χρήση (εξαιρουμένων των παραγγελιών ή αγορών μέσω e-mail) ;

- Το πρώτο τρίμηνο του έτους 2010 11→42
- Κατά το χρονικό διάστημα Απριλίου - 4εκεμβρίου 2009 12→42
- Πριν τον Απρίλιο 2009 13→45
- Δεν έχω παραγγείλει / αγοράσει ποτέ 14→45

_2. Τους τελευταίους 12 μήνες (Απρίλιος 2009 - Μάρτιος 2010), ποια προϊόντα ή υπηρεσίες αγοράσατε ή παραγγείλατε μέσω του διαδικτύου, για προσωπική σας χρήση;

(_εκτές περισσότερες από μία απαντήσεις)

- Είδη διατροφής – είδη παντοπωλείου 11
- Οικιακά είδη (π.χ. έπιπλα, παιχνίδια, είδη τέχνης, ηλεκτρικές οικιακές συσκευές, κλπ.) 12
- Φάρμακα 13
- Ταινίες, μουσική (DVDs, CDs, βιντεοκασέτες κλπ.) 14
- Βιβλία (σε ηλεκτρονική ή μη μορφή), περιοδικά, εφημερίδες 15
- Υλικό ηλεκτρονικής εκμάθησης 16
- Είδη ένδυσης και υπόδησης – αθλητικά είδη 17
- Παιχνίδια για ηλεκτρονικό υπολογιστή και παιχνιδιομηχανές και αναβαθμίσεις αυτών 18
- Λογισμικό για ηλεκτρονικό υπολογιστή (εξαιρουμένων computer games και video games) και αναβαθμίσεις αυτού 19
- Εξαρτήματα και περιφερειακό εξοπλισμό (hardware) ηλεκτρονικού Υπολογιστή 110
- Ηλεκτρονικές συσκευές (βιντεοκάμερες, φωτογραφικές μηχανές, κινητά τηλέφωνα, τηλεοράσεις, DVDs κλπ.) 111
- Υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών (π.χ. συνδρομές συνδρομητικής τηλεόρασης –Nona–, συνδρομές ευρυζωνικής σύνδεσης, λογαριασμοί κινητού ή σταθερού τηλεφώνου, καταβολή χρημάτων σε προπληρωμένη τηλεφωνική κάρτα κλπ.) 112
- Μετοχές, οικονομικές υπηρεσίες, ασφάλειες (κάθε είδους) 113

Συνέχεια στην επόμενη σελίδα

Στα ερωτήματα της ενότητας 4 απαντούν όσοι στο ερώτημα Γ1 έχουν δώσει απάντηση 1, 2 ή 3,

δηλαδή όσοι έχουν χρησιμοποιήσει ΟΠΟΤΕ_ΗΠΟΤΕ το διαδίκτυο.

11

_3. Μήπως κάποια από τα προϊόντα που παραγγείλατε μέσω του διαδικτύου δεν παραδόθηκαν κατ' οίκον (με ταχυδρομείο κλπ.) αλλά μέσω ιστοσελίδων;

(4εκτές περισσότερες από μία απαντήσεις)

- Ταινίες, μουσική 11
- Βιβλία, περιοδικά, εφημερίδες σε ηλεκτρονική μορφή και υλικό ηλεκτρονικής εκμάθησης 12
- Λογισμικό για ηλεκτρονικό υπολογιστή και νεώτερες εκδόσεις αυτού (συμπεριλαμβανομένων computer games και video games) 13
- Κανένα από τα παραπάνω είδη δεν παραδόθηκε on-line 14

_2. Τους τελευταίους 12 μήνες (Απρίλιος 2009 - Μάρτιος 2010), ποια

προϊόντα ή υπηρεσίες αγοράσατε ή παραγγείλατε μέσω του διαδικτύου, για προσωπική σας χρήση;

(_δεκτές περισσότερες από μία απαντήσεις)

- Διαμονή σε καταλύματα (ξενοδοχεία, δωμάτια, διαμερίσματα κλπ.) 114
- Ταξιδιωτικές υπηρεσίες όπως εισιτήρια, ενοικίαση αυτοκινήτου κλπ. 115
- Εισιτήρια για εκδηλώσεις (συναυλίες, θεατρικές παραστάσεις, κινηματογράφο κλπ.) 116
- Άλλα (π.χ. κοσμήματα, πληροφορίες από βάσεις δεδομένων) 117

Αν υπάρχει απάντηση σε κάποιο από τα υπο-ερωτήματα 4, 5, 6, 8 και 9 να συνεχίσετε με το ερώτημα _3, διαφορετικά να συνεχίσετε με το ερώτημα _4.

_4. Τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που αγοράσατε ή παραγγείλατε μέσω του διαδικτύου, τους τελευταίους 12 μήνες (Απρίλιος 2009 - Μάρτιος 2010) ήταν από:

(Δεκτές περισσότερες από μία απαντήσεις)

- Εγχώριους πωλητές 11
- Πωλητές λοιπών χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης 12
- Πωλητές χωρών εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης 13
- Δεν γνωρίζω τη χώρα προέλευσης των πωλητών 14

Στο ερώτημα 45 απαντούν όσοι στο ερώτημα Γ1 έχουν δώσει απάντηση 1 ή 2.

Όσοι έχουν δώσει στο ερώτημα Γ1 απάντηση 3 συνεχίζουν με το ερώτημα ΣΤ1.

_5. Τους τελευταίους 12 μήνες (Απρίλιος 2009 - Μάρτιος 2010), παίξατε στοιχήματα (π.χ. αθλητικά στοιχήματα) ή τυχερά παιχνίδια όπως ΛΟΤΤΟ, ΚΑΖΙΝΟ κ.ά., μέσω διαδικτύου;

- Ναι 11
- Όχι 12

ΕΝΟΤΗΤΑ Ε: ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Στα ερωτήματα της ενότητας Ε απαντούν όσοι στο ερώτημα Γ1 έχουν δώσει απάντηση 1 ή 2,

δηλαδή όσοι έχουν χρησιμοποιήσει το διαδίκτυο τους τελευταίους 12 μήνες.

Ε1. Ανησυχείτε, και πόσο, για τα παρακάτω πιθανά προβλήματα τα οποία μπορεί να συναντήσετε όταν χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο για προσωπικούς λόγους;

Πάρα πολύ Αρκετά Καθόλου

- Προσβολή από ιούς (worm, trojan horse κ.ά.) με αποτέλεσμα απώλεια δεδομένων ή χρόνου 11 12 13
- Λήψη ανεπιθύμητων e-mails (spam) 11 12 13
- Κατάχρηση των προσωπικών πληροφοριών που έχετε δώσει στο διαδίκτυο ή και παραβίαση της ιδιωτικής σας ζωής (π.χ. κακή χρήση φωτογραφιών, video ή άλλων προσωπικών στοιχείων που ενδεχόμενα υπάρχουν σε ιστοσελίδες κοινωνικής και επαγγελματικής δικτύωσης) 11 12 13
- Απώλεια χρημάτων ύστερα από απόσπαση προσωπικών οικονομικών στοιχείων, είτε κατόπιν λήψης παραπλανητικών μηνυμάτων (phishing) είτε ύστερα από εκτροπή σε μη ασφαλείς ιστοσελίδες (pharming) 11 12 13
- Απώλεια χρημάτων λόγω κακής χρήσης της πιστωτικής ή χρεωστικής σας κάρτας 11 12 13
- Πρόσβαση των παιδιών σε ακατάλληλες ιστοσελίδες ή και επικοινωνία με <<εν δυνάμει>> επικίνδυνα άτομα ύστερα από

χρήση του διαδικτύου στην κατοικία	11 12 13
E2. Τους τελευταίους 12 μήνες (Απρίλιος 2009 - Μάρτιος 2010), χρησιμοποιώντας το διαδίκτυο για προσωπικούς λόγους αντιμετωπίσατε κάποιο από τα παρακάτω προβλήματα; (Δεκτές περισσότερες από μία απαντήσεις)	
<input type="checkbox"/> Προσβολή από ιούς (worm, trojan horse κ.ά.) με αποτέλεσμα απώλεια δεδομένων ή χρόνου	11
<input type="checkbox"/> Λήψη ανεπιθύμητων e-mails (spam)	12
<input type="checkbox"/> Κατάχρηση των προσωπικών πληροφοριών που έχετε δώσει στο διαδίκτυο ή και παραβίαση της ιδιωτικής σας ζωής (π.χ. κακή χρήση φωτογραφιών, video ή άλλων προσωπικών στοιχείων που ενδεχόμενα υπάρχουν σε ιστοσελίδες κοινωνικής και επαγγελματικής δικτύωσης)	13
<input type="checkbox"/> Απώλεια χρημάτων ύστερα από απόσπαση προσωπικών οικονομικών στοιχείων, είτε κατόπιν λήψης παραπλανητικών μηνυμάτων (phishing) είτε ύστερα από εκτροπή σε μη ασφαλείς ιστοσελίδες (pharming)	14
<input type="checkbox"/> Απώλεια χρημάτων λόγω κακής χρήσης της πιστωτικής ή χρεωστικής σας κάρτας	15
<input type="checkbox"/> Πρόσβαση των παιδιών σε ακατάλληλες ιστοσελίδες ή και επικοινωνία με «εν δυνάμει» επικίνδυνα άτομα ύστερα από χρήση του διαδικτύου στην κατοικία	16
13	
E5. Ποια από τα παρακάτω μέτρα ασφαλείας χρησιμοποιείτε ; (4εκτές περισσότερες από μία θετικές απαντήσεις)	
<input type="checkbox"/> Πρόγραμμα ελέγχου ύπαρξης ιών ή και anti-spyware	11
<input type="checkbox"/> Τείχος προστασίας (firewall) σε μορφή λογισμικού ή ειδικού εξοπλισμού	12
<input type="checkbox"/> Φιλτράρισμα των ηλεκτρονικών μηνυμάτων για αποφυγή των spam	13
<input type="checkbox"/> Γονικό έλεγχο ή λογισμικό φιλτραρίσματος των ιστοσελίδων	14
<input type="checkbox"/> Άλλο	15
<input type="checkbox"/> Κάποιο πακέτο το οποίο δεν γνωρίζω τι περιλαμβάνει	16
E3. Τους τελευταίους 12 μήνες (Απρίλιος 2009 - Μάρτιος 2010), η ανησυχία σας για θέματα ασφάλειας, που προκύπτουν όταν χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο για προσωπικούς λόγους, σας απέτρεψε να κάνετε κάποια από τις παρακάτω δραστηριότητες; (4εκτές περισσότερες από μία απαντήσεις)	
<input type="checkbox"/> Παραγγελίες ή αγορές για είδη ή υπηρεσίες για προσωπική χρήση	11
<input type="checkbox"/> Τραπεζικές συναλλαγές όπως διαχείριση λογαριασμού κ.ά.	12
<input type="checkbox"/> Παροχή προσωπικών πληροφοριών σε on-line ιστοσελίδες κοινωνικής και επαγγελματικής δικτύωσης	13
<input type="checkbox"/> Επικοινωνία με δημόσιες υπηρεσίες	14
<input type="checkbox"/> «Φόρτωμα» λογισμικού, αρχείων μουσικής, video, παιχνιδιών κ.ά.	15
<input type="checkbox"/> Πρόσβαση στο διαδίκτυο με κινητή συσκευή (π.χ. με φορητό υπολογιστή) μέσω ασύρματης σύνδεσης εκτός της κατοικίας	16
E4. Έχετε λάβει οποιοδήποτε μέτρο (anti-virus, anti-spam, firewall, κ.ά.) για την ασφάλεια του δικού σας (με ή χωρίς αποκλειστικότητα) ηλεκτρονικού υπολογιστή ή των δεδομένων σας;	
<input type="checkbox"/> Ναι	11→E5
<input type="checkbox"/> Όχι	12→E8
<input type="checkbox"/> Δεν γνωρίζω	13→E8
<input type="checkbox"/> Ο ηλεκτρονικός υπολογιστής που χρησιμοποιώ δεν μου ανήκει	14→E8

<input type="checkbox"/> 1.159€ - 1.500€	14
<input type="checkbox"/> 1.501€ - 1.922€	15
<input type="checkbox"/> 1.923€ - 2.533€	16
<input type="checkbox"/> 2.534€ - 4.300€	17
<input type="checkbox"/> Πάνω από 4.300€	18

ΕΝΟΤΗΤΑ Ζ: «ΠΡΑΣΙΝΕΣ» ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ

Z1. Ποιες από τις παρακάτω «πράσινες» συνήθειες έχετε υιοθετήσει και με ποια συχνότητα;

Πάντα Μερικές Ποτέ ή
φορές σπάνια

<input type="checkbox"/> Κλείνετε τις ηλεκτρικές συσκευές του σπιτιού (τηλεόραση, video, εκτυπωτή κ.ά.) από το κουμπί και δεν τις αφήνετε σε κατάσταση αναμονής	11 12 13
<input type="checkbox"/> Ανακυκλώνετε τις ηλεκτρικές και ηλεκτρονικές συσκευές σας	11 12 13
Μόνο για όσους χειρίζονται ηλεκτρονικό υπολογιστή	
<input type="checkbox"/> Κλείνετε τον ηλεκτρονικό σας υπολογιστή όταν δεν τον χρησιμοποιείτε	11 12 13
<input type="checkbox"/> Κλείνετε την οθόνη του Η/Υ ακόμα και για μικρή απουσία	11 12 13
<input type="checkbox"/> Εξοικονομείτε χαρτί (με εκτύπωση μπρος/πίσω ή πολλές σελίδες μαζί)	11 12 13

Η συνέντευξη ολοκληρώθηκε

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

<input type="checkbox"/> Ολοκλήρωση συνέντευξης	<input type="checkbox"/> 1
Δεν υπήρξε επικοινωνία με το νοικοκυριό, διότι:	
<input type="checkbox"/> Το νοικοκυριό απουσιάζει προσωρινά ή το τηλέφωνο είναι λάθος	<input type="checkbox"/> 2
Η συνέντευξη δεν πραγματοποιήθηκε, αν και υπήρξε επικοινωνία, διότι:	
<input type="checkbox"/> Τα μέλη του νοικοκυριού έχουν ηλικία εκτός των ορίων που έχουν τεθεί στην έρευνα (16-74 ετών)	<input type="checkbox"/> 3
<input type="checkbox"/> Το νοικοκυριό αρνήθηκε να συνεργαστεί	<input type="checkbox"/> 4

**New Technologies, Internet, Blogs, Social Networking, in Greece: Presentation
and Statistical Analysis**

Elissavet Salpea

ABSTRACT

The aim of this thesis is to present the Internet expansion that has been realized the last few decades in Greece and seems to have changed the way people communicate, as well as the methods and the means used in order to transmit and exchange information. The creation and the expansion of the web social networks have played a determining role to the changes in communication. The data collected for the completion of the thesis are based on well known and widely accepted websites. Moreover, a particular study on the social networks and their features that are created amongst the users was conducted, in order to provide a statistical analysis. The analysed data was collected from the results of the Sample Research «The use of the Information, Technology and Communication from Households», which was carried out from the Hellenic Statistical Authority in 2010. Particularly, an analysis of the data was realized, regarding the use of computers and the Internet, according to the educational level, age and gender as well as their development through the years. Thus, the Analysis of Time Series made it possible to predict the number of Facebook users in Greece until July 2011, since this site appears to be the most popular social network with the number of Greek users increases as time passed by.

Keywords

New technologies, internet, blogs, microblogging, network, social networking, internet users, facebook and twitter members, I.C.T .