

ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

PANTEION UNIVERSITY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES



ΣΧΟΛΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ, ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ, ΜΕΣΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

«ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗ, ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΜΕΣΑ»

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ: ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ, ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

Η Gen Z και η προοπτική της με τη βία αναφορικά με τα Μέσα Κοινωνικής
Δικτύωσης

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Σοφία Πιτσινέλη

Αθήνα, 2025

Τριμελής Επιτροπή

Καπερώνης Σταύρος (επιβλέπων), Επίκουρος Καθηγητής

Τσακαρέστου Μπέττυ, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια

Ρούγγας Βασίλης, Επίκουρος Καθηγητής



Copyright © Σοφία Πιτσινέλη, 2025

All rights reserved. Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος.

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

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

Περίληψη

Η παρούσα διπλωματική εργασία ασχολείται με το φαινόμενο της βίας αναφορικά με την Gen Z και το διαδίκτυο. Η ιδέα προέκυψε από την αυξημένη προβολή βίαιων περιστατικών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, καθώς και την γενική αύξηση των ποσοστών της βίας στην νέα γενιά. Το διαδίκτυο κι ευρύτερα τα social media, υπάρχουν ενεργά στην καθημερινότητα όλων και ιδίως των νέων με αποτέλεσμα ένα μεγάλο μέρος της ταυτότητας τους και της κοινωνικής δικτύωσης να βασίζεται σε αυτά. Η παρούσα μελέτη δίνει την ευκαιρία στην Gen Z να παρουσιάσει την δική της οπτική σχετικά με το φαινόμενο της διαδικτυακής βίας. Η ποσοτική έρευνα στην οποία συμμετείχαν νέοι ηλικίας από 18 έως 26 ετών, φανέρωσε ότι ένα σημαντικό ποσοστό των Zoomers είναι άτομα τα οποία έχουν γνώση της αρνητικής πλευράς των social media αλλά και της κατάστασης της κοινωνίας. Επίσης μέσω των απαντήσεων που συγκεντρώθηκαν, φάνηκε ότι οι νέοι δεν εμπιστεύονται την Πολιτεία και τους θεσμούς της. Τα αποτελέσματα θα πρέπει να ληφθούν σοβαρά υπόψη από την κοινωνία. Οι εκπαιδευτικοί φορείς, η οικογένεια, τα αρμόδια Υπουργεία, οι Αρχές θα πρέπει να συνεργαστούν ώστε να ξεκινήσει μία αλλαγή με στόχο την εποικοδομητική χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Τέλος, είναι σημαντικό να βρεθούν λύσεις για την αντιμετώπιση της νεανικής εγκληματικότητας είτε αυτή συμβαίνει στο διαδίκτυο είτε στην πραγματική ζωή.

Λέξεις Κλειδιά: Διαδίκτυο, Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, Gen Z, Βία

Gen Z and its perspective on violence in relation to social media

Sofia Pitsineli

Abstract

This postgraduate thesis explores the phenomenon of violence in relation to Generation Z and the internet. The idea emerged from the increased exposure to violent incidents on social media platforms, as well as the general rise in violence rates among the younger generation. The internet, and more broadly social media, are now deeply embedded in everyday life, especially for young people. As a result, a significant part of their identity and social interaction is shaped through these platforms. At the same time, as the use of social media intensifies, online violence appears to be increasing as well. Older generations tend to place the blame on younger ones, attributing the issue to their intensive use of digital platforms. This research offers Generation Z the opportunity to share its own perspective on violence and the digital landscape. The findings, based on a quantitative study involving individuals aged 18 to 26, reveal that a considerable portion of Zoomers are socially aware and conscious of the realities affecting society today. Moreover, the data suggests that young people show limited trust in the State and its institutions. These results should be taken seriously by society. Educational institutions, families, relevant ministries, and public authorities must work together to initiate a shift toward a more constructive use of social media. Finally, it is essential to seek effective solutions to address youth criminality, whether it takes place online or in real life.

Keywords: Internet, Social Media, Gen Z, Violence

Περιεχόμενα

Εισαγωγή	9
----------------	---

Κεφάλαιο Πρώτο

Το Διαδίκτυο και τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

1.1 Η ιστορία του διαδικτύου	12
1.2 Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης	13
1.2.1 Το Facebook.....	16
1.2.2 Το Instagram.....	17
1.2.3 Το Tik Tok	18
1.3 Οι χρήστες των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης.....	18
1.4 Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης: Μία κριτική ματιά – Θετικά και Αρνητικά χαρακτηριστικά	19

Κεφάλαιο Δεύτερο

Η ιστορία του ορισμού «γενιά» και η Gen Z

2.1 Ο ορισμός της γενιάς και οι κατηγορίες	22
2.2 Η Gen Z και τα χαρακτηριστικά της	25
2.3 Η Gen Z και τα social media	26
2.4 Οι συνέπειες των social media στην Gen Z	27

Κεφάλαιο Τρίτο

Το φαινόμενο της βίας: Θεωρία, ο συσχετισμός με την ελληνική κοινωνία και η βία στο διαδίκτυο

3.1 Ο ορισμός της βίας και τα είδη της	29
3.2 Η βία στην Ελλάδα	30
3.3 Ο ψηφιακός κόσμος και η βία.....	32

3.4 Η βία, το διαδίκτυο και η Gen Z	35
---	----

Κεφάλαιο Τέταρτο

Μεθοδολογία και Αποτελέσματα Έρευνας

4.1 Η μεθοδολογία της έρευνας και η δειγματοληψία	40
4.2 Το δείγμα και η ανάλυση των αποτελεσμάτων.....	43

Κεφάλαιο Πέμπτο

Συμπεράσματα και Προτάσεις

5.1 Συμπεράσματα	68
5.2 Προτάσεις-Λύσεις.....	69
Βιβλιογραφία	72
Παράρτημα	79

Γραφήματα

Διάγραμμα 1. Φύλο	41
Διάγραμμα 2. Ηλικία	42
Διάγραμμα 3. Εκπαίδευση	43
Διάγραμμα 4. Μόνιμη Κατοικία	44
Διάγραμμα 5. Οικογενειακή Κατάσταση	45
Διάγραμμα 6. Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης	46

Διάγραμμα 7. Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης σε σχέση με το φύλο.....	47
Διάγραμμα 8. Χρόνος στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης.....	47
Διάγραμμα 9. Χρόνος χρήσης στα social media ανά ηλικιακή ομάδα.....	48
Διάγραμμα 10. Κυρίαρχος λόγος χρήσης των social media.....	49
Διάγραμμα 11. Περιεχόμενο παρακολούθησης στα social media.....	50
Διάγραμμα 12. Αντίδραση σε περιστατικό διαδικτυακής βίας με θύμα ένα άγνωστο άτομο.....	51
Διάγραμμα 13. Φύλο και αντίδραση με θύμα ένα άγνωστο άτομο.....	52
Διάγραμμα 14. Ηλικία και αντίδραση με θύμα ένα άγνωστο άτομο.....	53
Διάγραμμα 15. Αντίδραση σε περιστατικό διαδικτυακής βίας με θύμα ένα γνωστό άτομο.....	54
Διάγραμμα 16. Φύλο και αντίδραση με θύμα ένα γνωστό άτομο.....	54
Διάγραμμα 17. Ηλικία και αντίδραση με θύμα ένα γνωστό άτομο.....	55
Διάγραμμα 18α. Σύγκριση αντίδρασης με βάση την ηλικία αναφορικά με θύμα γνωστό και άγνωστο άτομο.....	56
Διάγραμμα 18β. Σύγκριση αντίδρασης με βάση το φύλο αναφορικά με θύμα γνωστό ή άγνωστο άτομο.....	57
Διάγραμμα 19. Χρήση των social media για εκδίκηση	58
Διάγραμμα 20. Σκέψεις απέναντι στα βίαια περιστατικά στα social media.....	59
Διάγραμμα 21. Χρήση social media για αθέμιτους σκοπούς.....	60

Διάγραμμα 22. Χρήση των social media για αθέμιτο σκοπό από οικείο πρόσωπο.....	61
Διάγραμμα 23. Δημοσίευση προσβλητικού υλικού έναντι αμοιβής.....	62
Διάγραμμα 24. Η ευθύνη για τα αυξημένα περιστατικά διαδικτυακής βίας στην σύγχρονη ελληνική κοινωνία.....	63
Διάγραμμα 25. Επίβλεψη της χρήσης των social media από κηδεμόνα για άτομα κάτω των 18 ετών.....	64
Διάγραμμα 26. Βιντεοσκόπηση βίαιων περιστατικών.....	65
Διάγραμμα 27. Αρμόδιες αρχές και περιστατικά βίας στα social media.....	66
Διάγραμμα 28. Αλλαγή πολιτικής σχετικά με τη δημοσίευση βίαιων περιστατικών.....	67

Εισαγωγή

Η συγκεκριμένη διπλωματική εργασία επικεντρώνεται στην ανάλυση ενός σύγχρονου κοινωνικού φαινομένου με έμφαση στη Gen Z και την προοπτική της με τη βία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Σκοπός είναι να πραγματοποιηθεί μία αναλυτική διερεύνηση των αιτιών που συμβάλλουν στην άνοδο της διαδικτυακής νεανικής βίας. Η επιλογή αυτού του θέματος βασίστηκε στην προσωπική παρατήρηση σχετικά με την συνεχή αύξηση περιστατικών βίας που προβάλλονται στα social media αλλά και στον ευρύτερο ψηφιακό κόσμο.

Μέσω της αξιοποίησης της υπάρχουσας βιβλιογραφίας, σε συνδυασμό με τα ευρήματα της πρωτογενούς έρευνας που θα διεξαχθεί, θα προκύψουν νέα δεδομένα σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο η νέα γενιά αλληλοεπιδρά με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Επιπροσθέτως, θα αναλυθούν οι σκέψεις που έχει η Gen Z αναφορικά με το φαινόμενο της βίας ενώ παράλληλα θα αξιολογηθεί και η αποτελεσματικότητα της κοινωνικής και θεσμικής αντίδρασης. Επίσης, θα προταθούν λύσεις με σκοπό την καλύτερη και την εποικοδομητικότερη χρήση των social media αλλά και τρόποι αντιμετώπισης της βίας με θύτες ή θύματα άτομα νεαρής ηλικίας.

Είναι γεγονός, ότι το διαδίκτυο και οι διευκολύνσεις που προσφέρει στους ανθρώπους εξελίσσονται με ραγδαίους ρυθμούς. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να καθιστά δυσχερή την άμεση διεξαγωγή εμπειρισταωμένων μελετών οι οποίες θα ήταν ικανές να αναπτύξουν συμπεράσματα για την ορθή χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Η παρούσα διπλωματική εργασία επιδιώκει να συμβάλει στην κάλυψη αυτού του ερευνητικού κενού συνδυάζοντας την βιβλιογραφική επισκόπηση και την εμπειρική έρευνα. Πιο συγκεκριμένα, η μελέτη θα προσπαθήσει να διερευνήσει στο παρακάτω ερευνητικό ερώτημα:

- Πως αντιλαμβάνεται η Generation Z τη βία στα social media και ποιοι παράγοντες επηρεάζουν τη πρόσληψη της ;

Πρώτα από όλα, η συγκεκριμένη εργασία θεμελιώνεται σε ένα βασικό θεωρητικό υπόβαθρο με τη βοήθεια της βιβλιογραφίας και την ανάλυση σχετικών επιστημονικών μελετών ενώ θα πραγματοποιηθεί και ποσοτική έρευνα. Η έρευνα θα υλοποιηθεί με τη βοήθεια ερωτηματολογίου το οποίο θα περιλαμβάνει είκοσι μία ερωτήσεις. Το δείγμα θα πρέπει να είναι άτομα ηλικίας από 18 έως 26 ετών ενώ τα αποτελέσματα θα αναλυθούν με τη βοήθεια του προγράμματος SPSS και θα ακολουθήσει παρουσίαση των βασικών συμπερασμάτων. Έπειτα θα προταθούν οι αντίστοιχες οι προτάσεις - λύσεις αναφορικά με την αποτελεσματικότερη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αλλά και τη διαχείριση της νεανικής βίας.

Όσον αφορά τη δομή της εργασίας, αυτή θα αναπτυχθεί σε πέντε κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο θα δοθούν πληροφορίες σχετικά με την ιστορία του διαδικτύου, την ιστορία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και πιο συγκεκριμένα του Facebook, του Instagram και του Tik Tok ενώ θα υπάρξει και μία επιπλέον υπό ενότητα για να ασκηθεί κριτική στις παραπάνω πληροφορίες. Στο δεύτερο κεφάλαιο, θα αναπτυχθεί η ενότητα η οποία θα εστιάζει στην ιστορία της έννοιας της γενιάς και στην ιστορική εξέλιξη των γενεών με έμφαση στην Gen Z. Έπειτα, στο τρίτο κεφάλαιο θα υπάρξει ανάλυση αναφορικά με την βία, τον ορισμό της, τα είδη της ενώ θα δοθεί περισσότερη βαρύτητα στο φαινόμενο της βίας στο διαδίκτυο. Επίσης, θα παρουσιαστούν στατιστικά στοιχεία από ολοκληρωμένες μελέτες, αναφορικά με την βία στην Ελλάδα, ώστε να γίνει πιο κατανοητή η σοβαρότητα του συγκεκριμένου θέματος. Στο τέταρτο κεφάλαιο θα αναπτυχθεί το κομμάτι της έρευνας, θα δοθούν τα αποτελέσματα καθώς και οι αναλύσεις. Τέλος, στο πέμπτο κεφάλαιο θα παρουσιαστούν τα συμπεράσματα καθώς και κάποιες προτάσεις-λύσεις αντιμετώπισης της βίας, οι οποίες θα βασίζονται στα αποτελέσματα της έρευνας.

Σημαντικό είναι να επισημανθούν και κάποιοι περιορισμοί που προέκυψαν κατά την διάρκεια της εκπόνησης της εργασίας. Αρχικά, ένα σημαντικό κώλυμα ήταν η περιορισμένη βιβλιογραφία σχετικά με την βία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αλλά και την συσχέτιση της Gen Z με το διαδίκτυο. Ωστόσο, αξίζει να τονιστεί ότι είναι δεδομένο ότι τα social media είναι ένα αρκετά σύγχρονο ζήτημα και για αυτόν τον λόγο δεν υπάρχουν ακόμα αρκετές μελέτες. Δεύτερον, η αρχική ιδέα ήταν να μοιραστούν ερωτηματολόγια σε όλο το φάσμα της Gen Z, δηλαδή σε άτομα ηλικίας

από 14 έως 26 ετών. Ωστόσο αυτή η ιδέα δεν ήταν εφικτό να προχωρήσει καθώς η συμμετοχή ανηλίκων σε ερωτηματολόγια ακαδημαϊκής έρευνας προβλέπει την συγκατάθεση του γονέα, γεγονός που θα ήταν αρκετά χρονοβόρο και ίσως οικονομικά δαπανηρό, εις βάρος της ολοκλήρωσης της έρευνας.

Εν κατακλείδι, η εκπόνηση της διπλωματικής εργασίας με αντικείμενο μελέτης την Gen Z σε σχέση με το φαινόμενο της βίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, προσπαθεί να συμβάλει στην εμβάθυνση της κατανόησης της νεανικής ταυτότητας και των χαρακτηριστικών της. Επίσης, αναμένεται να προκύψουν θεωρητικά και πρακτικά δεδομένα τα οποία θα ενισχύσουν τη γνώση γύρω από τα social media και της ορθής χρήσης τους. Τα ερευνητικά ευρήματα θα είναι ιδιαίτερα σημαντικά για την σύγχρονη κοινωνία καθώς τα άτομα που ανήκουν στην Γενιά Z αποτελούν και θα αποτελέσουν τους πλέον ενεργούς πολίτες της κοινωνίας.

Κεφάλαιο Πρώτο

Το Διαδίκτυο και τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

1.1 Η ιστορία του Διαδικτύου

Ο Bill Gates είχε πει πως “*Το Διαδίκτυο είναι η κεντρική πλατεία για το παγκόσμιο χωριό του αύριο*” (Gates, B. 1995). Η σχεδόν υποχρεωτική ανάγκη της χρήσης του διαδικτύου σε καθημερινή βάση την σημερινή εποχή, επιβεβαιώνει το παραπάνω απόφθεγμα. Γενικότερα ο άνθρωπος, ανάλογα με τα εργαλεία που διέθετε, πάντα έβρισκε τρόπους να ενημερώνεται για τα κοινωνικά γεγονότα αλλά και να επικοινωνεί με τους συνανθρώπους του. Τα γράμματα, ο τηλεγράφος, το τηλέφωνο ήταν χρήσιμα έως ένα σημείο. Ωστόσο, οι έντονοι και γρήγοροι ρυθμοί της σύγχρονης ζωής κατέστησαν απαραίτητο να καλυφθεί η ανάγκη για άμεση και μαζική επικοινωνία. Την ανάγκη αυτή κάλυψε το διαδίκτυο.

Το 1993 το CERN παρουσιάζει το *World Wide Web*, το οποίο έχει την συντομογραφία *www*. Το *www* αποτελεί έναν παγκόσμιο ιστό ο οποίος δημιουργήθηκε από τον Tim Berners-Lee. Ο στόχος της συγκεκριμένης ανακάλυψης είναι η διασύνδεση πληροφοριών σε μορφή πολυμέσων, οι οποίες πληροφορίες είναι αποθηκευμένες σε υπολογιστές παγκοσμίως. Παράλληλα με την ανακάλυψη αυτή ιδρύονται και οι πρώτες εταιρίες παροχής οικιακού Internet για τους πολίτες. Σήμερα, το διαδίκτυο χρησιμοποιείται από τρία δισεκατομμύρια ανθρώπους παγκοσμίως.

Τοποθετώντας σε χρονολογική σειρά την εξέλιξη του διαδικτύου, ώστε να γίνει πιο εύκολη η κατανόηση της ιστορίας του, αυτή θα ήταν η εξής (Τζαβάρας, 2020):

- Εποχή WEB 1.0 : Η εποχή που υπήρχαν οι ιστοσελίδες και δεν υπήρχε επικοινωνία και διαδραστικότητα μεταξύ των χρηστών.
- Εποχή WEB 2.0 : Η εποχή της συμμετοχής των χρηστών του διαδικτύου. Οι χρήστες μπορούν να μοιράζονται πληροφορίες και να λειτουργούν συνεταιριστικά. Μερικά

χαρακτηριστικά αυτής της εποχής είναι η συμμετοχή, η ελευθερία δεδομένων, η επικοινωνία, η ανάμειξη στα κοινά, η διευκόλυνση.

- Εποχή WEB 3.0 : Μία μελλοντική εποχή που πρώτο ρόλο θα έχει η τεχνητή νοημοσύνη. Μερικά πρώτα δείγματα είναι οι έξυπνες συσκευές.

1.2 Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι η επανάσταση της διαδικτυακής εποχής Web 2.0. Ως μέσα κοινωνικής δικτύωσης ορίζονται οι εφαρμογές που έχουν στην διάθεσή τους οι χρήστες του διαδικτύου για να επικοινωνούν μεταξύ τους. Αξίζει να γίνει ένας σημαντικός διαχωρισμός όσον αφορά τον ορισμό. Από την μία πλευρά υπάρχουν τα κοινωνικά μέσα. Ως κοινωνικά μέσα ορίζονται τα εργαλεία τα οποία βοηθούν τον χρήστη να μοιράζεται μία πληροφορία και να επικοινωνεί με τους υπόλοιπους. Από την άλλη, οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης είναι ο τρόπος που βοηθά να συνδέονται οι άνθρωποι οι οποίοι έχουν παρόμοια ενδιαφέροντα και προβληματισμούς. Άρα, ο αγγλικός όρος social media αναφέρεται στα κοινωνικά μέσα και ο όρος social networking στην διαδικασία στην οποία κάποιος καλείται να μπει για να δικτυωθεί κοινωνικά στον κόσμο του internet (Τζαβάρας, 2020).

Πολλοί επιστήμονες οι οποίοι ασχολήθηκαν με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, προσπάθησαν να τα κατηγοριοποιήσουν καθώς όσο οι δυνατότητες του ψηφιακού κόσμου αυξάνονται τόσο πιο περίπλοκος γίνεται ο σκοπός της δημιουργίας του κάθε μέσου. Κάποια παραδείγματα είναι ο Jeremiah Owyang το 2009 ο οποίος προσπάθησε να κατηγοριοποιήσει τα social media βασισμένος στον τρόπο που λειτουργούν ή η Mirna Bard η οποία τα κατηγοριοποίησε βασισμένη στο περιεχόμενο των εργαλείων που προσφέρουν στις επιχειρήσεις και στους καταναλωτές. Ωστόσο, μία πιο ξεκάθαρη κατηγοριοποίηση ήταν αυτή του Zhang η οποία έγινε το 2010. Ο ίδιος πραγματοποίησε μία έρευνα με το όνομα *Social Media and Distance Education* και δημιούργησε τις εξής κατηγορίες (Zhang, 2010):

- Ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης ή social networking όπως το LinkedIn, το Facebook, το Instagram.

- Μέσα κοινωνικής σελιδοσήμανσης (social bookmarking) όπως το Google Reader.
- Ιστοσελίδες συνεργατικής συγγραφής ή collaborative authoring όπως η Βικιπαίδεια.
- Ιστοσελίδες μοιράσματος πολυμέσων ή multimedia sharing όπως το Youtube.
- Ιστολόγια – blogs όπως το WordPress.

Με χρονολογική σειρά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δημιουργήθηκαν ως εξής:

- 1979 USENET
- 2000 Six Degrees, Ryze.com
- 2003 LinkedIn, My space, Friendster
- 2004 The Facebook, Yahoo
- 2005 YouTube
- 2006 Twitter
- 2009 WhatsApp
- 2010 Instagram, Viber
- 2011 Pinterest, Snapchat, Google +
- 2018 Tik Tok

Όπως είναι φανερό υπάρχει πληθώρα εφαρμογών οι οποίες δημιουργήθηκαν η μία μετά την άλλη. Για αυτόν τον λόγο, προέκυψαν τέσσερις πιθανές θεωρίες οι οποίες εξηγούν γιατί υπάρχουν στο διαδίκτυο τόσες πολλές εφαρμογές επικοινωνίας. Η πρώτη θεωρία ονομάζεται η θεωρία του εκτοπισμού. Σύμφωνα με την συγκεκριμένη θεωρία μόλις δημιουργείται ένα νέο μέσο επικοινωνίας αυτόματα εκτοπίζει το άλλο (Kayany & Yelsma 2000). Για παράδειγμα οι άνθρωποι πλέον χρησιμοποιούν περισσότερο τα ηλεκτρονικά emails και τα μηνύματα παρά τις άμεσες τηλεφωνικές κλήσεις. Παρόλα αυτά η συγκεκριμένη θεωρία μπορεί να αμφισβητηθεί καθώς η δημιουργία νέων μέσων δεν εξαφάνισε τα παλαιότερα, δηλαδή μπορεί να μειώθηκαν οι τηλεφωνικές κλήσεις όμως δεν μηδενίστηκαν. Η δεύτερη θεωρία είναι η λειτουργική θεωρία. Η λειτουργική θεωρία υποστηρίζει ότι μπορεί να μειωθεί η χρήση των παλαιότερων μέσων όμως αυτά δεν εξαφανίζονται, δηλαδή έμμεσα απαντά στην θεωρία του εκτοπισμού.

Έπειτα προέκυψε η συμπληρωματική θεωρία η οποία αναφέρει ότι τα νέα μέσα υπάρχουν για να συμπληρώνουν τα παλαιότερα (Ruggiero,2000). Για

παράδειγμα κάποιος μπορεί να διαβάσει σε μία τυπωμένη εφημερίδα έναν τίτλο, και να αναζητήσει ολόκληρο το άρθρο στο διαδίκτυο, παρά να αγοράσει την εφημερίδα. Τέλος, η εξιδεικευμένη θεωρία υποστηρίζει ότι η κάθε πλατφόρμα είναι καλή για αυτά που προσφέρει και σκοπός της δεν είναι να ανταγωνιστεί κάποια άλλη εφαρμογή (Karlan & Haenlein, 2010). Για παράδειγμα, το Facebook λόγω της πληθώρας εργαλείων που έχει, προκαλεί σύγχυση στον χρήστη με αποτέλεσμα αρκετές φορές ο δημιουργός του Mark Zuckerberg, να καλείται σε αλλαγές προκειμένου να συνεχίσει δυναμικά την λειτουργία του.

1.2.1 To Facebook.

Το Facebook, δημιουργήθηκε από την ιδέα του φοιτητή Mark Zuckerberg. Ο ίδιος βλέποντας τα χειρόγραφα βιβλία του πανεπιστημίου όπου σπούδαζε, δηλαδή του Harvard, παρατήρησε ότι περιείχαν φωτογραφίες και πληροφορίες για τους φοιτητές. Έτσι, θεώρησε ωραία ιδέα αυτό να υπάρξει σε ψηφιακή μορφή. Στην αρχή είχε δημιουργήσει το Friendster, μία εφαρμογή στην οποία οι φοιτητές του Harvard είχαν την δυνατότητα να βλέπουν φωτογραφίες από συμφοιτητές τους. Όμως λόγω της έντονης κριτικής που ασκούσαν ο ένας στον άλλον, η εφαρμογή θεωρήθηκε ως ένα εργαλείο που διευκόλυνε το bullying και καταργήθηκε. Στην συνέχεια το 2004 δημιούργησε το *TheFacebook* στο οποίο και σε αυτό πρόσβαση είχαν μόνο οι φοιτητές του Harvard. Στα προφίλ των χρηστών υπήρχε μία φωτογραφία, η δυνατότητα αιτημάτων φιλίας ενώ μπορούσαν να γράψουν κάποιες πληροφορίες για τους εαυτούς τους. Το 2005 η εφαρμογή *TheFacebook* χρησιμοποιήθηκε κι από άλλα πανεπιστήμια των ΗΠΑ ενώ βλέποντας την μεγάλη απήχηση ο Zuckerberg αποφάσισε το 2006 να τη μετατρέψει σε μία ανοιχτή εφαρμογή για όλους όσους ήταν άνω των 13 ετών.

Η πορεία του Facebook έως το 2018 και το σκάνδαλο Cambridge Analytica ήταν ανοδική με συνεχείς καινοτομίες. Το 2009 εγκαταστάθηκε το κουμπί *like* και το *news feed*, δηλαδή μία αρχική σελίδα με ειδήσεις, γεγονός που έκανε ακόμα πιο ελκυστικό το Facebook. Το 2010 οι χρήστες άγγιξαν τα 500 εκατομμύρια ενώ ενεργοποιήθηκε το *check in* η δυνατότητα επισήμανσης της τοποθεσίας. Το 2012 η

αγοραστική του δύναμη του Mark Zuckerberg επεκτάθηκε καθώς αγόρασε το Instagram ενώ το 2014 αγόρασε και το WhatsApp. Το 2016 εγκατέστησε τις αντιδράσεις στις αναρτήσεις-δημοσιεύσεις των χρηστών του Facebook και τα *lives* κάνοντας την εφαρμογή περισσότερο διαδραστική συνεπώς και ψυχαγωγική. Έπειτα, το 2020 εκμεταλλευόμενος την συνθήκη της πανδημίας COVID-19 έφτιαξε τα *messenger rooms* για να μπορούν να επικοινωνούν οι άνθρωποι πιο εύκολα. Το 2021 μετονομάστηκε σε Meta, δηλώνοντας έτσι την νέα εποχή που θα φέρει στον ψηφιακό κόσμο. Επιπροσθέτως, για πιο προχωρημένους χρήστες ή επιχειρηματίες οι οποίοι έχουν σκοπό την προώθηση της δουλειάς τους, η δυνατότητα της δημιουργίας online live συναντήσεων, η δημιουργία καλέσματος σε events, τα reels-σύντομα βίντεο, το market place, δηλαδή η δυνατότητα αγοράς προϊόντων και οι διαφημίσεις είναι μερικά από τα εργαλεία που μπορούν να τους βοηθήσουν. Εν κατακλείδι, το Facebook αποτελεί ένα μέσο κοινωνικής δικτύωσης το οποίο προσφέρει τη δυνατότητα δημιουργίας μίας ολόκληρης ψηφιακής κοινότητας.

1.2.2 Το Instagram.

Το Instagram δημιουργήθηκε το 2010 από τον Kevin Systrom και τον Mike Krieger. Ο Systrom ήταν πρώην υπάλληλος της Google και είχε πάθος με την φωτογραφία και τον προγραμματισμό. Από την άλλη, ο Krieger ακούγοντας την ιδέα του Systrom για την δημιουργία μίας πλατφόρμας που βασικό της χαρακτηριστικό θα ήταν η προβολή φωτογραφιών, τον προέτρεψε να τη δημιουργήσουν. Με αυτό τον τρόπο δημιουργήθηκε η εφαρμογή του Instagram. Το όνομα προέρχεται από τις λέξεις *Instant* και *Telegram*.

Το συγκεκριμένο μέσο κοινωνικής δικτύωσης γνωρίζει μόνο ανοδική πορεία. Αρχικά, το 2011 εμφανίστηκε η δυνατότητα του *hashtag* ενώ το 2012, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, το Instagram αγοράστηκε από το Facebook. Το 2013 εισάγει την δυνατότητα ανάρτησης βίντεο 15 δευτερολέπτων ενώ το 2014 κάνουν την εμφάνιση τους τα πρώτα διαφημιστικά post. Το 2015 εμφανίζεται το *dm*, δηλαδή η δυνατότητα αποστολής μηνύματος μεταξύ των χρηστών ενώ αυξάνεται η διάρκεια των βίντεο στο ένα λεπτό. Το 2016 εμφανίζονται τα *stories*, η δημοσίευση δηλαδή

μίας φωτογραφίας ή ενός βίντεο με διάρκεια 24 ωρών και το 2017 τα *instagram lives* και τα *business tools* δηλαδή εργαλεία που μπορούν να χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις με στόχο την διαφήμισή τους στους χρήστες. Σε αυτό το σημείο το Instagram χάνει τον προσανατολισμό για τον οποίο δημιουργήθηκε και μετατρέπεται σε ένα εργαλείο διαφήμισης. Παράλληλα, το 2019 εμφανίζεται το *checkout* δηλαδή η απευθείας αγορά ενός προϊόντος από την εφαρμογή του Instagram. Το 2020 εμφανίζονται τα *Reels* τα βίντεο μικρής διάρκειας με σκοπό να ανταγωνιστεί το Tik Tok. Τέλος, όλο και περισσότερες επιχειρήσεις το εμπιστεύονται για λόγους διαφήμισης ενώ όσον αφορά τον γενικό πληθυσμό χρηστών συνολικά έχει περίπου 700 εκατομμύρια ενεργούς χρήστες.

1.2.3 To Tik Tok.

Το Tik Tok, αποτελεί ίσως την πιο πρόσφατη ψηφιακή επανάσταση στον κόσμο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Ξεκίνησε το 2016 από την Κίνα. Ο δημιουργός του είναι ο Alex Zoo οποίος εργαζόταν στην Αμερική. Το 2014, όπως έχει αναφέρει ο ίδιος, παρατήρησε την διάθεση των νέων να ακούν μουσική και να δημιουργούν βίντεο. Έτσι αρχικά ίδρυσε την Douyin μία πλατφόρμα παρόμοια με το Tik Tok η οποία ήταν κατασκευασμένη για να είναι εναρμονισμένη με τους κανόνες της Κίνας. Αργότερα έφτιαξε το Tik Tok για τον υπόλοιπο πλανήτη. Ουσιαστικά το Tik Tok είναι πλατφόρμα δημιουργίας βίντεο μικρής διάρκειας τα οποία σκοπό έχουν την ψυχαγωγία, την προώθηση προϊόντων, τις κοινωνικές εκστρατείες και πλέον χρησιμοποιείται κι ως μέσο πολιτικής επικοινωνίας από πολιτικούς.

Το όνομα του είναι συμβολικό, καθώς παραπέμπει στους ήχους που κάνει το ρολόι δηλώνοντας ότι για το Tik Tok σκοπός είναι η δημιουργία περιεχομένου με βάση τη χρονική διάρκεια. Χαρακτηριστικό του συγκεκριμένου social media είναι ο εξελιγμένος αλγόριθμος *For You* ο οποίος παρακολουθεί τις προτιμήσεις του χρήστη και του εμφανίζει εξατομικευμένο περιεχόμενο το οποίο ταιριάζει στα γούστα του. Πλέον η εφαρμογή είναι διαθέσιμη σε 150 χώρες κι έχει σχεδόν 3 δισεκατομμύρια λήψεις σε παγκόσμια κλίμακα ενώ στην Ελλάδα το χρησιμοποιούν πάνω από 3 εκατομμύρια πολίτες. Εκτός της δημιουργίας βίντεο δίνει την δυνατότητα για

διαφήμιση επιχειρήσεων, για αγορές, για *live streaming*, ενώ αυξάνεται συνεχώς η διάρκεια των βίντεο. Αξιοσημείωτο είναι ωστόσο ότι το Tik Tok έχει κατηγορηθεί για διάφορους λόγους. Για παράδειγμα, πολλοί θεωρούν ότι δημιουργεί έντονο εθισμό εξαιτίας της γρήγορης προβολής βίντεο ενώ επίσης κάποιοι υποστηρίζουν ότι προβάλλει παραπλανητικό και ανάρμοστο περιεχόμενο ή ότι υπάρχει πρόβλημα με τη προστασία προσωπικών δεδομένων. Ωστόσο, σε κάθε μέσο κοινωνικής δικτύωσης, όπως και στο Tik Tok, υπάρχει και η θετική και η αρνητική οπτική. Αυτό που είναι σημαντικό είναι η εποικοδομητική και συνειδητή χρήση αυτών των εφαρμογών από τους χρήστες.

1.3 Οι χρήστες των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δημιουργήθηκαν για επικοινωνία, συνεργασία και διαμοιρασμό πληροφοριών. Τα χαρακτηριστικά των social media σε συνδυασμό με τα αίτια ανάπτυξης τους και το τρόπο που μέχρι τώρα χρησιμοποιούνται μπορούν να βοηθήσουν στην κατηγοριοποίηση των χρηστών (Τζαβάρας , 2020).

Πρώτα από όλα υπάρχει ο νευρωτικός χρήστης αυτός που αναρτά στο διαδίκτυο πολλές προσωπικές πληροφορίες με σκοπό την επιβεβαίωση ή την συμπόνια. Έπειτα, υπάρχει ο εξωστρεφής ο οποίος δεν δείχνει να έχει την ανάγκη των social media ή μπορεί να έχει πολλούς διαδικτυακούς φίλους καθώς έτσι κινείται και στην πραγματική του ζωή. Από την άλλη ο εσωστρεφής περνάει πολύ χρόνο στα μέσα και αποκαλύπτει περισσότερες πληροφορίες για εκείνον με σκοπό να μη νιώθει μοναξιά. Έπειτα είναι οι χρήστες με υψηλή προσήνεια οι οποίοι χρησιμοποιούν τα social media με εν συναίσθηση και ψυχαγωγικό τρόπο ενώ οι χρήστες με χαμηλή προσήνεια είναι οι χρήστες που κρίνουν επιθετικά τις αναρτήσεις των άλλων.

Με βάση αυτά, μπορεί να θεωρηθεί ότι όσον αφορά την χρήση των social media σημαντικό ρόλο φαίνεται να διαδραματίζει η προσωπικότητα του χρήστη και όχι το μέσο ως μέσο. Για παράδειγμα άτομα που χαρακτηρίζονται ως ευσυνείδητα και οργανωτικά σπαταλούν με σύνεση τον προσωπικό τους χρόνο στα μέσα ενώ άτομα με προβλήματα αυτοεκτίμησης αναζητούν να καλύψουν όσα νιώθουν μέσω των αναρτήσεων τους και το ποσοστό θετικών σχολίων που θα λάβουν.

1.4 Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης: Μία κριτική ματιά – Θετικά και Αρνητικά χαρακτηριστικά

Πρώτα από όλα, για να γίνει αντιληπτό το μέγεθος της επιρροής των social media στην κοινωνία θα αναφερθούν δύο σημαντικές έρευνες οι οποίες πραγματοποιήθηκαν το 2020 και το 2019. Η έρευνα *Digital in 2020* αποτελεί μία έρευνα παγκόσμιας εμβέλειας ενώ η *Focus on Tech Life* αφορά την Ελλάδα. Σύμφωνα με την *Digital in 2020*, αποδείχθηκε ότι οι χρήστες του διαδικτύου είναι σχεδόν 4,5 δισεκατομμύρια παγκοσμίως και ότι τα 3,8 δισεκατομμύρια των χρηστών χρησιμοποιούν τουλάχιστον μία πλατφόρμα ή μία εφαρμογή κοινωνικής δικτύωσης. Επίσης, διαπιστώθηκε ότι όσοι κατέχουν οικιακή σύνδεση στο διαδίκτυο, ο χρονικός μέσος όρος που αφιερώνεται στην πλοήγηση στα μέσα δικτύωσης είναι επτά ώρες με τα υψηλότερα ποσοστά να εμφανίζονται στην Βορειοδυτική Ευρώπη και στην Βόρεια Αμερική. Αντίστοιχα, τα χαμηλότερα ποσοστά πλοήγησης στο διαδίκτυο καταγράφηκαν στις περιοχές της Ανατολικής και Κεντρικής Αφρικής. Επιπροσθέτως, σύμφωνα με την συγκεκριμένη έρευνα το 99% όσων διαθέτουν smartphones είναι χρήστες τουλάχιστον μίας εφαρμογής κοινωνικής δικτύωσης (We are Social & Hootsuite, 2020).

Από την άλλη, η έρευνα *Focus on Tech Life* που πραγματοποιήθηκε στην Ελλάδα το 2019 και στην οποία συμμετείχαν 4.998 άτομα από 13 έως 74 ετών κατέληξε στα εξής συμπεράσματα: το 84% των Ελλήνων επισκέπτονται καθημερινά μία ιστοσελίδα ενώ η περιήγηση στο διαδίκτυο ξεπερνά τις 3,5 ώρες. Επιπλέον, 8 στους 10 Έλληνες έχουν smartphone ενώ οι χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αγγίζουν περίπου το 60% (Focus Bari, 2019). Με βάση τα παραπάνω ποσοστά φαίνεται ότι η χρήση των social media βρίσκεται σε ιδιαίτερα υψηλά επίπεδα και όλο τείνει να αυξάνεται. Ποια είναι όμως τα αίτια που οδήγησαν στην ραγδαία αύξηση τους;

Πρωτίστως, το φαινόμενο της παγκοσμιοποίησης. Πλέον, είναι εμφανές ότι η τάση του σύγχρονου κόσμου είναι να βρίσκεται σε μία ομοιογενή συνθήκη σε κάθε τομέα όπως είναι για παράδειγμα η οικονομία και η εκπαίδευση. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα οι χρήστες των μέσων δικτύωσης να ασχολούνται με την εμφάνιση του διαδικτυακού τους προφίλ και ταυτόχρονα να ακολουθούν τις τάσεις ώστε να

νιώθουν αποδεκτοί από το κοινό σύνολο. Έτσι ο άνθρωπος χάνει την ατομικότητα του και καταλήγει να νιώθει ότι συνεχώς χρειάζεται κάτι παραπάνω για να είναι αποδεκτός από την κοινωνία. Ακόμα, μία αιτία ανάπτυξης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι ο σύγχρονος τρόπος ζωής ο οποίος είναι πολύ απαιτητικός και πιεστικός. Αυτό οδηγεί στην εύκολη λύση της διαδικτυακής ψυχαγωγίας ή της απρόσωπης επικοινωνίας μέσω social media, γεγονός που συμβάλλει στην δημιουργία μη ουσιαστικών ανθρωπίνων σχέσεων.

Ένα ακόμα σημαντικό αίτιο ανάπτυξης των social media είναι ο οικονομικός παράγοντας. Από την στιγμή που επιτράπηκε στις επιχειρήσεις να προωθούν και να διαφημίζουν τα προϊόντα τους μέσω Facebook, Instagram και Tik Tok φαίνεται να προτιμούν όλο και περισσότερο αυτόν τον τρόπο για να διαφημίζονται. Αυτό συμβαίνει καθώς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν έναν πιο οικονομικό και άμεσο τρόπο διαφήμισης. Επίσης, λόγω της δύναμης των αλγορίθμων η διαφήμιση εμφανίζεται σε πιο συγκεκριμένο κοινό άρα και σε πιθανούς μελλοντικούς πελάτες των προϊόντων. Επιπροσθέτως, σημαντική αφορμή για την αύξηση της χρήσης των social media είναι η κοινωνική φύση του ανθρώπου. Η ελεύθερη έκφραση και η δυνατότητα συμμετοχής και σχολιασμού που προσφέρουν τα μέσα στους χρήστες καλύπτει αυτή την φυσική ανθρώπινη ανάγκη. Ωστόσο εδώ δημιουργείται το ερώτημα: καλύπτει όντως την ανάγκη για κοινωνικοποίηση ή αποτελεί μία κεκαλυμμένη απομόνωση ;

Αναφορικά με τις παραπάνω πληροφορίες μπορεί να γίνει μία συγκεντρωτική προσέγγιση κάποιων θετικών και κάποιων αρνητικών στοιχείων των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Ένα ισχυρό θετικό χαρακτηριστικό είναι η δυνατότητα επικοινωνίας. Τα social media βοηθούν τα άτομα που μένουν σε περιοχές μακριά από τους οικείους τους ή βρίσκονται σε συνθήκες που δεν τους επιτρέπεται η δια ζώσης επαφή. Για παράδειγμα την περίοδο της πανδημίας του Covid-19, κατά την διάρκεια της καραντίνας, τα μέσα δικτύωσής αποδείχθηκαν σωτήρια για την ψυχική υγεία των ανθρώπων. Επίσης, βοηθούν στην οικονομική προώθηση ενός επαγγελματία ή μιας επιχείρησης ενώ αποτελούν έναν άμεσο τρόπο ενημέρωσης ειδήσεων και γεγονότων. Ακόμα δύο θετικά στοιχεία των social media είναι η ελευθερία ανταλλαγής ιδεών που μπορεί να οδηγήσει στην απόκτηση γνώσεων με έναν πιο εύκολο κι άμεσο τρόπο.

Επιπλέον, οι άνθρωποι μπορούν να συμμετέχουν και να σχολιάζουν κοινωνικά και πολιτικά ζητήματα αλλά και να ακούν και την αντίθετη γνώμη. Τέλος, αποτελούν ένα εύκολο μέσο ψυχαγωγίας και χαλάρωσης.

Μολονότι, έχουν αρκετά θετικά στοιχεία εξίσου σοβαρά είναι και τα αρνητικά. Η διάσπαση προσοχής είναι κάτι το οποίο παρατηρείται σε όλο και περισσότερους ανθρώπους. Για παράδειγμα ένας εργαζόμενος μπορεί ταυτόχρονα να γράφει ένα email, να αναζητά μουσική στο Spotify ενώ παράλληλα να διαβάζει ειδήσεις στο Facebook. Ενώ το multitasking θεωρείται σημαντική ικανότητα, ο εγκέφαλος σταδιακά εξασθενεί και δε μπορεί να επικεντρωθεί σε μία δραστηριότητα τη φορά. Επιπροσθέτως, παρατηρείται έντονα το εξής: οι χρήστες αντί να χρησιμοποιούν τα social media σε ειδικές περιπτώσεις, έχουν μετατραπεί ως το βασικό μέσο κοινωνικής επαφής και φαίνεται να μην επιδιώκουν τη δια ζώσης επικοινωνία με ένα πρόσωπο προκαλώντας ένα ευρύτερο κλίμα κοινωνικής αποξένωσης. Κλείνοντας, ακόμα ένα σοβαρό αρνητικό στοιχείο είναι ο διαδικτυακός εκφοβισμός. Η παρενόχληση κάθε είδους, η κλοπή προσωπικών δεδομένων όπως αριθμοί πιστωτικών καρτών, η έκθεση σε ακατάλληλο περιεχόμενο ή το κακόβουλο λογισμικό το οποίο μπορεί να καταστρέψει τη συσκευή ή το προφίλ του χρήστη είναι μερικοί από τους σοβαρούς κινδύνους.

Κεφάλαιο Δεύτερο

Η ιστορία του ορισμού «γενιά» και η Gen Z

2.1 Ο ορισμός της γενιάς και οι κατηγορίες

Η λέξη γενιά προέρχεται από την αρχαία ελληνική λέξη «γενεά» που έχει ως ρίζα το ρήμα «γίγνομαι», δηλαδή γεννιέμαι (Μπαμπινιώτης, 2010). Η έννοια της γενιάς χωρίστηκε σε δύο κατηγορίες την οικογενειακή και την κοινωνική. Η οικογενειακή γενιά πρόκειται για μία ομάδα ατόμων που γεννήθηκαν με διαφορά 20 έως 30 ετών. Από την άλλη, η κοινωνική γενιά είναι μία ομάδα ανθρώπων οι οποίοι βιώνουν τις ίδιες κοινωνικές συνθήκες και αλλαγές σε μία συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Οι κοινωνιολόγοι υποστηρίζουν ότι η κοινωνική γενιά αλλάζει ανά 15 με 30 έτη ανάλογα τα σημαντικά συμβάντα της κάθε εποχής.

Σύμφωνα με τον Jaeger (1985) η εξέλιξη των γενεών βασίζεται σε δύο θεωρίες: την υπόθεση ρυθμού παλμού και την υπόθεση αποτύπωσης. Η υπόθεση ρυθμού παλμού υποστηρίζει ότι τα χαρακτηριστικά μίας γενιάς επαναλαμβάνονται ρυθμικά καθώς αντιδρούν σε διάφορες αλλαγές και σε απόψεις των προηγούμενων. Για παράδειγμα μία γενιά μπορεί να είναι απελευθερωτική ως προς την σεξουαλική ταυτότητα των ατόμων, η επόμενη να είναι πιο συντηρητική και η ακριβώς επόμενη ξανά απελευθερωτική. Από την άλλη, η υπόθεση αποτύπωσης υποστηρίζει ότι ο χαρακτήρας διαμορφώνεται από τα βιώματα που έχει κάποιος στην ηλικία των 15 έως 25 ετών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η γενιά η οποία βίωσε τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο σε νεαρή ηλικία κι απέκτησε το λεγόμενο ως «κατοχικό σύνδρομο», κάτι που παρατηρούνταν ιδιαίτερα στον ελλαδικό χώρο. Τα άτομα αυτά έχουν την ανάγκη να νιώθουν ότι υπάρχει αφθονία προϊόντων και αγαθών, εξαιτίας της ανέχειας που βίωσαν την περίοδο του πολέμου.

Η έννοια της κοινωνικής γενιάς χωρίστηκε σε κατηγορίες με βάση την χρονική περίοδο που γεννήθηκαν τα άτομα που την αντιπροσωπεύουν. Οι ισχύουσες κατηγορίες είναι οι εξής: η Χαμένη Γενιά, η Μεγάλη Γενιά, η Σιωπηλή Γενιά, οι

Builders, η Gen X, οι Millennials, η Gen Z και η Gen A. Η ιδέα να κατηγοριοποιηθούν σε ομάδες δε προέκυψε από ένα μόνο άτομο αλλά από μία ομάδα ιστορικών, κοινωνιολόγων και πολιτισμικών αναλυτών. Για τον λόγο αυτό στην συνέχεια παρουσιάζονται τα χαρακτηριστικά κάθε κατηγορίας, όπως προέκυψαν από τον συνδυασμό πληροφοριών της παρούσας βιβλιογραφίας και όχι από μία συγκεκριμένη μελέτη. Το γεγονός αυτό υποδηλώνει ότι οι παρακάτω πληροφορίες ενδέχεται να φέρουν έναν πιο υποκειμενικό χαρακτήρα.

Αρχικά, η πρώτη κατηγορία είναι η Χαμένη Γενιά ή Γενιά του 1914. Τα άτομα που την αποτελούν, γεννήθηκαν μεταξύ του 1883-1900 και αρκετοί από αυτούς πολέμησαν στον Πρώτο Παγκόσμιο Πόλεμο (1914-1918) και βίωσαν τις συνέπειες αυτού. Ο χαρακτηρισμός ως “Χαμένη Γενιά” προέκυψε εξαιτίας του πολέμου καθώς οι άνθρωποι ήταν απογοητευμένοι και ζούσαν χωρίς σκοπό. Το όνομα δόθηκε από τη φράση της συγγραφέως Gertrude Stein “*You are a lost Generation*” η οποία φράση μετέπειτα χρησιμοποιήθηκε από τον Ernest Hemingway (1926).

Την Χαμένη Γενιά ακολούθησε η Μεγάλη Γενιά. Τα άτομα που την αντιπροσωπεύουν γεννήθηκαν μεταξύ του 1901-1927 ενώ αρκετοί είναι εκείνοι οι οποίοι πολέμησαν στον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο(1939-1945). Επίσης έζησαν την Μεγάλη Ύφεση η οποία αποτελεί την μεγαλύτερη κρίση του 20ου αιώνα με σοβαρές συνέπειες σε πολιτικό και κοινωνικό επίπεδο παγκοσμίως (Cartwright, 2021). Ο όρος Μεγάλη Γενιά προέκυψε από τον συγγραφέα Tom Brokaw και το βιβλίο του *The Greatest Generation* το οποίο εκδόθηκε το 1998. Ο λόγος που ο συγγραφέας θεώρησε ότι ταιριάζει καλύτερα το όνομα Μεγάλη Γενιά ήταν διότι έδειξαν θάρρος, θυσία και αφοσίωση και κατά τη διάρκεια της κρίσης και κατά τη διάρκεια του Πολέμου.

Μολονότι οι δύο προηγούμενες γενιές έχουν χαρακτηριστεί ως δυναμικές, η τρίτη στην σειρά γενιά, η οποία ονομάζεται Σιωπηλή Γενιά έχει διαφορετικά στοιχεία. Σε αυτή ανήκουν τα άτομα τα οποία η γέννηση τους χρονολογείται μεταξύ του 1928-1945. Ο όρος Σιωπηλή προέκυψε από το άρθρο *The Younger Generation* από το περιοδικό Time το 1951 καθώς ένα γενικό χαρακτηριστικό των Σιωπηλών ήταν η αποφυγή συγκρούσεων και η προσαρμοστικότητα. Το άρθρο του περιοδικού Time ανέφερε το εξής: «Το πιο εντυπωσιακό γεγονός για τη νέα γενιά είναι η σιωπή της. Με μερικές σπάνιες εξαιρέσεις, η νεολαία δεν είναι πουθενά. Σε σύγκριση με τη

Φλεγόμενη Νεολαία των πατέρων και των μητέρων τους...» (Time, 1951). Από την άλλη τους δόθηκε και η ονομασία Τυχεροί Λίγοι καθώς ευνοήθηκαν της μετέπειτα μεταπολεμικής οικονομικής ανάπτυξης και της σταδιακής κοινωνικής σταθερότητας.

Έπειτα, ακολουθούν οι Builders ή Baby Boomers. Η γενιά αυτή αποτελείται από άτομα που γεννήθηκαν μεταξύ του 1946-1964. Είναι μία ομάδα ανθρώπων, η οποία μεγάλωσε σε ένα κλίμα αστικοποίησης, οικονομικής αλλά και υλικής ευημερίας. Επίσης, επηρεάστηκαν από τις κοινωνικές επαναστάσεις της εποχής, όπως το φεμινιστικό κίνημα, αλλά ήταν και οι πρώτοι που ήρθαν σε επαφή με τα πρώιμα δείγματα τεχνολογίας όπως η τηλεόραση. Η ονομασία τους ως Boomers, προήλθε από την παρατήρηση των κοινωνιολόγων, καθώς μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο οι γεννήσεις αυξήθηκαν.

Η επόμενη κατηγορία είναι οι Gen X και αφορά τα άτομα τα οποία γεννήθηκαν μεταξύ του 1965-1980. Η ονομασία ως Gen X, προέκυψε από τους συγγραφείς Charles Hamblett και τον Douglas Coupland οι οποίοι δημοσίευσαν το 1991 το βιβλίο τους με τίτλο «*Generation X: Tales for an Accelerated Culture*». Το γράμμα X τους αποδίδεται καθώς θεωρείται μία ανώνυμη γενιά χωρίς να τη χαρακτηρίζει κάτι ιδιαίτερο. Ωστόσο, οι Gen X θα βρεθούν αντιμέτωποι με την οικονομική αστάθεια ενώ παράλληλα θα είναι η πρώτη ομάδα ανθρώπων που θα έχουν τηλεόραση και θα παρακολουθήσουν την έλευση των ηλεκτρονικών υπολογιστών και του Internet.

Αυτοί που ακολουθούν την Gen X, είναι οι Millennials ή αλλιώς Gen Y. Οι Millennials είναι άτομα τα οποία γεννήθηκαν από το 1981-1996. Τα κύρια χαρακτηριστικά της συγκεκριμένης γενιάς είναι η εξοικείωση τους με την τεχνολογία, η ανάγκη για δια βίου μάθηση - μεγάλο ποσοστό της συγκεκριμένης γενιάς διαθέτει πτυχία και μεταπτυχιακά - και τα οικονομικά προβλήματα που αντιμετωπίζουν καθώς βρέθηκαν αντιμέτωποι με την παγκόσμια οικονομική κρίση. Όσον αφορά τα social media αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητάς τους ωστόσο σε γενικές γραμμές προτιμούν τις διαπροσωπικές επαφές. Η ονομασία τους ως Millennials προέκυψε από το γεγονός ότι μεγάλωσαν κατά την εποχή που άλλαζε η χλιετία. Ωστόσο ο όρος έγινε γνωστός από το βιβλίο των Neil Howe και William Strauss με τίτλο *Millennials Rising: The Next Generation* το οποίο εκδόθηκε το 2000 και περιέγραφε τις προκλήσεις και τις ευκαιρίες που θα έχει η γενιά αυτή τον 21^ο

αιώνα. Αναφορικά με την εναλλακτική ονομασία Gen Y, δόθηκε από κοινωνιολόγους για να δηλωθεί η λογική ακολουθία από την X. Μετά τη γενιά των Millennials είναι η Gen Z για την οποία αναλυτικές πληροφορίες θα δοθούν στην επόμενη υπό ενότητα.

Τέλος, τα άτομα τα οποία γεννήθηκαν από το 2010 έως το 2025 αποτελούν την Gen A και ονομάστηκε έτσι καθώς η προηγούμενη είχε το γράμμα Z. Τα βασικά χαρακτηριστικά της Gen A είναι ότι γεννήθηκαν σε έναν ψηφιακό κόσμο κι έχουν μάθει να τα χειρίζονται όλα μέσω της τεχνολογίας ενώ είναι αρκετά ευέλικτοι με την χρήση της τεχνικής νοημοσύνης. Επίσης, ασχολούνται με κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς προβληματισμούς και είναι προσαρμοστικοί σε κάθε τι διαφορετικό. Η συνέχεια της Gen A είναι η Gen B στην οποία θα ανήκουν τα άτομα που θα γεννηθούν από τη 1/1/2025 και τα χαρακτηριστικά τους θα γίνουν φανερά εν καιρώ.

2.2 Η Gen Z και τα χαρακτηριστικά της

Τα άτομα τα οποία έχουν γεννηθεί από το 1997 έως το 2012 ανήκουν στην γενιά Gen Z. Το γράμμα Z προέρχεται από την λέξη Zoomers, παράφραση της λέξης Boomers, καθώς το zoom σημαίνει ταχύτητα και δυναμισμός. Επίσης, είναι η συνέχεια της Gen Y (Millennials) καθώς το γράμμα Z ακολουθεί το γράμμα Y.

Το πρώτο και το βασικό στοιχείο που διαδραμάτισε σημαντικό ρόλο στην διαμόρφωση της προσωπικότητας των Zoomers είναι η εξοικείωση που έχουν με τον ψηφιακό κόσμο. Η Gen Z μεγάλωσε σε μία εποχή που η τεχνολογία άρχισε να αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινής ζωής, γεγονός που τους ανάγκασε να μάθουν από μικρή ηλικία να τη χρησιμοποιούν. Επίσης, οι παγκόσμιες κρίσεις συνέβαλαν σημαντικά στη σύνθεση μίας γενιάς διαφορετικής από τις προηγούμενες. Γενικότερα χαρακτηριστικά των γεννημένων μεταξύ του 1997-2012 είναι:

- Δημιουργικότητα.
- Ευελιξία στις αλλαγές και προσαρμοστικότητα.
- Διακατέχονται από κοινωνικές ευαισθησίες και προοδευτικές αντιλήψεις.

Αξιοσημείωτο είναι, ότι η Γενιά Z αποτελείται από ανθρώπους που είναι ιδιαίτερα ανήσυχοι στον επαγγελματικό τομέα. Σύμφωνα με έρευνα του 2024 της εταιρίας Deloitte στην οποία συμμετείχαν πάνω από 23.000 Zoomers σε 44 χώρες, φάνηκε ότι το 86% απαιτεί από την εργασία του εκτός από οικονομική ασφάλεια και κοινωνική ευημερία. Επίσης, σημαντικό για αυτούς είναι η ισορροπία μεταξύ προσωπικής και επαγγελματικής ζωής. Ταυτόχρονα το επάγγελμα που θα επιλέξουν θα πρέπει να έχει ως βασική προϋπόθεση, εκτός της ισορροπίας μεταξύ προσωπικής και επαγγελματικής ζωής, κι ένα οικολογικό προφίλ καθώς, όπως αναφέρθηκε, είναι αρκετά ευαισθητοποιημένοι με το ζήτημα της κλιματικής κρίσης. Παράλληλα, είναι αρκετά θετικοί στην χρήση της τεχνητής νοημοσύνης στον εργασιακό κλάδο. Επίσης, πολλοί Zoomers θα ήθελαν να έχουν τη δική τους επιχείρηση ή να εργάζονται ως ελεύθεροι επαγγελματίες (Deloitte, 2024). Με βάση τα παραπάνω φαίνεται ότι η Gen Z προσπαθεί να χαράξει μία νέα πορεία τόσο σε κοινωνικό όσο και σε οικονομικό επίπεδο χωρίς να ακολουθεί τα βήματα των Millennials, τα οποία και απορρίπτουν καθώς φαίνεται ότι δεν λειτούργησαν.

2.3 Η Gen Z και τα social media

Οι Zoomers χαρακτηρίζονται ως digital native δηλαδή οι άνθρωποι που γεννήθηκαν σε μία ακμάζουσα ψηφιακή εποχή. Είναι μόνιμα συνδεδεμένοι στο διαδίκτυο από που κι αν βρίσκονται, ζώντας διαρκώς σε έναν κόσμο συνεχούς πληροφορίας. Σύμφωνα με έρευνα του ETERON-Ινστιτούτο σε συνεργασία με το About People το 2021, ρωτώντας άτομα από 16 έως 25 ετών αποδείχθηκε ότι το 51,6% περνά από πέντε έως δέκα ώρες στο διαδίκτυο, το 36,7% λιγότερο από 5 και το 10,6% περισσότερες από 10 (ETERON, 2021).

Τις παραπάνω πληροφορίες συμπληρώνει και μία ακόμα έρευνα της ομάδας Forbes Advisor των ΗΠΑ σε συνεργασία με την Talker Research και 2.000 συμμετοχές. Η συγκεκριμένη έρευνα κατέληξε στο συμπέρασμα ότι το Instagram και το Tik Tok είναι τα social media με την περισσότερη χρήση. Περίπου το 73% της Gen Z έχει εγκατεστημένες αυτές τις εφαρμογές στο κινητό τηλέφωνο. Από την άλλη πλευρά οι Millennials σε ποσοστό 84% χρησιμοποιούν κυρίως το YouTube, το 76% το Facebook

και το 73% έχουν ως μηχανή αναζήτησης το Google. Το Instagram χρησιμοποιείται από ένα ποσοστό του 62%, αρκετά πιο χαμηλό από εκείνο των Zoomers. Όσον αφορά τις μηχανές αναζήτησης, η Gen Z χρησιμοποιεί το Instagram και το Tik Tok κυρίως για να αναζητήσουν θέματα όπως οι τάσεις της μόδας, η ομορφιά, το φαγητό, οι χειροτεχνίες και η αυτό-φροντίδα. Το Google το χρησιμοποιούν σε ποσοστό περίπου 66%, για κριτικές σε εστιατόρια και τοπικές υπηρεσίες. Επίσης, ένα μεγάλο μερίδιο των Zoomers προτιμά το online shopping. Παρόλα αυτά πρέπει να επισημανθεί ότι εκτός από τους πρακτικούς λόγους που προαναφέρθηκαν, η νέα γενιά χρησιμοποιεί τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως μέσο αυτό-έκφρασης και ως μία προσπάθεια προκειμένου να προσδιοριστεί η ψηφιακή τους ταυτότητα η οποία είναι ιδιαίτερα σημαντική και για την ζωή εκτός διαδικτύου. Τα παραπάνω αποτελέσματα φαίνεται να καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι οι νέοι χρησιμοποιούν τα social media για οποιαδήποτε ανάγκη τους ενώ παράλληλα δείχνουν περισσότερη εκτίμηση στα social media τα οποία έχουν βίντεο και εικόνα (Forbes Advisor, 2023).

Είναι ωστόσο σημαντικό να ειπωθεί ότι υπάρχουν κάποιες διαφορές ως προς την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μεταξύ των Zoomers. Πρώτα από όλα, η ηλικιακή ομάδα των 18-20 αφορά άτομα τα οποία βρίσκονται σε μία φάση της ζωής τους που η πλειοψηφία αυτών έχει ως σκοπό την ψυχαγωγία. Για αυτόν τον λόγο χρησιμοποιούν τα μέσα με στόχο την συναισθηματική ευφορία και την χαλάρωση. Στην συνέχεια, οι νέοι από 20-24 ετών έχουν επίσης ως σκοπό την ψυχαγωγία ωστόσο χρησιμοποιούν τα social media για ενημέρωση, για εκπαιδευτικούς και επαγγελματικούς λόγους καθώς σταδιακά εισέρχονται στην αγορά εργασίας. Από την άλλη, οι 24-26 φαίνεται να ενδιαφέρονται περισσότερο για το επαγγελματικό networking καθώς σκοπός τους είναι η προσωπική τους ανάπτυξη και καριέρα (Dhir et al., 2018).

2.4 Οι συνέπειες των social media στην Gen Z

Όλα τα παραπάνω σε γενικές γραμμές θεωρούνται βήματα τεχνολογικής και προσωπικής εξέλιξης. Ωστόσο έχουν και σημαντικές αρνητικές συνέπειες. Πρώτα από όλα, είναι γνωστό ότι η πολύωρη χρήση των smartphones και ιδιαίτερα των social

media επηρεάζει αρνητικά την ψυχική υγεία του ανθρώπου. Η ασταμάτητη ροή πληροφοριών και η προβολή εικόνων μπορεί να δημιουργήσει προβλήματα όπως στρες, αϋπνία, διάσπαση προσοχής και άλλα.

Η Gen Z θεωρείται μία αρκετά αγχωμένη γενιά η οποία παράλληλα δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα στην ψυχική υγεία και στην λύση των ζητημάτων που μπορεί να προκύψουν. Στο πρώτο κεφάλαιο, στο οποίο έγινε αναλυτική περιγραφή των πιο πολυχρησιμοποιημένων social media της σύγχρονης εποχής, αναφέρθηκε ότι το Instagram και το Tik Tok είναι τα μέσα τα οποία χρησιμοποιεί η Gen Z περισσότερο. Σε αυτά τα δύο social media προβάλλονται συνεχώς οι ζωές των χρηστών και δίνεται η δυνατότητα στους ακόλουθους να τις κρίνουν. Αυτή η κριτική δημιουργεί μία ασταθής αυτοεκτίμηση σε μία μεγάλη μερίδα ατόμων και ιδιαίτερα στους Zoomers καθώς έγιναν χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από πολύ μικρή ηλικία.

Επίσης, η δυνατότητα που δίνει ο ψηφιακός κόσμος στον χρήστη να κάνει πολλά πράγματα ταυτόχρονα (multitasking) έχει ως αποτέλεσμα ένας άνθρωπος να γίνεται από τη μία πιο παραγωγικός αλλά από την άλλη να προκύπτουν αρκετά προβλήματα πνευματικής φύσεως. Αξίζει να σημειωθεί ότι σύμφωνα με πρόσφατες έρευνες το 11% των Gen Z έχει διαγνωστεί με ADHD, δηλαδή με διαταραχή ελλειμματικής προσοχής και υπερκινητικότητας (Κέντρο Ελέγχου και Πρόληψης Νοσημάτων, 2022).

Επιπροσθέτως, σημαντικός χρόνος στο διαδίκτυο αφιερώνεται στην παρακολούθηση συσσωρευμένων πληροφοριών, οι οποίες συχνά στερούνται ουσιαστικής αξίας. Το ίδιο παρατηρείται και στην περίπτωση των πολυάριθμων δημιουργών περιεχομένου που δραστηριοποιούνται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, των οποίων το υλικό απευθύνεται κατά κύριο λόγο, σε άτομα νεαρής ηλικίας. Ωστόσο, σε πολλές περιπτώσεις το περιεχόμενο αυτό αναπαράγει πρότυπα που δεν συνάδουν με τους ηθικούς κανόνες της κοινωνίας. Ενδεικτικό παράδειγμα αποτελεί η περίπτωση του δημοφιλούς δημιουργού περιεχομένου (influencer) Άντριου Τέιτ, ο οποίος μέσω του λογαριασμού του στο Instagram, προήγαγε θέσεις που ενθάρρυναν τον βιασμό ενώ είχε κατηγορηθεί και για απόπειρες βιασμού. Η υπόθεση αυτή αναδεικνύει το ερώτημα: τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αναπαράγουν τη βία ή συνιστούν αντανάκλαση της ίδιας της κοινωνίας;

Κεφάλαιο Τρίτο

Το φαινόμενο της βίας: Θεωρία, ο συσχετισμός με την ελληνική κοινωνία και η βία στο διαδίκτυο

3.1 Ο ορισμός της βίας και τα είδη της

Ο Βάλτερ Μπέντζιαμιν στο βιβλίο του *Για μία κριτική βίας* υποστηρίζει ότι «...η βία που είναι δικαιολογημένη ως μέσο για ένα σκοπό γίνεται προβληματική.» (Benjamin, 2014). Με βάση αυτό το απόφθεγμα θα πρέπει να γίνει κατανοητό ότι η βία δεν θα πρέπει να δικαιολογείται σε καμία περίπτωση. Βία ορίζεται η χρήση φυσικής και ψυχολογικής δύναμης με σκοπό την επιβολή ενός ατόμου σε κάποιο άλλο άτομο συχνά με παράνομο ή καταναγκαστικό τρόπο (Μπαμπινιώτης, 2002). Σε μία βίαιη πράξη υπάρχει το θύμα δηλαδή αυτός που δέχεται τις πράξεις και μετέπειτα τις συνέπειες αυτών των πράξεων με αποτέλεσμα να τραυματίζεται είτε ηθικά είτε ψυχικά είτε σωματικά. Από την άλλη υπάρχει ο θύτης δηλαδή αυτός που προκαλεί τα τραύματα και τις συνέπειες. Ο σκοπός του θύτη είναι να προκληθεί σωματική ή ψυχική βλάβη είτε για να πληγεί το θύμα, είτε για να ευχαριστηθεί ο ίδιος, είτε και τα δύο.

Τα είδη της βίας χωρίζονται σε έξι βασικές κατηγορίες. Πρώτα από όλα η πιο ξεκάθαρη μορφή βίας είναι η σωματική, η οποία σκοπό έχει τον τραυματισμό ενός ατόμου ή ζώου. Πολλές είναι οι θεωρίες που προσπαθούν να εξηγήσουν γιατί ένα άτομο καταλήγει να καταφεύγει σε αυτή την τακτική εις βάρος ενός άλλου ζωντανού οργανισμού. Με βάση την θεωρία της κοινωνικής μάθησης (Bandura, 1977) ο θύτης μιμείται κάτι το οποίο έβλεπε από μικρή ηλικία και πλέον του είναι οικείο. Για παράδειγμα πιθανόν να υπήρχε σωματική βία στο οικογενειακό του περιβάλλον. Μία ακόμη αιτία σωματικής βίας μπορεί να είναι η στρατηγική επιλογή του θύτη, καθώς αρκετοί θεωρούν ότι με αυτόν τον τρόπο θα λύσουν πιο εύκολα τις διαφωνίες που έχουν προκύψει ή θα νιώσουν ότι κυριαρχούν.

Έπειτα, υπάρχει η ψυχολογική βία η οποία μπορεί να εκδηλωθεί με απειλές έναντι του θύματος, εξευτελισμό ή εκφοβισμό. Είναι σημαντικό να επισημανθεί ότι η ψυχολογική βία συνδέεται με την λεκτική βία. Η διαφορά έγκειται στο γεγονός ότι η λεκτική βία είναι πιο άμεση και ξεκάθαρη καθώς περιλαμβάνει προσβολές, υβριστικά και ταπεινωτικά σχόλια και είναι πιο εύκολο να γίνει αντιληπτή. Αντίθετα η ψυχολογική βία μπορεί να γίνεται με πιο έμμεσο τρόπο άρα να μη είναι ευθέως αντιληπτή από τους μάρτυρες αλλά ακόμα και από το ίδιο το θύμα.

Στην συνέχεια, μία ακόμη μορφή βίας είναι η σεξουαλική. Βασικό χαρακτηριστικό της σεξουαλικής βίας είναι ότι εξαναγκάζει τα θύματα να προβούν σε συνουσία με τον θύτη παρά τη θέληση τους. Η σεξουαλική βία αφορά κάθε άνθρωπο ανεξάρτητα από το φύλο του ή την ηλικία του. Επίσης, βία μπορεί να θεωρηθεί κι ένα άγγιγμα για το οποίο το θύμα δεν έδωσε ποτέ τη συγκατάθεση του, δηλαδή σεξουαλική βία με τη μορφή της παρενόχλησης. Τέλος, μία όχι τόσο γνωστή μορφή βίας είναι η οικονομική στην οποία ο θύτης ελέγχει πλήρως τα χρήματα του θύματος ή μπορεί να γίνεται κάποιας μορφής οικονομική απάτη εις βάρος ενός ατόμου ή μίας ομάδας.

Εκτός από τα βασικά είδη που αναφέρθηκαν, στην σύγχρονη κοινωνία υπάρχουν και άλλες μορφές βίας που πιθανόν να προέρχονται από τον συνδυασμό των παραπάνω. Για παράδειγμα, η ενδοοικογενειακή βία μπορεί να περιλαμβάνει σωματική, ψυχολογική και οικονομική βία εις βάρος του θύματος. Επίσης, η πολιτική βία, όπως συνέβη στην Ελλάδα την περίοδο της δικτατορίας, περιελάμβανε σωματική και ψυχολογική βία. Ωστόσο, όλο και πιο δυναμική εμφάνιση την τελευταία δεκαετία κάνει η διαδικτυακή βία.

3.2 Η βία στην Ελλάδα

Οι μορφές βίας που αναφέρθηκαν υπάρχουν και στον ελλαδικό χώρο. Οι λόγοι που μπορεί να διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην αύξηση των περιστατικών στην χώρα μας είναι πολλοί. Πρώτα από όλα η οικονομική κρίση και τα προβλήματα που προκάλεσε. Στην Ελλάδα για πολλά χρόνια παραμένουν υψηλά τα επίπεδα ανεργίας. Σύμφωνα με την πρόσφατη έρευνα της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής για τον γενικό

πληθυσμό το ποσοστό ανεργίας ανέρχεται στο 10,4% (ΕΛΣΤΑΤ,2024). Για τον άνθρωπο είναι πολύ σημαντικό να νιώθει χρήσιμος και λιγότερο αγχωμένος σχετικά με την οικονομική κάλυψη των υποχρεώσεων του. Σε περίπτωση που, για παράδειγμα, σε μία οικογένεια εργάζεται μόνο το ένα μέλος είναι πολύ πιθανό το άνεργο μέλος να δεχθεί λεκτική βία για την κατάσταση που βρίσκεται ή μπορεί επίσης το ίδιο να προκαλέσει βία εάν νιώσει ότι το υποβιβάζουν.

Επιπροσθέτως στην ελληνική κοινωνία είναι αρκετά έντονο το φαινόμενο του ρατσισμού. Σύμφωνα με έρευνα που είχε πραγματοποιήσει το 2022 το Δίκτυο Καταγραφής Περιστατικών Ρατσιστικής Βίας, το 2022 καταγράφηκαν 74 περιστατικά ρατσιστικής βίας. Έγινε φανερό ότι από τα 74 περιστατικά οι 15 θύτες ήταν ένστολοι, οι 7 δημόσιοι υπάλληλοι και οι 2 εργοδότες. Με βάση αυτές τις καταγραφές φαίνεται πως η αύξηση της βίας στην χώρα μας δεν οφείλεται μόνο στους αναγνωρισμένους ως εγκληματίες αλλά μπορεί να προέρχεται κι από ανθρώπους που κατέχουν κάποιου είδους εξουσία. Επίσης 31 περιστατικά συνέβησαν σε δημόσιο χώρο γεγονός που δείχνει ότι η βία υπάρχει έντονα στην καθημερινή ζωή των πολιτών (Δίκτυο Καταγραφής Περιστατικών Ρατσιστικής Βίας, 2022).

Ένας ακόμη σοβαρός λόγος, των αυξημένων περιστατικών βίας στην Ελλάδα είναι και η έλλειψη θεσμικών οργάνων με αποτέλεσμα την αργοπορία της εκδίκασης των υποθέσεων. Ο Δικηγορικός Σύλλογος Αθηνών, φέρνοντας στοιχεία του 2023, αναφέρει ότι εκδόθηκαν περίπου 56.860 αποφάσεις στο Πρωτοδικείο Αθηνών, σημειώνοντας μείωση της τάξης του 57,4% σε σχέση με το 2022. Το συγκεκριμένο πρόβλημα, ωστόσο, δε προέκυψε μόνο αυτά τα χρόνια. Σύμφωνα με τους δικηγόρους έχει ξεκινήσει από το 2010 καθώς εκείνη τη χρονική περίοδο από τις 224.391 δικογραφίες που προέκυψαν βγήκαν δικαστικές αποφάσεις για τις 133.440 (Δικηγορικός Σύλλογος Αθηνών, 2023). Αυτό είχε ως αποτέλεσμα με τα χρόνια να συσσωρεύονται οι μη εκδικασμένες υποθέσεις. Έτσι, οι δράστες μένουν για πολύ καιρό χωρίς εκδίκαση, και σε ορισμένες περιπτώσεις επαναλαμβάνουν ξανά και ξανά τη βίαιη πράξη.

Σχετικά με την διαδικτυακή βία θα πρέπει πρώτα να επισημανθεί ότι η σύγχρονη ελληνική οικογένεια χρησιμοποιεί στο έπακρο τις δυνατότητες του διαδικτύου στην καθημερινότητα της. Ωστόσο δεν έχει τις απαραίτητες γνώσεις να το

χειριστεί αλλά και να προστατευτεί από τους διαδικτυακούς κινδύνους. Σύμφωνα με μία ακόμα έρευνα της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής περίπου 3.225.170 οικογένειες στην Ελλάδα έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο από τα σπίτια τους ενώ σχετικά με το περιεχόμενο που επιλέγουν να παρακολουθούν προέκυψαν τα εξής: το 89,2 % χρησιμοποιεί το διαδίκτυο για ενημέρωση, το 89,1% για πληροφορίες για προϊόντα, το 84,1% για βίντεο-κλήσεις και το 80% για πρόσβαση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (ΕΛΣΤΑΤ, 2023). Η έντονη χρήση του internet σε συνδυασμό με τις ελλείψεις γνώσεις του γενικού πληθυσμού αναφορικά με την προστασία από τους κινδύνους ανεβάζει τις πιθανότητες πολλοί χρήστες να γίνουν θύματα διαδικτυακής βίας.

3.3 Ο ψηφιακός κόσμος και η βία

Η βία μέσω του διαδικτύου αποτελεί μία πολύ σοβαρή μορφή παραβίασης των δικαιωμάτων ενός ατόμου. Ο πιο σύνηθες χαρακτηρισμός είναι cyberbullying ή cyber harassment. Ως cyberbullying ορίζεται μία σκόπιμη και επαναλαμβανόμενη πράξη επιθετικότητας μέσω ηλεκτρονικών μέσων, η οποία στρέφεται εναντίον ενός ατόμου ή μιας ομάδας (Smith et al., 2008). Από την άλλη το cyber harassment είναι οι συνεχείς επιθετικές πράξεις μέσω του διαδικτύου που σκοπό έχουν την παρενόχληση ή τον εκφοβισμό ενός ατόμου ή μιας ομάδας και πολλές φορές αποτελούν ποινικό αδίκημα (Citron, 2014). Η διαφορά μεταξύ των δύο είναι ότι το cyberbullying χρησιμοποιείται όταν αφορά ανήλικους μαθητές ενώ το cyber harassment αναφέρεται σε ενήλικες που μέσω του διαδικτύου διαπράττουν ή δέχονται πράξεις που διώκονται ποινικά.

Η διαδικτυακή βία μπορεί να εμφανιστεί με διάφορους τρόπους οι οποίοι πλέον έχουν κατονομαστεί ώστε να γίνει όσο το δυνατόν πιο εύκολος ο εντοπισμός της από τους μάρτυρες ή τα θύματα (Willard, 2007). Αυτοί είναι:

- Flaming: Η λεκτική βία μέσω email.
- Online harassment: Η συνεχής αποστολή προσβλητικών μηνυμάτων είτε μέσω social media είτε μέσω SMS στο κινητό τηλέφωνο.
- Cyberstalking: Οι απειλές για πρόκληση σωματικής βλάβης.

- Cyberthreats: Οι δηλώσεις μίσους ή ένας συναισθηματικά φορτισμένος δράστης που απειλεί ότι θα κάνει κακό στον εαυτό του.
- Denigration: Η αποστολή κακόβουλου υλικού σε τρίτους με σκοπό τη δυσφήμιση ενός συγκεκριμένου ατόμου.
- Impersonation: Ένας επικίνδυνος τρόπος διαδικτυακής βίας καθώς ο θύτης υιοθετεί μία άλλη ταυτότητα, όπως για παράδειγμα ένας ενήλικος μπορεί να μιλάει με ένα ανήλικο άτομο και να θεωρεί το ανήλικο ότι συνομιλεί με έναν συνομήλικό του.
- Outgoing: Η δημοσιοποίηση προσωπικών στοιχείων.
- Trickery: Η εξαπάτηση με σκοπό την αποκάλυψη μυστικών πληροφοριών.
- Exclusion: Η σκληρή εξαίρεση κάποιου από μία ομάδα.
- Bash boards: Οι διαδικτυακοί πίνακες ανακοινώσεων με δημοσιοποιήσεις μίσους.
- Happy slapping: Η προσωπική επίθεση σε ανυποψίαστο θύμα η οποία βιντεοσκοπείται ή φωτογραφίζεται.
- Text wars: Η αποστολή εκατοντάδων επιβλαβών μηνυμάτων.
- Online polls: Ψήφισμα με σκοπό την υποτίμηση του θύματος.

Ωστόσο, οι καθημερινοί απλοί χρήστες των social media μπορούν με πιο απλούς τρόπους να γίνουν βίαιοι διαδικτυακά. Αρχικά, ο θύτης μπορεί να ασκήσει βία με την επαναλαμβανόμενη αποστολή μηνυμάτων σε ένα πρόσωπο με απρεπές ή υβριστικό περιεχόμενο. Επίσης, η επεμβατική συμπεριφορά είναι μία ακόμα μορφή διαδικτυακής βίας στα social media, όπως τα κακόβουλα σχόλια κάτω από την ανάρτηση ενός ατόμου. Μία αρκετά περίπλοκη και σοβαρή μορφή διαδικτυακού εκφοβισμού είναι η αποστολή φωτογραφιών και βίντεο ενός ατόμου προς πολλά ή λίγα άτομα ή σε συγκεκριμένες ιστοσελίδες εν αγνοία του και χωρίς τη συγκατάθεση του. Κατά κύριο λόγο οι φωτογραφίες ή αυτά τα βίντεο προβάλλουν το άτομο σε πολύ προσωπικές στιγμές ή έχουν υποστεί μοντάζ και ο μοναδικός σκοπός είναι ο εκφοβισμός του θύματος. Από την άλλη ο θύτης αποσκοπεί να κερδίσει χρήματα, καθώς σε πολλές περιπτώσεις απειλεί το θύμα λέγοντας του πως εάν δε του δώσει το συγκεκριμένο ποσό θα σταλούν οι φωτογραφίες σε άτομα του κύκλου του.

Όλα τα παραπάνω τεκμηριώνονται και μέσω της έρευνας της Eurostat. Η συγκεκριμένη έρευνα αφορούσε τις χώρες της Ευρώπης και διεξήχθη το 2023. Μέσα

από την στατιστική ανάλυση έγινε φανερό ότι στην Ελλάδα το 40,65% των ατόμων ηλικίας από 16 έως 29 ετών συνάντησε στο διαδίκτυο μηνύματα που ήταν εχθρικά ή απειλητικά προς ένα άλλο άτομο ή μία συγκεκριμένη ομάδα ατόμων. Ειδικότερα, κύριες δέκτες διαδικτυακού εκφοβισμού και βίας στην Ελλάδα ήταν οι εξής (Eurostat, 2023) :

- Το 27,7 % των διαδικτυακών επιθέσεων αφορούσε τις πολιτικές και τις κοινωνικές απόψεις.
- Το 32,93% των διαδικτυακών επιθέσεων αφορούσε τον σεξουαλικό προσανατολισμό ή άτομα της LGBTQ κοινότητας.
- Το 28,3 % της διαδικτυακής βίας ήταν για λόγους φυλετικής καταγωγής.
- Το 23,78% της διαδικτυακής βίας ήταν για θρησκευτικούς λόγους.
- Ένα πολύ σοβαρό δείγμα είναι ότι το 20,39% στην Ελλάδα αφορούσε εκφοβισμό έναντι ατόμων με αναπηρία, ενώ ο μέσος όρος στην Ευρώπη είναι 16,83%.

Στην Ελλάδα υπάρχουν, ωστόσο, νόμοι και τρόποι που μπορούν να βοηθήσουν το θύμα ή να προστατέψουν γενικά τους χρήστες του διαδικτύου ως ένα βαθμό. Πρώτα από όλα, αυτό το οποίο μπορεί να κάνει το θύμα είναι να δράσει προστατευτικά μέσω του μπλοκαρίσματος του θύτη και την αλλαγή κωδικών σε εφαρμογές που πιθανόν έχουν παραβιαστεί. Επίσης σε περίπτωση που το θύμα είναι ανήλικο, απαραίτητη είναι η ενημέρωση των κηδεμόνων του και των εκπαιδευτικών και μετέπειτα ενημέρωση της Αστυνομίας και της Δίωξης Ηλεκτρονικού Εγκλήματος. Επιπλέον, οι πολίτες θα πρέπει να είναι ενημερωμένοι για τους νόμους και τα άρθρα που τους καλύπτουν σε περίπτωση διαδικτυακής βίας. Μερικοί από αυτούς είναι:

- Νόμος 4577/2018 : Σχετικά με την προστασία των προσωπικών δεδομένων, νόμος που επιφέρει ποινικές ευθύνες στους θύτες και αποζημίωση των θυμάτων.
- Νόμος 4619/2019 Άρθρο 3861 και Άρθρο 3863: Ποινικός κώδικας που αφορά τις πράξεις εκβιασμού και τη δημοσίευση προσωπικών δεδομένων χωρίς τη συναίνεση των ατόμων.

Εκτός από τους νόμους υπάρχουν και άλλοι τρόποι προστασίας όπως η γραμμή 15900 της οποίας η κύρια λειτουργία είναι για τα θύματα ενδοοικογενειακής βίας, αλλά ασχολείται και με ζητήματα διαδικτυακού εκφοβισμού. Επίσης, υπάρχει η

διαδικτυακή γραμμή καταγγελιών Safeline.gr η οποία αφορά ενήλικες που έρχονται αντιμέτωποι με διαδικτυακή παρενόχληση και βία.

3.4 Η βία, το διαδίκτυο και η Gen Z

Σύμφωνα με στατιστική ανάλυση της Ελληνικής Αστυνομίας αναφορικά με τη διάπραξη αδικημάτων από ανήλικους, το 2023 καταγράφηκαν 4.879 περιστατικά ενώ το πρώτο οκτάμηνο του 2024 σημειώθηκαν 7.180 παραβάσεις (Ελληνική Αστυνομία, 2023). Η σχεδόν διπλάσια αύξηση των περιστατικών στην νεανική εγκληματικότητα είναι πιθανό να οφείλεται στην έλλειψη της δυνατότητας διαχείρισης της βίας από τους κοινωνικούς φορείς και αποτελεί ένα σημαντικό στοιχείο για την παρούσα μελέτη.

Όσον αφορά το διαδίκτυο περισσότερα στοιχεία δίνει η μελέτη του Ελληνικού Κέντρου Ασφαλούς Διαδικτύου. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε 4.800 μαθητές μεταξύ 12 – 18 ετών από τον Νοέμβριο 2023 έως τον Μάρτιο του 2024 σε πανελλαδικό επίπεδο με τίτλο “Βία στο διαδίκτυο”. Αρχικά, φάνηκε ότι οι περισσότεροι από τους μισούς συμμετέχοντες είχαν γίνει παρατηρητές περιστατικών βίας στο διαδίκτυο ενώ το 13% δήλωσε ότι έχει υποστεί βία. Σημαντικό είναι ότι το 38% ανέφερε ότι δεν γνωρίζει πως να καταγγείλει την βία καθώς πολλές φορές δεν μπορούν να αναγνωρίσουν ότι κάποια πράξη είναι βίαιη. Για παράδειγμα το 69% δε γνωρίζει τι είναι έμφυλη βία ενώ το 80% δε γνωρίζει τι είναι ρητορική μίσους. Αυτό σημαίνει ότι ενώ από τη μία είναι εκτεθειμένοι στη βία, από την άλλη έχουν πλήρη άγνοια για αυτή κάτι που τους καθιστά περισσότερο ευάλωτους. Επίσης, το 44% δε νιώθει ασφάλεια στο διαδίκτυο ενώ το 83% έχει γνώση ότι η βία στο internet αποτελεί μεγάλο πρόβλημα. Αναφορικά με την ερώτηση σχετικά με το που θα ζητούσαν βοήθεια εάν ήταν θύματα ή παρατηρητές διαδικτυακής βίας το 70% δήλωσε ότι θα ζητούσε βοήθεια από τους γονείς, το 42% από κάποιο φίλο, το 34% από ένα ενήλικο άτομο που είχε εμπιστοσύνη και μόλις το 26% από την Αστυνομία ή κάποια αρμόδια Αρχή. Όσον αφορά τις λύσεις, το 49% προτείνει να είναι πιο εύκολο το block ή το report, το 41% να γίνουν πιο αυστηρές οι ποινές, το 37% ζητά περισσότερη ενημέρωση από το σχολείο, το 33% θέλει να επιμορφωθούν οι γονείς

και το 22% να λαμβάνεται υπόψη η γνώμη των νέων για τον σχεδιασμό των εφαρμογών. Τα αποτελέσματα αυτά δείχνουν την άμεση ανάγκη για γρήγορα μέσα ελέγχου του φαινομένου της διαδικτυακής βίας. Η συγκεκριμένη έρευνα αναδεικνύει από τη μία την ανάγκη για ύπαρξη ποινικών και τεχνικών εργαλείων ασφαλούς πλοήγησης στο διαδίκτυο κι από την άλλη ότι θα πρέπει να υπάρξει μία ολιστική προσέγγιση από τους θεσμούς και τους πολίτες (Ελληνικό Κέντρο Ασφαλούς Διαδικτύου, 2023-2024).

Πολύ σημαντικά είναι και τα στοιχεία της γραμμής υποστήριξης Safeline.gr και Helpline.gr καθώς φαίνεται ότι οι καταγγελίες για διαδικτυακή κακοποίηση το 2023 αυξήθηκαν κατά 18,5%. Το 14,3 % αφορά οικονομικές απάτες και το 6,7% παραβίαση προσωπικών δεδομένων. Επίσης, ο κύριος λόγος επικοινωνίας με την Helpline.gr ήταν η υπερβολική ενασχόληση με το διαδίκτυο (Safeline.gr, 2023; Helpline.gr, 2024). Οι παραπάνω έρευνες επιβεβαιώνουν τους έως τώρα ισχυρισμούς για το αρνητικό ψυχικό αποτύπωμα που αφήνουν τα social media στους νέους αλλά και την ανάγκη για ψηφιακή εκπαίδευση και αντιμετώπιση του φαινομένου της διαδικτυακής βίας. Το παράδοξο είναι ότι ενώ υπάρχουν αρκετά υψηλά ποσοστά εκφοβισμού στον ψηφιακό κόσμο, σύμφωνα με έρευνα του Pew Research Center φαίνεται ότι τα άτομα από 18 έως 25 ετών, άρχισαν να μειώνουν την χρήση των social media (Pew Research Center, 2021), ίσως σαν μία πράξη συνειδητοποίησης της υπάρχουσας τοξικής κατάστασης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Επιπροσθέτως, σημαντικό είναι να τονιστεί η διαφορά μεταξύ των τριών κατηγοριών γενιάς που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο και τα social media (Baby Boomers, Millennials, Gen Z) σε σχέση με το φαινόμενο της διαδικτυακής βίας:

- Οι Baby Boomers χρησιμοποιούν τα social media κυρίως για κοινωνική δικτύωση και επικοινωνία. Δεν ασχολούνται περαιτέρω με αυτά όπως για παράδειγμα τη δημιουργία περιεχομένου. Άρα θεωρούνται εν μέρει ψηφιακά αναλφάβητοι και δεν μπορούν να αντιληφθούν τη βία στο διαδίκτυο.
- Οι Millennials ενώ μπορούν να αντιληφθούν την βία δεν ασχολούνται τόσο με την κοινωνική ανάλυση και τις συνέπειες που θα έχει αυτό. Αντίθετα, αποφασίζουν να λάβουν πιο άμεσες λύσεις όπως το report (αναφορά) ή το

block χωρίς περαιτέρω ενέργειες εκτός εάν το περιστατικό φέρει ποινικές συνέπειες.

- Η Gen Z ως κοινωνικά ευαισθητοποιημένη γενιά, μπορεί να υπομείνει τη βία, να αναδημοσιεύει ένα γεγονός, να δράσει. Ως αποτέλεσμα η ενέργεια αυτή έχει θετικό αντίκτυπο στην κοινωνία όπως για παράδειγμα την καταδίκη ενός θύτη.

Κεφάλαιο Τέταρτο

Μεθοδολογία και Αποτελέσματα Έρευνας

4.1 Η μεθοδολογία της έρευνας και η δειγματοληψία

Το θεωρητικό πλαίσιο της παρούσας εργασίας προσέφερε το απαραίτητο θεωρητικό υπόβαθρο ώστε να είναι πιο κατανοητά τα αποτελέσματα της έρευνας τα οποία θα αναλυθούν στην συνέχεια. Η επιλογή της ποσοτικής έρευνας προέκυψε καθώς ήταν αναγκαία η συλλογή δεδομένων από έναν μεγάλο αριθμό ατόμων της Gen Z για να ληφθούν όσο το δυνατόν περισσότερες αντικειμενικές απαντήσεις οι οποίες θα οδηγήσουν σε αντικειμενικά αποτελέσματα.

Αρχικά, το ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε στην πλατφόρμα Google Forms. Τα ερωτηματολόγια της Google είναι πιο προσιτά στους συμμετέχοντες διότι με το link που τους δίνετε μπορούν κατευθείαν να ξεκινήσουν να απαντούν χωρίς περαιτέρω γραφειοκρατικές διαδικασίες. Αναφορικά με τις ερωτήσεις, αυτές γράφτηκαν με σκοπό να είναι κατανοητές στο δείγμα στο οποίο απευθύνονται δηλαδή σε άτομα ηλικίας από 18 έως 26 ετών. Επιπλέον, σχετικά με το γεωγραφικό πλάτος της έρευνας συμπεριλήφθηκε όλη Ελλάδα και δεν επεκτάθηκε σε ευρωπαϊκό επίπεδο, με εξαίρεση τους Έλληνες πολίτες που ζουν στο εξωτερικό. Αυτό αποφασίστηκε καθώς στόχος ήταν να εξεταστεί η ελληνική κοινωνία και οι παθογένειες της, ώστε να ληφθούν οι κατάλληλες λύσεις για το πρόβλημα της διαδικτυακής βίας σε εγχώριο επίπεδο.

Το ερωτηματολόγιο περιείχε είκοσι μία ερωτήσεις. Πρώτα από όλα, με την εισαγωγή του συμμετέχοντα στο ερωτηματολόγιο μέσω του link, επισημαίνεται ο τίτλος της διπλωματικής εργασίας, ο σκοπός αυτής αλλά και οι προϋποθέσεις συμμετοχής στην έρευνα. Επίσης τονίζεται η εξασφάλιση της ανωνυμίας των συμμετεχόντων. Επιπροσθέτως, ενημερώνονται ότι μπορούν να δώσουν μόνο μία απάντηση και ότι είναι απαραίτητο να απαντηθούν όλες οι ερωτήσεις. Πριν την επίσημη δημοσίευση του ερωτηματολογίου πραγματοποιήθηκε προέλεγχος και πιλοτική λειτουργία. Αυτή η πειραματική περίοδος διήρκησε μία εβδομάδα καθώς

το link του ερωτηματολογίου στάλθηκε σε δέκα άτομα τα οποία ανήκουν στην Gen Z ώστε να ελεγχθεί εάν οι ερωτήσεις είναι κατανοητές και ακριβείς. Αφού ολοκληρώθηκε αυτή η δοκιμαστική περίοδος λήφθηκε η αντίστοιχη ανατροφοδότηση από τα άτομα που συμμετείχαν κι έγιναν οι απαραίτητες αλλαγές. Επίσης, εξετάστηκε και το τεχνικό κομμάτι της διαδικασίας με σκοπό να ελεγχθεί εάν το link είναι λειτουργικό σε κάθε χρήστη-συμμετέχοντα κι εάν λαμβάνονται όλες οι απαντήσεις.

Το ερωτηματολόγιο ξεκινά με πέντε ερωτήσεις δημογραφικού ενδιαφέροντος. Η πρώτη ερώτηση αφορά το φύλο, η δεύτερη την ηλικία, η τρίτη το επίπεδο σπουδών, η τέταρτη αναφέρεται στην μόνιμη κατοικία και η πέμπτη στην οικογενειακή κατάσταση. Με αυτές τις πρώτες πέντε ερωτήσεις προσδιορίζεται το είδος του δείγματος.

Η δεύτερη ομάδα ερωτήσεων αφορά τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Πρωτίστως, οι συμμετέχοντες πρέπει να απαντήσουν ποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιούν περισσότερο και πόσο χρόνο ημερησίως σπαταλούν στα social media. Έπειτα, για ποιο λόγο χρησιμοποιούν τα social media και τι περιεχόμενο τους αρέσει να βλέπουν περισσότερο. Αυτό θα βοηθήσει να γίνει αντιληπτό πως χρησιμοποιεί η Gen Z τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενώ όπως αναφέρθηκε παραπάνω θα μπορέσουμε να παρατηρήσουμε, συνδυαστικά με τα δημογραφικά αποτελέσματα, διαφορές σε ηλικιακά groups και φύλο.

Στην τρίτη ομάδα ερωτήσεων, η Gen Z καλείται να απαντήσει πως αντιδρά στο φαινόμενο που μελετά η έρευνα, δηλαδή τη συσχέτιση των social media με την βία. Η πρώτη και η δεύτερη ερώτηση αναφέρονται στην πιθανή αντίδραση που θα είχαν εάν αντιλαμβάνονταν τη δημοσίευση ενός βίαιου περιστατικού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είτε αυτό έχει βιντεοσκοπηθεί και έχει αναπαραχθεί μετέπειτα στα social media είτε αποτελεί κάποια μορφή διαδικτυακής βίας. Η πρώτη ερώτηση αφορά την αντίδραση που θα είχαν εάν το περιστατικό αναφερόταν σε ένα άγνωστο άτομο και η δεύτερη στην περίπτωση που το θύμα ήταν ένα οικείο πρόσωπο. Στην συνέχεια, οι συμμετέχοντες πρέπει να απαντήσουν εάν θα χρησιμοποιούσαν τα social media με εκδικητικό σκοπό και πως νιώθουν γενικά όταν βλέπουν σκληρές βίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Επιπρόσθετα, για να διασταυρωθεί η ερώτηση σχετικά

με την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης με σκοπό την εκδίκηση, υπάρχει η ερώτηση εάν οι ίδιοι έχουν χρησιμοποιήσει έως τώρα τα social media για αθέμιτους σκοπούς κι εάν γνωρίζουν κάποιον που να έχει δημοσιεύσει προσβλητικό περιεχόμενο. Επίσης, τίθεται το ερώτημα εάν η δημοσίευση ακατάλληλου περιεχομένου τους προσέφερε δόξα ή χρήματα θα τα χρησιμοποιούσαν προκειμένου να λάβουν το αντίστοιχο κέρδος; Στην συνέχεια, η Gen Z ερωτάται ποιος θεωρεί ότι έχει την ευθύνη για την αυξημένη διαδικτυακή βία και εάν πιστεύουν ότι πρέπει να υπάρχει επίβλεψη από τους κηδεμόνες στα άτομα που χρησιμοποιούν τα social media και το διαδίκτυο τα οποία είναι κάτω των 18 ετών.

Στην τέταρτη ομάδα ερωτήσεων η έρευνα επικεντρώνεται γενικά στο φαινόμενο της διαδικτυακής βίας και τη γνώμη που έχει η Gen Z αναφορικά με την επίλυση αυτού από τις αρμόδιες Αρχές. Η πρώτη ερώτηση ρωτά τους συμμετέχοντες εάν θα βιντεοσκοπούσαν ένα βίαιο περιστατικό που έβλεπαν στον δρόμο κι αν ναι για ποιο λόγο, ενώ στην δεύτερη εάν θεωρούν ότι οι Αρχές θα δράσουν πιο γρήγορα σε περίπτωση που ένα περιστατικό δημοσιευθεί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Τέλος, στην εικοστή πρώτη και τελευταία ερώτηση της έρευνας είναι απαραίτητη η γνώμη της Gen Z σχετικά με ποια πολιτική θα ήθελαν να υιοθετήσουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αναφορικά με τη βία και τη δημοσίευση της σε αυτά.

Η συλλογή δεδομένων, διήρκησε έναν μήνα από τις 20 Δεκεμβρίου 2024 έως τις 20 Ιανουαρίου 2025. Εξαιτίας του πιεστικού χρονικού πλαισίου της συλλογής των απαντήσεων, οργανώθηκαν target groups διαμοιρασμού. Σε καθημερινή βάση το link της έρευνας με τις ερωτήσεις, μοιραζόταν στα target groups που δημιουργήθηκαν με σκοπό τη συλλογή ικανοποιητικού αριθμού συμμετεχόντων. Η αρχή έγινε με άτομα του οικογενειακού και εργασιακού κύκλου τα οποία ανήκουν στο ηλικιακό όριο από 18 έως 26 ετών. Για να διευρυνθεί η δειγματοληψία το link αναρτήθηκε στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως στο Facebook, στο Instagram, στο Tik Tok και στο LinkedIn. Στο Facebook, έγινε μία προσπάθεια περαιτέρω δημοσίευσης με το ερωτηματολόγιο να αναρτάται σε διαδικτυακές ομάδες του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών και του Παντείου Πανεπιστημίου. Τέλος, σημαντική ήταν η βοήθεια ατόμων που από δική τους πρωτοβουλία δημοσίευσαν την έρευνα σε δικούς τους προσωπικούς και επαγγελματικούς κύκλους.

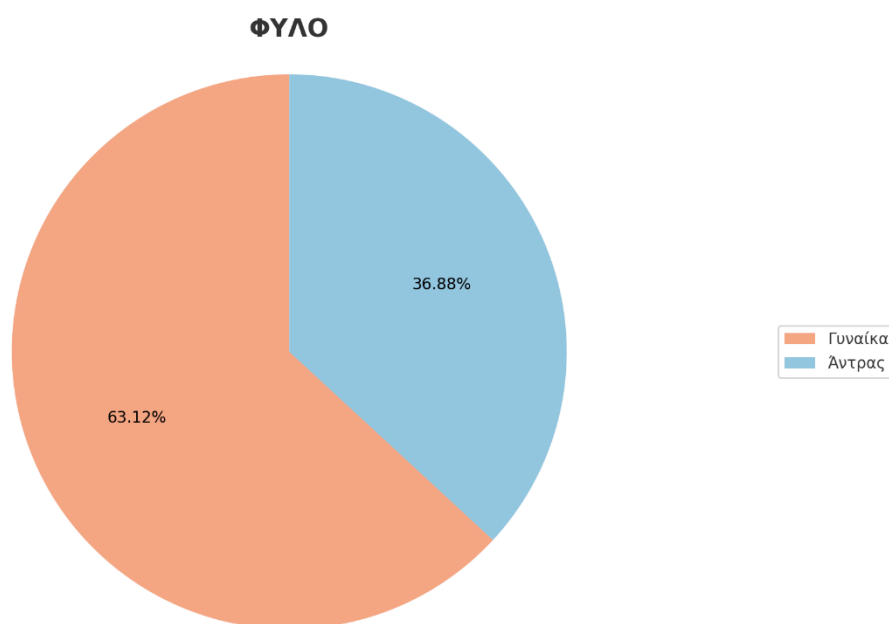
4.2 Το δείγμα και η ανάλυση των αποτελεσμάτων

Η έρευνα ολοκληρώθηκε την 20^η Ιανουαρίου 2025 και συγκεντρώθηκαν 160 απαντήσεις. Τα δεδομένα αναλύθηκαν με τη βοήθεια του προγράμματος SPSS. Δεν βρέθηκαν σφάλματα στις απαντήσεις ούτε αποκλίσεις από την πλευρά των συμμετεχόντων.

Παρακάτω παρατίθενται τα αποτελέσματα και η ανάλυση αυτών:

- Δημογραφικά Στοιχεία

Φύλο: Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας από τις 160 συμμετοχές οι γυναίκες ήταν οι 101 με ποσοστό 63,1% και οι άνδρες 59 με ποσοστό 36,9%. Ένας πιθανός λόγος που οι γυναίκες υπερέχουν αριθμητικά είναι ότι δείχνουν περισσότερη ευαισθησία σε ζητήματα βίας καθώς είναι πιο συχνά θύματα παρά θύτες.

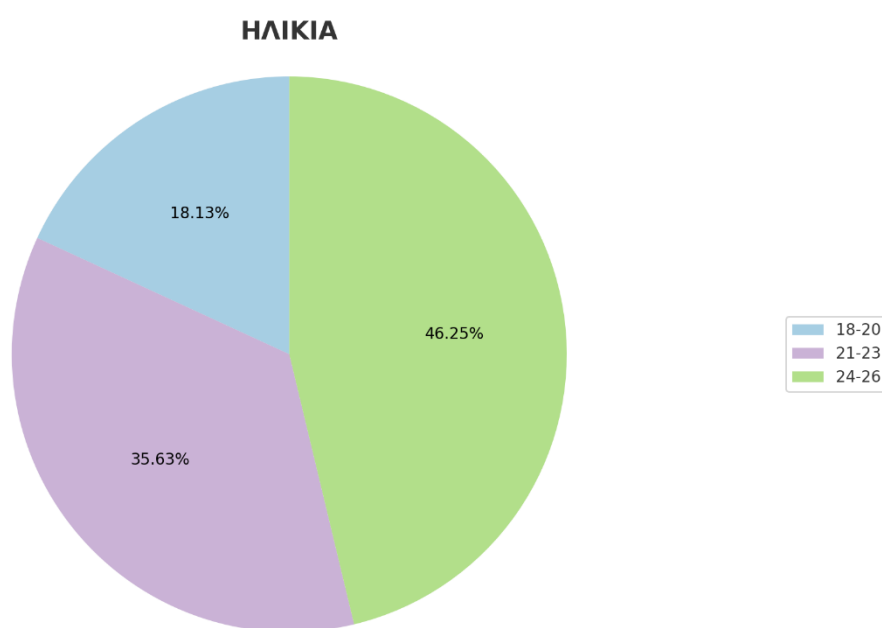


Διάγραμμα 1: Φύλο

Ηλικία: Αναφορικά με την ηλικία απάντησαν 29 άτομα από 18 έως 20 ετών με ποσοστό 18,1 %, 57 άτομα από 21-23 ετών με ποσοστό 35,6% και 74 άτομα από 24 έως 26 ετών με ποσοστό 46,3 %. Φαίνεται ότι η πλειοψηφία των απαντήσεων

λήφθηκε από άτομα τα οποία βρίσκονται στην αρχή της επαγγελματικής πορείας ή στην ολοκλήρωση των σπουδών τους. Συνολικά η ηλικιακή ομάδα 21 έως 26 ετών, με ποσοστό αθροιστικά 81,88% είχε την μεγαλύτερη συμμετοχή. Αντίθετα, οι ηλικίες από 18 έως 20 ετών είχαν ποσοστό συμμετοχής 18,13%. Τα συγκεκριμένα αποτελέσματα μπορούν να ερμηνευθούν με τον εξής τρόπο:

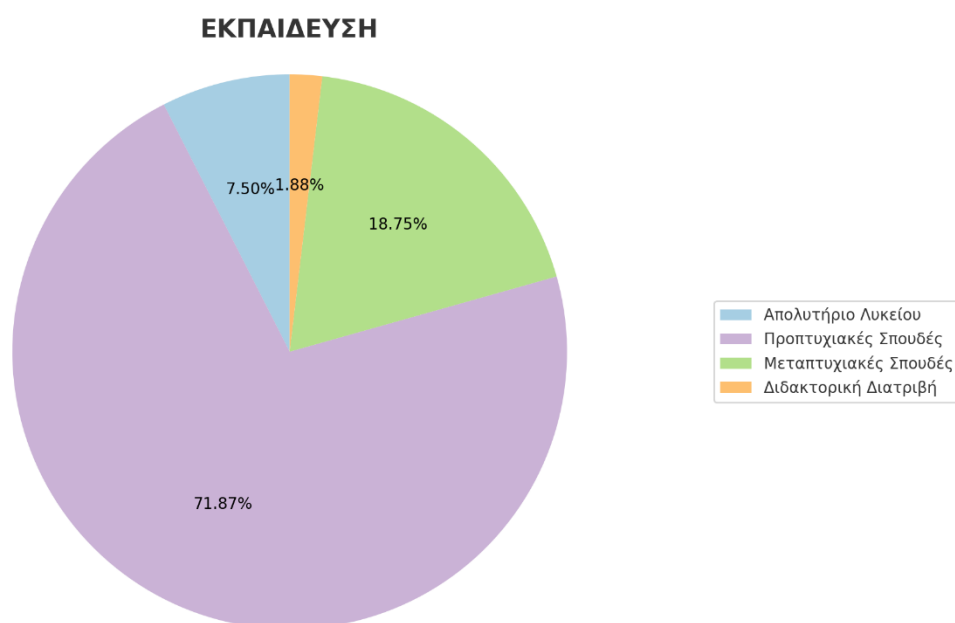
- Τα άτομα από 21 έως 26 ετών χρησιμοποιούν τα social media με σκοπό όχι μόνο την κοινωνική, αλλά σταδιακά και την επαγγελματική δικτύωση, άρα τους ενδιαφέρει η επικοινωνιακή χρήση του διαδικτύου.
- Τα άτομα από 18 έως 20 ετών χρησιμοποιούν τα social media περισσότερο με στόχο την διασκέδαση, άρα ίσως η κοινωνική ανάλυση των μέσων δεν είναι κάτι που τους απασχολεί τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο.



Διάγραμμα 2: Ηλικία

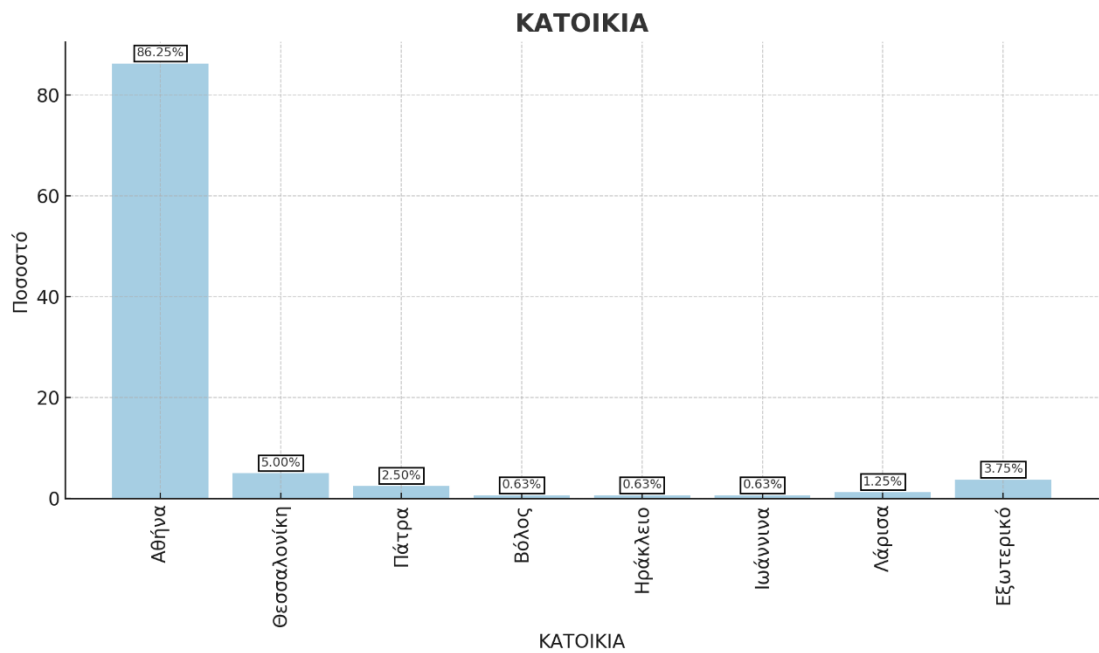
Επίπεδο Εκπαίδευσης: Στο επίπεδο εκπαίδευσης τέθηκαν πέντε επιλογές. Από τα 160 άτομα, οι 12 δήλωσαν ότι είναι απόφοιτοι λυκείου με ποσοστό 7,5 %, οι 115 απάντησαν ότι βρίσκονται ή έχουν ολοκληρώσει τις προπτυχιακές τους σπουδές με ποσοστό 71,9%, 30 άτομα απάντησαν ότι βρίσκονται ή έχουν ολοκληρώσει τις μεταπτυχιακές σπουδές με ποσοστό 18,8 % ενώ 3 άτομα εκπονούν τη διδακτορική

τους διατριβή με ποσοστό 1,9%. Τα ποσοστά είναι αναμενόμενα δεδομένου του ηλικιακού ορίου που τέθηκε στην μελέτη.



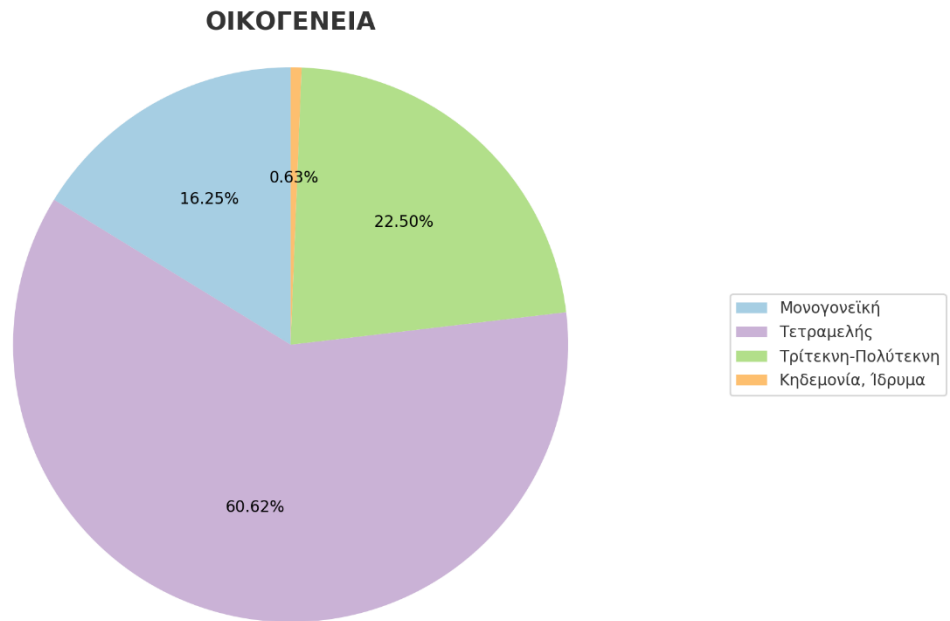
Διάγραμμα 3: Εκπαίδευση

Μόνιμη Κατοικία: Στην μόνιμη κατοικία, δόθηκαν εννέα επιλογές. Εξαιτίας της δημοσίευσης του ερωτηματολογίου σε ομάδες πανεπιστημίων της Αθήνας από τα 160 άτομα, τα 138 δήλωσαν ως μόνιμη κατοικία τον νομό Αττικής με ποσοστό 86,3%. Έπειτα, 8 άτομα την Θεσσαλονίκη με ποσοστό 5%, 6 άτομα το εξωτερικό με ποσοστό 3,8 %, 4 άτομα την Πάτρα με ποσοστό 2,5%, 2 άτομα από Νησί με ποσοστό 1,3 % και από 1 άτομο σε Βόλο και Ιωάννινα με ποσοστό 0,6% αντίστοιχα. Συνολικά, το 91,25% των συμμετεχόντων ζει σε αστικά περιβάλλοντα, το 3,75% στο εξωτερικό και μόλις το 5% σε επαρχιακή πόλη ή νησί. Το ποσοστό του 91,25% θα πρέπει ληφθεί σοβαρά υπόψη καθώς αφού η πλειονότητα του δείγματος ζει σε μεγάλη πόλη, είναι πιθανό να είναι συχνά μάρτυρες σε περιστατικά βίας, άρα θα είναι εξοικειωμένοι με αυτή.



Διάγραμμα 4: Μόνιμη Κατοικία

Οικογενειακή Κατάσταση: Η ερώτηση σχετικά με την οικογενειακή κατάσταση στοχεύει ώστε να οροθετηθεί περισσότερο το δείγμα της παρούσας έρευνας. Έτσι, 26 άτομα δήλωσαν ότι ανήκουν σε μονογονεϊκή οικογένεια (δε διευκρινίζεται ο λόγος της μονογονεϊκότητας) με ποσοστό 16,3 %, 97 άτομα ανήκουν σε τετραμελή οικογένεια με ποσοστό 60,6%, 36 σε τρίτεκνη ή πολύτεκνη οικογένεια με ποσοστό 22,5% κι ένα άτομο σε κηδεμονία με ποσοστό 0,6%.

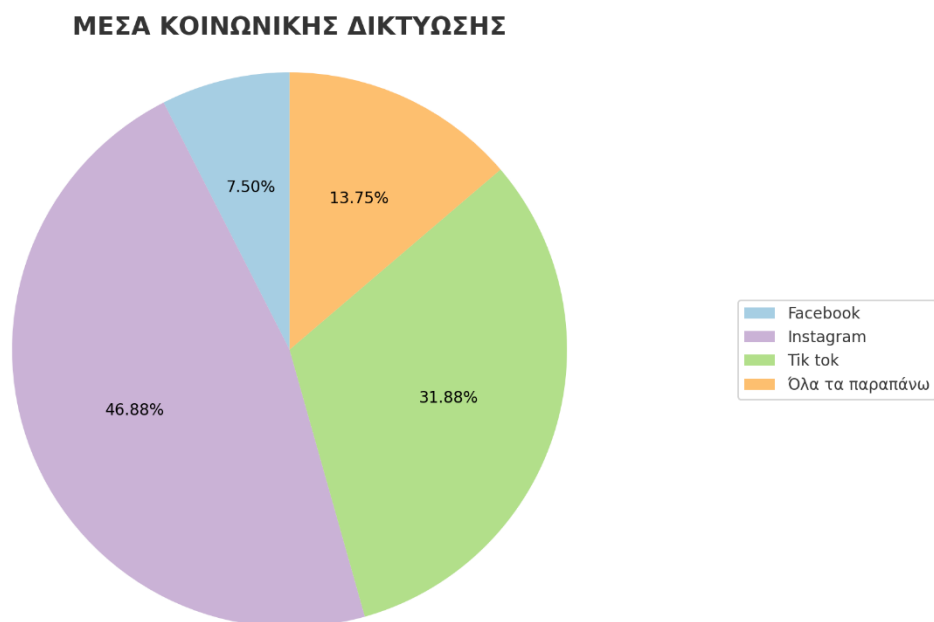


Διάγραμμα 5: Οικογενειακή Κατάσταση

- Social media και Gen Z

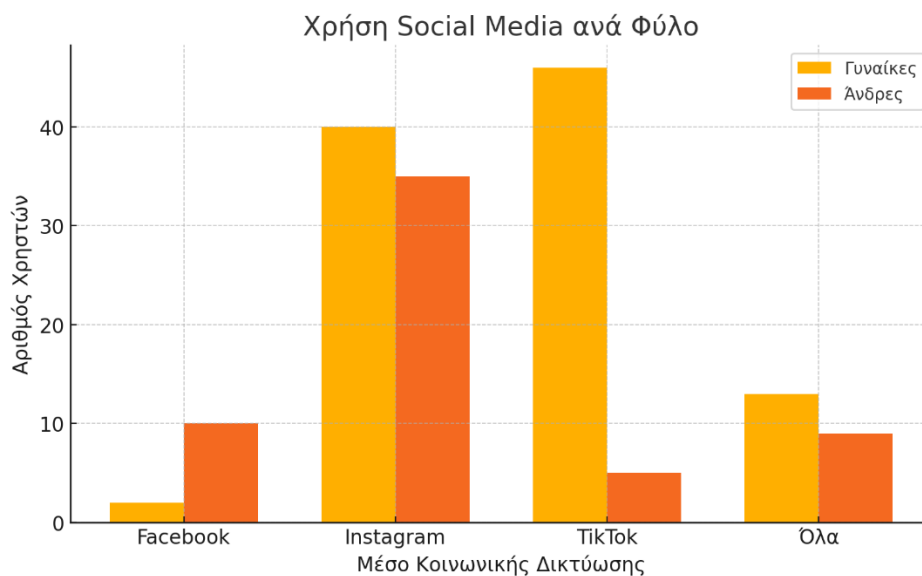
Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης: Στην ερώτηση σχετικά με το ποιο είναι το μέσο κοινωνικής δικτύωσης το οποίο χρησιμοποιούν περισσότερο οι νέοι από 18 έως 26 ετών τα αποτελέσματα είναι αρκετά ενδιαφέροντα. Αρχικά, 75 άτομα με ποσοστό 46,9 % απάντησαν το Instagram, 51 άτομα με ποσοστό 31,9% το Tik Tok, 22 άτομα με ποσοστό 13,8 % απάντησαν “όλα τα παραπάνω” δηλαδή Facebook, Instagram και Tik Tok και μόλις 12 άτομα με ποσοστό 7,5% το Facebook. Τα αποτελέσματα επιβεβαιώνουν όσα αναφέρθηκαν στο θεωρητικό πλαίσιο. Αρχικά, το 78,6% των συμμετεχόντων χρησιμοποιεί περισσότερο το Tik Tok και το Instagram, τα μέσα δικτύωσης τα οποία εμπεριέχουν βίντεο και εικόνα, τάση την οποία προτιμά η Gen Z. Αυτό το ποσοστό διασταυρώνεται και με την έρευνα της Forbes Advisor των ΗΠΑ

σύμφωνα με την οποία το 73% των Gen Z έχει λογαριασμό στο Instagram και στο Tik Tok (Forbes Advisor, 2023).



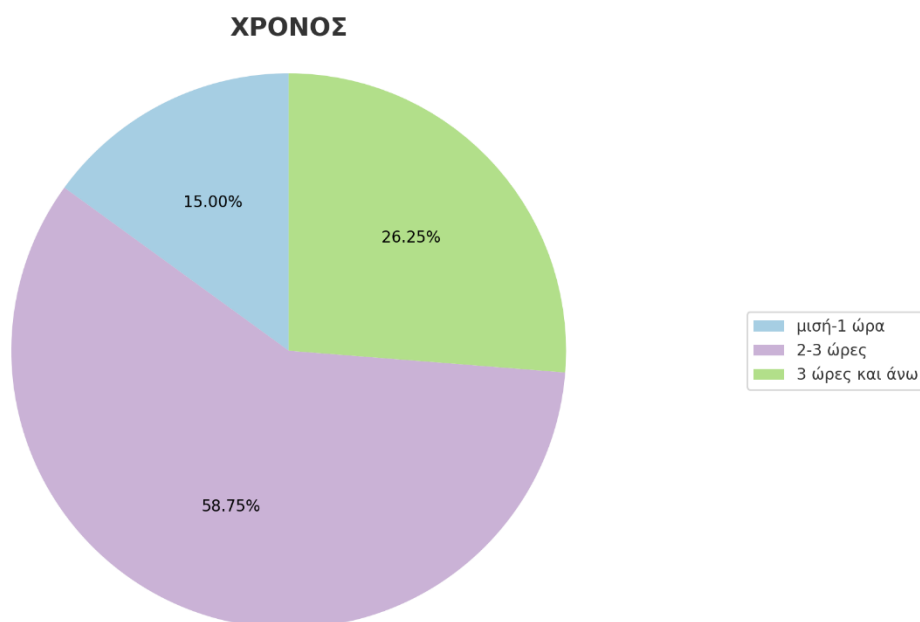
Διάγραμμα 6: Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Σε αυτήν την ερώτηση επιλέχθηκε να γίνει σύγκριση των αποτελεσμάτων με το φύλο. Σύμφωνα με το παρακάτω γράφημα, το οποίο αναπτύσσεται με βάση τον αριθμό των ατόμων σε σχέση με το social medium, φαίνεται ότι οι γυναίκες χρησιμοποιούν περισσότερο το Tik Tok (46 συμμετέχουσες) συγκριτικά με το πολύ χαμηλό ποσοστό των ανδρών (5 συμμετέχοντες). Σχετική ισοβαθμία υπάρχει στο Instagram καθώς το χρησιμοποιούν 40 γυναίκες και 35 άνδρες. Το Tik Tok αποτελεί ένα μέσο στο οποίο η έκθεση είναι πιο άμεση και πολλές φορές αφιλόδοξη, στοιχείο αρκετά οικείο στις γυναίκες. Σε αντίθεση με τους άντρες, στους οποίους η κοινωνία τους επιβάλλει να έχουν ένα πιο αυστηρό προφίλ. Ίσως επιλέγουν το Instagram λόγω του πιο ελεγχόμενου προφίλ που μπορεί να έχουν.



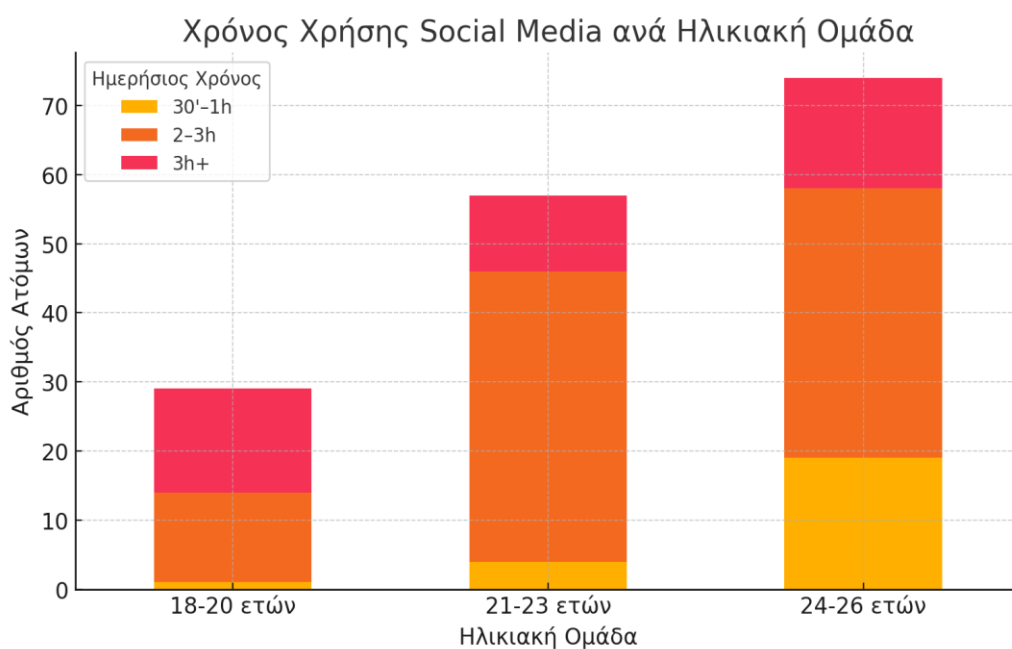
Διάγραμμα 7: Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε σχέση με το φύλο

Χρόνος στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης: Μία σημαντική ερώτηση της έρευνας ήταν ο συνολικός χρόνος που ξοδεύουν οι συμμετέχοντες στα social media καθημερινά. Οι απαντήσεις διαμορφώθηκαν ως εξής: 94 άτομα με ποσοστό 58,8 % απάντησαν 2 έως 3 ώρες, 42 άτομα με ποσοστό 26,3 % απάντησαν 3 ώρες κι άνω και 24 άτομα με ποσοστό 15 % απάντησαν 30 λεπτά έως 1 ώρα ημερησίως.



Διάγραμμα 8 : Χρόνος στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

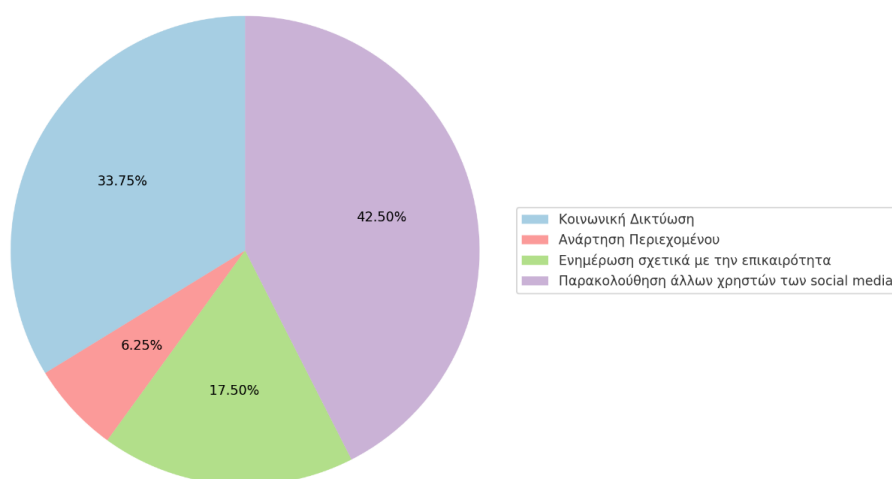
Η συγκεκριμένη ερώτηση ήταν σημαντικό να διασταυρωθεί με την ηλικία του δείγματος. Αρχικά, τα άτομα ηλικίας από 18 έως 20 ετών 1 άτομο απάντησε ότι περνά 30 λεπτά έως 1 ώρα στα μέσα δικτύωσης, 13 άτομα απάντησαν 2 με 3 ώρες και 15 άτομα απάντησαν 3 ώρες κι άνω. Έπειτα στα άτομα ηλικίας 21 έως 23 ετών, 4 άτομα απάντησαν 30 λεπτά έως 1 ώρα, 42 άτομα 2 έως 3 ώρες και 11 άτομα 3 ώρες κι άνω. Τέλος στα άτομα 24-26 ετών 19 άτομα απάντησαν 30 λεπτά έως 1 ώρα, 39 άτομα 2 έως 3 ώρες και 16 άτομα 3 ώρες κι άνω. Οι απαντήσεις δεν θεωρούνται απόλυτες καθώς αυτός είναι ο χρόνος που οι ίδιοι αντιλαμβάνονται ότι ξοδεύουν στα social media. Σε αντίστοιχη έρευνα που έγινε στο ETERON-Ινστιτούτο το 51,6% των ατόμων από 16 έως 25 ετών δήλωσε ότι περνά πάνω από 5 ώρες στο διαδίκτυο, το 36,7% λιγότερο από 5 ώρες και το 10% περισσότερες από 10 ώρες (ETERON-Ινστιτούτο 2021). Τα αποτελέσματα δε θεωρούνται απόλυτα καθώς κάποιιοι από τους συμμετέχοντες και στις δύο έρευνες μπορεί να χρησιμοποιούν το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για επαγγελματικούς λόγους. Ωστόσο, η πολύωρη χρήση επιβεβαιώνεται και στην παρούσα έρευνα και στην έρευνα του ETERON και ίσως τα ποσοστά υπενθυμίζουν την κοινωνική αποξένωση που βιώνει η συγκεκριμένη γενιά σε συνδυασμό με τη ψηφιακή και συναισθηματική κόπωση εξαιτίας της υπέρ-πληροφορίας.



Διάγραμμα 9: Χρόνος χρήσης social media ανά ηλικιακή ομάδα

Ο λόγος της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης: Η Gen Z στην ερώτηση ποιος είναι ο λόγος που χρησιμοποιούν τα social media απάντησε ως εξής: 54 άτομα με ποσοστό 33,8 % απάντησαν για λόγους κοινωνικής δικτύωσης, 10 άτομα με ποσοστό 6,3% για λόγους ανάρτησης περιεχομένου, 28 άτομα με ποσοστό 17,5% για ενημέρωση και 68 άτομα με ποσοστό 42,5 % για να παρακολουθούν άλλους χρήστες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Τα συγκεκριμένα δεδομένα επιβεβαιώνουν τη νέα τάξη πραγμάτων σχετικά με το φαινόμενο της κοινωνικής αποξένωσης που έχουν προκαλέσει τα social media. Η δικτύωση και η ένωση των ανθρώπων προτιμάται από τα ψηφιακά μέσα, με εξαίρεση τις περιπτώσεις που όντως δεν είναι εφικτή η διαζώσης επαφή. Το 42,50% που απάντησε ότι παρακολουθεί άλλους χρήστες, είναι ένα σημαντικό ποσοστό καθώς προκύπτουν ερωτήματα-προβληματισμοί όπως τα ζητήματα αυτοπεποίθησης και η δημιουργία ενιαίας ταυτότητας της νέας γενιάς με απώτερο σκοπό να νιώθουν την αποδοχή των άλλων. Τα αποτελέσματα αυτά ίσως δίνουν και την απάντηση στην ερώτηση της υπό ενότητας 1.3 σχετικά με τα social media και εάν καλύπτουν την φυσική ανάγκη του ανθρώπου για κοινωνικοποίηση ή είναι μία κεκαλυμμένη απομόνωση. Τα ποσοστά φαίνεται ότι καταλήγουν στην κεκαλυμμένη απομόνωση.

ΚΥΡΙΑΡΧΟΣ ΛΟΓΟΣ ΧΡΗΣΗΣ ΤΩΝ SOCIAL MEDIA



Διάγραμμα 10: Κυρίαρχος λόγος χρήσης των social media

Περιεχόμενο προβολής: Αναφορικά με το είδος του περιεχομένου που προτιμούν να βλέπουν οι Zoomers 18-26 ετών, υπάρχει σχετική ισοβαθμία σχετικά με το *εικόνα-βίντεο-κείμενο από φίλους* και *εικόνα-βίντεο-κείμενο από άτομα που θαυμάζουν*. Πιο συγκεκριμένα, 78 άτομα με ποσοστό 48,8% απάντησαν ότι προτιμούν να παρακολουθούν περιεχόμενο από φίλους τους, 74 άτομα με ποσοστό 46,3% προτιμούν το περιεχόμενο από άτομα που θαυμάζουν και μόλις 8 άτομα με ποσοστό 5% επηρεάζονται από φίλους σχετικά με τι θα επιλέξουν να παρακολουθήσουν. Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι υπάρχει μία ισορροπία μεταξύ προσωπικού και δημόσιου περιεχομένου. Επίσης, φανερώνουν τον διπλό ρόλο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης καθώς από τη μία αποτελούν έναν χώρο κοινωνικής επαφής και δικτύωσης από την άλλη αποτελούν έναν χώρο θαυμασμού. Το πόρισμα αυτό ενισχύει την άποψη ότι οι νέοι από τη μία δεν επηρεάζονται ενισχύοντας έτσι την αυθεντικότητά τους από την άλλη όμως φαίνεται ότι βρίσκονται στην αναζήτηση δημιουργίας της ψηφιακής ταυτότητας τους βασισμένοι στις τάσεις του διαδικτύου.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ

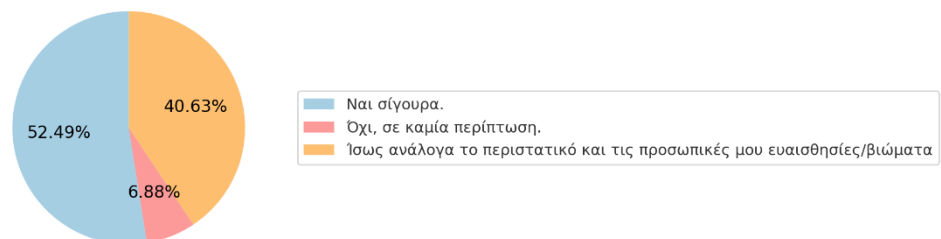


Διάγραμμα 11: Περιεχόμενο παρακολούθησης στα social media

- Διαδικτυακή βία και Gen Z

Η αντίδραση της Gen Z αναφορικά με περιστατικά διαδικτυακής βίας με θύμα ένα άγνωστο άτομο: Η ερώτηση αυτή τέθηκε συνδυαστικά με την επόμενη ερώτηση, ώστε να γίνει αντιληπτό εάν υπάρχει ο ίδιος βαθμός αντίδρασης με θύμα ένα άγνωστο κι ένα οικείο πρόσωπο. Οι απαντήσεις διαμορφώθηκαν ως εξής: 84 άτομα με ποσοστό 52,5% απάντησαν ότι θα βοηθούσαν σίγουρα ένα άγνωστο άτομο το οποίο ήταν θύμα περιστατικού διαδικτυακής βίας, 65 άτομα με ποσοστό 40,6 % απάντησαν ότι ίσως βοηθούσαν ανάλογα τις ευαισθησίες τους και 11 άτομα με ποσοστό 6,9% απάντησαν ότι δε θα βοηθούσαν.

ΑΝΤΙΔΡΑΣΗ ΜΕ ΘΥΜΑ ΕΝΑ ΑΓΝΩΣΤΟ ΑΤΟΜΟ



Διάγραμμα 12: Αντίδραση σε περιστατικό διαδικτυακής βίας με θύμα ένα άγνωστο άτομο

Στην συγκεκριμένη μεταβλητή, ήταν απαραίτητο να γίνει μία συγκριτική ανάλυση με την ηλικία και το φύλο. Από την διασταύρωση των στοιχείων φάνηκε ότι 65 γυναίκες και 19 άντρες απάντησαν “ναι σίγουρα”. Στην συνέχεια, 35 γυναίκες απάντησαν

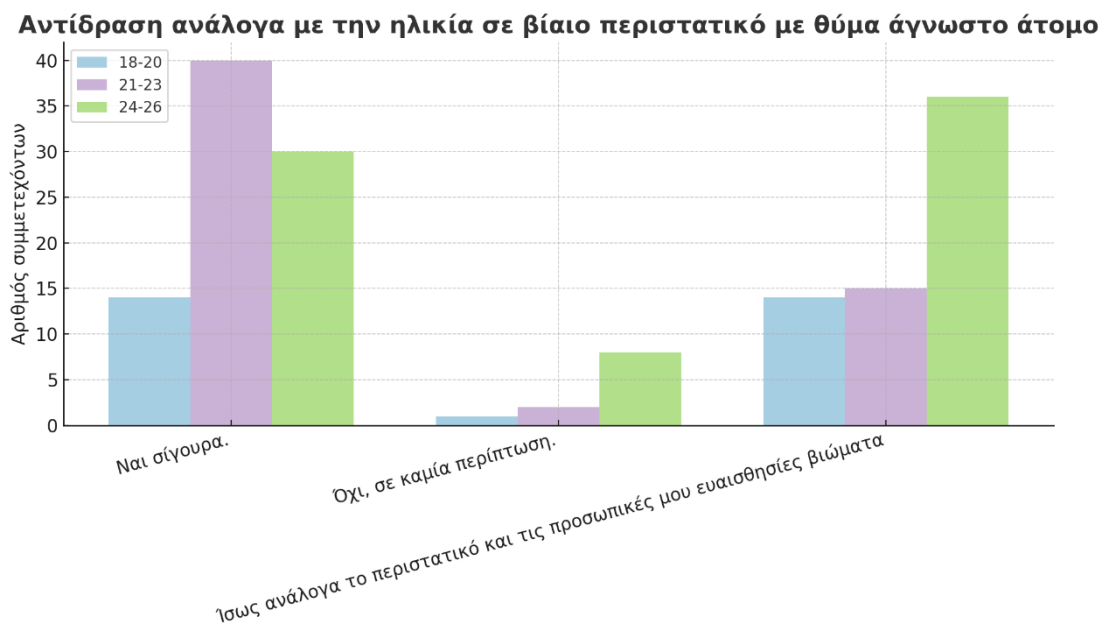
“ίσως” ενώ σημαντική διαφορά παρατηρήθηκε στους άνδρες με 30 να απαντούν “ίσως”, περισσότεροι από αυτούς που είπαν “ναι σίγουρα”. Τέλος, 1 γυναίκα απάντησε ότι δεν θα βοηθούσε ενώ προβληματισμό προκαλεί η απάντηση των αντρών καθώς 10 απάντησαν ότι δε θα βοηθούσαν. Σε αυτή τη περίπτωση πιθανόν η αιτιολογία είναι, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, η ανεπτυγμένη εν συναίσθηση των γυναικών απέναντι στα θύματα καθώς οι ίδιες είναι πιο εκτεθειμένες στη βία συγκριτικά με τους άντρες. Ωστόσο, φαίνεται ότι στο “ίσως” υπάρχει ισοβαθμία. Οι ακριβείς λόγοι θα μπορούσαν να δοθούν μόνο με προσωπικές συνεντεύξεις των συμμετεχόντων. Ωστόσο, τονίζεται ξανά η ανάγκη της κοινωνίας να εκπαιδεύσει τους πολίτες σχετικά με την αντιμετώπιση των κοινωνικών προβλημάτων και την αλληλεγγύη.



Διάγραμμα 13 : Φύλο και αντίδραση με θύμα ένα άγνωστο άτομο

Όσον αφορά τις ηλικίες, τα άτομα από 21-23 ετών υπερτερούν με 40 συμμετέχοντες να δηλώνουν ότι θα βοηθούσαν σίγουρα, 15 δήλωσαν ίσως και μόλις 1 όχι. Ακολουθούν τα άτομα ηλικίας 24-26 ετών που αποτελούν ένα ενδιαφέρον εύρημα καθώς οι 36 απάντησαν ίσως ενώ 30 ναι σίγουρα και 8 όχι. Στα άτομα από 18 έως 20 υπάρχει ισοψηφία στο ναι και στο ίσως και 1 άτομο απάντησε όχι. Τα ποσοστά αυτά

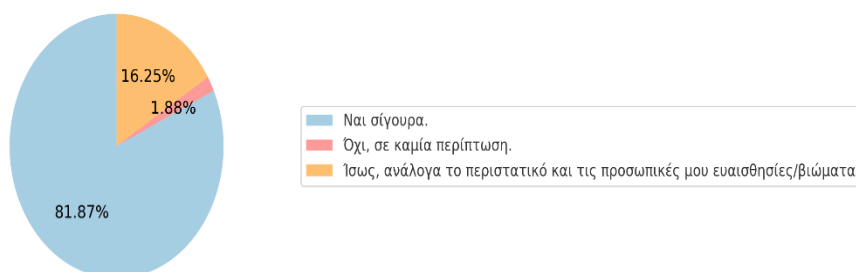
δεν πρέπει να γενικεύουν τον τρόπο που αντιδρά η Gen Z. Από την άλλη όμως η δυσaréσκεια των 24-26 να προσφέρουν βοήθεια ίσως φανερώνει ότι τα άτομα που βρίσκονται στην πιο ενήλικη ομάδα των Zoomers αντιμετωπίζουν την κοινωνία με ένα πιο καχύποπτο βλέμμα και δεν είναι έτοιμοι να προσφέρουν χωρίς να βεβαιωθούν ότι όντως κάτι συμβαίνει.



Διάγραμμα 14: Ηλικία και αντίδραση με θύμα ένα άγνωστο άτομο

Η αντίδραση της Gen Z αναφορικά με περιστατικά διαδικτυακής βίας με θύμα ένα γνωστό άτομο: Στην ερώτηση σχετικά με την αντίδραση σε ένα βίαιο περιστατικό με θύμα ένα οικείο πρόσωπο τα ποσοστά διαφοροποιούνται καθώς 131 άτομα από τα 160 με ποσοστό 81,9 % απάντησε ότι θα βοηθούσε σίγουρα ενώ 26 άτομα με ποσοστό 16,3% απάντησε ίσως και 3 άτομα με ποσοστό 1,9% απάντησαν ότι δε θα βοηθούσαν.

ΑΝΤΙΔΡΑΣΗ ΜΕ ΘΥΜΑ ΕΝΑ ΓΝΩΣΤΟ ΑΤΟΜΟ



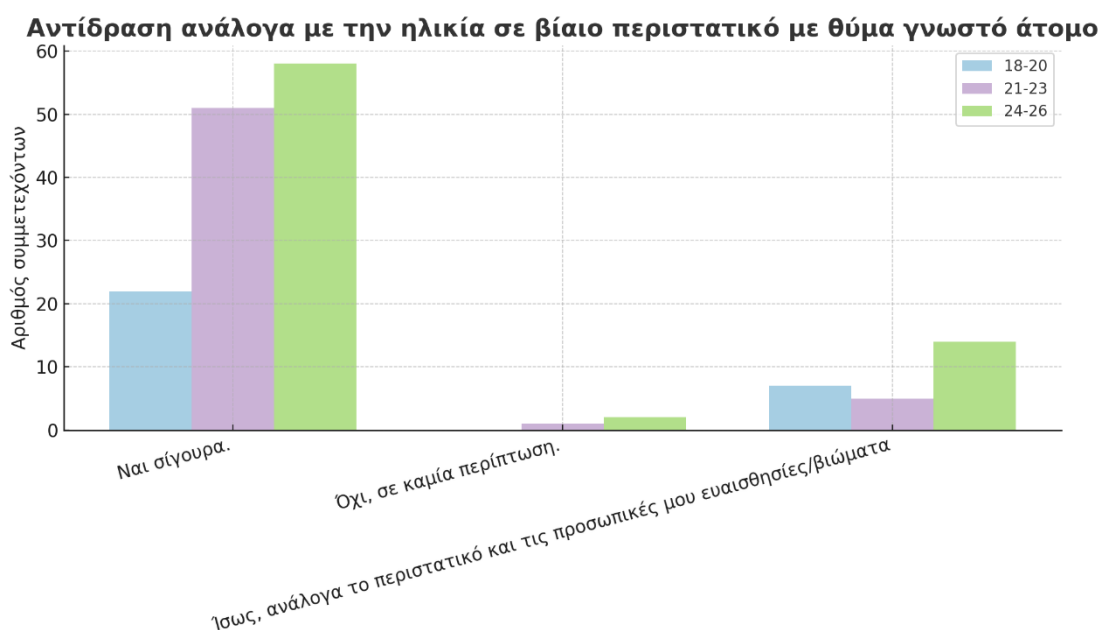
Διάγραμμα 15: Αντίδραση σε περιστατικό διαδικτυακής βίας με θύμα ένα γνωστό άτομο

Όσον αφορά τη διασταύρωση στοιχείων, 93 γυναίκες από τις 101 απάντησαν ναι σίγουρα θα βοηθούσαν, οι υπόλοιπες 8 ίσως και καμία όχι ενώ από τους 59 άντρες οι 38 απάντησαν ναι σίγουρα, οι 18 ίσως και 3 όχι. Και σε αυτήν την περίπτωση, λογικά σημαντικό ρόλο διαδραμάτισε η ευαισθητοποίηση των γυναικών σε σχέση με τη βία.



Διάγραμμα 16: Φύλο και αντίδραση με θύμα ένα γνωστό άτομο

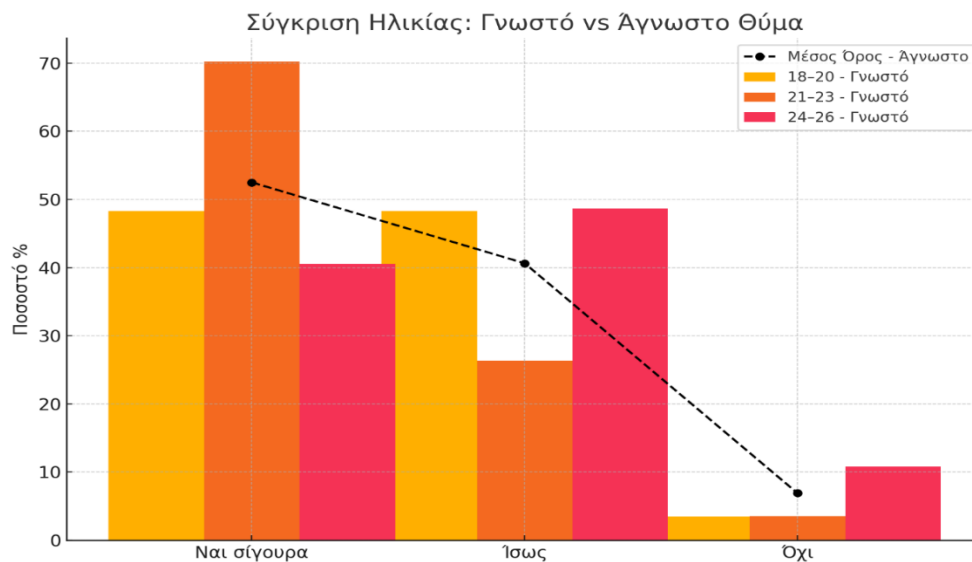
Αναφορικά με την ηλικία, από τα 74 άτομα που ανήκουν στο ηλικιακό γκρουπ 24-26, οι 58 απάντησαν πως θα βοηθούσαν σίγουρα, 2 απάντησαν όχι σε καμία περίπτωση και 14 άτομα ίσως. Τα άτομα που ανήκουν στους 21-23, οι 51 απάντησαν ναι σίγουρα, 5 απάντησαν ίσως και 1 όχι ενώ στους 18-20, 22 άτομα απάντησαν ναι σίγουρα και 7 ίσως. Είναι ιδιαίτερα αισιόδοξο ότι η πλειοψηφία θα βοηθούσε σίγουρα ωστόσο οι 26 περιπτώσεις που απάντησαν “ίσως” πιθανόν αποτελούν το αναμενόμενο δείγμα της κοινωνίας το οποίο πολλές φορές φοβάται και προτιμά τη σιωπή.



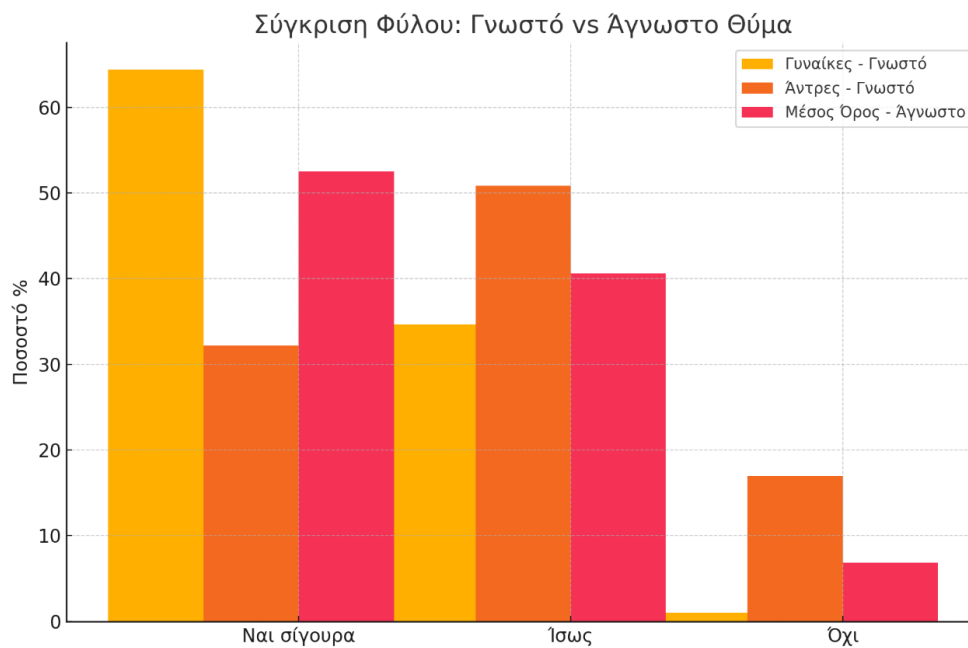
Διάγραμμα 17 : Ηλικία και αντίδραση με θύμα ένα γνωστό άτομο

Στο γράφημα 18α πραγματοποιήθηκε στατιστική ανάλυση ώστε να γίνει συγκριτική μελέτη στις ηλικίες με θύμα ένα γνωστό κι ένα άγνωστο άτομο. Οι μπάρες δείχνουν τα αποτελέσματα για το γνωστό-θύμα και ο διακεκομμένος γραμμικός δείκτης τον μέσο όρο για το άγνωστο-θύμα. Έτσι φαίνεται ότι η πλειοψηφία των συμμετεχόντων θα βοηθούσε το οικείο τους πρόσωπο ενώ δεν ισχύει το ίδιο για το άγνωστο. Στη συνέχεια στο γράφημα 18β αναπτύσσεται μία συγκριτική μελέτη του φύλου σε σχέση με τη προσφορά βοήθειας με θύμα ένα γνωστό και ένα άγνωστο άτομο. Είναι σημαντικό να τονιστεί ότι το γράφημα φανερώνει ότι και στα δύο φύλα υπάρχει

μειωμένη θέληση να βοηθήσουν ένα άγνωστο θύμα ενώ οι γυναίκες είναι πιο πρόθυμες από τους άντρες να βοηθήσουν ένα γνωστό πρόσωπο, αποτέλεσμα που προκύπτει κι από την πλειοψηφική συμμετοχή των γυναικών στην έρευνα. Εφόσον οι απαντήσεις λαμβάνονται από άτομα τα οποία είναι από 18 έως 26 ετών θα πρέπει να θεωρηθεί δεδομένο ότι αναφερόμαστε σε μία ομάδα ανθρώπων η οποία βρίσκεται σε ένα μετά-εφηβικό στάδιο και λειτουργούν με βάση τα πρότυπα που έχουν. Ίσως τα συγκεκριμένα αποτελέσματα είναι ο καθρέφτης των προηγούμενων γενιών και μπορούν να αποτελέσουν μία καλή αφορμή ώστε σταδιακά να γίνουν οι απαραίτητες ενέργειες για να αλλάξουν προς το καλύτερο.



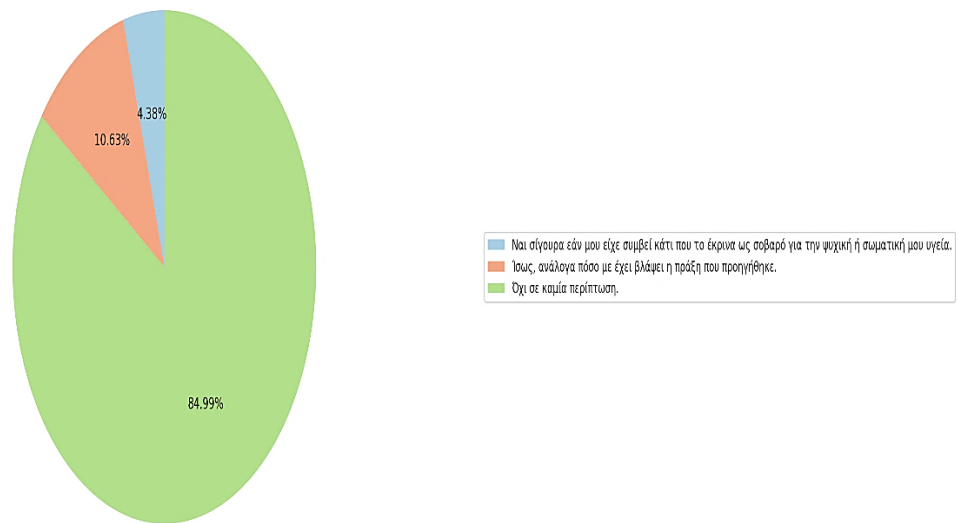
Διάγραμμα 18α: Σύγκριση αντίδραση με βάση την ηλικία αναφορικά με γνωστό ή άγνωστο θύμα.



Διάγραμμα 18β: Σύγκριση αντίδραση με βάση το φύλο αναφορικά με γνωστό ή άγνωστο θύμα.

Χρήση Social Media για εκδίκηση: Στην ερώτηση σχετικά με την χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ως εργαλείο εκδίκησης, από τους 160 συμμετέχοντες τα 136 άτομα με ποσοστό 85% απάντησαν όχι σε καμία περίπτωση δε θα τα χρησιμοποιούσαν με αυτό τον τρόπο, 17 άτομα με ποσοστό 10,6% απάντησαν ίσως και μόλις 7 με ποσοστό 4,4 % απάντησαν ναι ανάλογα, ποσοστό αμελητέο που όμως πρέπει να μην περάσει απαρατήρητο.

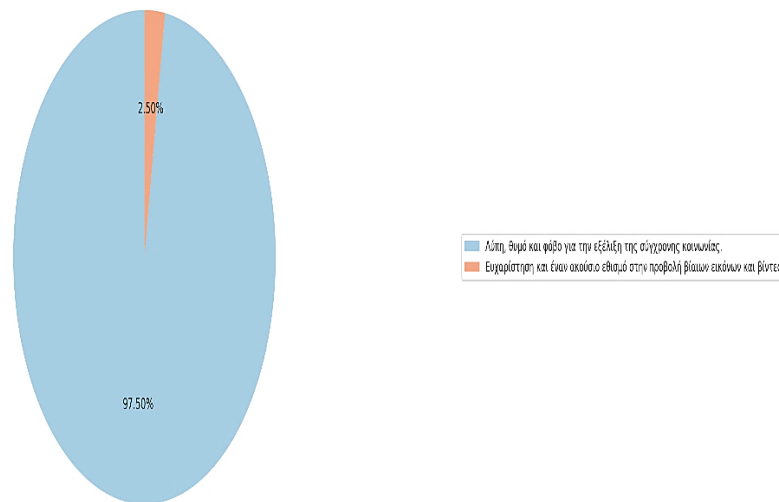
ΧΡΗΣΗ SOCIAL MEDIA ΓΙΑ ΕΚΔΙΚΗΣΗ



Διάγραμμα 19: Χρήση των social media για εκδίκηση

Σκέψεις απέναντι στα βίαια περιστατικά στα social media: Στην συνέχεια πραγματοποιείται μία γενική ερώτηση σχετικά με το συναίσθημα που νιώθουν όταν βλέπουν στα social media ένα βίαιο περιστατικό. Στη συγκεκριμένη ερώτηση δε χρειάζεται περαιτέρω ανάλυση καθώς 156 άτομα από τους 160 με ποσοστό 97,5 % απάντησαν λύπη και θυμό, ενώ 4 άτομα απάντησαν ευχαρίστηση κι εθισμό με ποσοστό 2,5%.

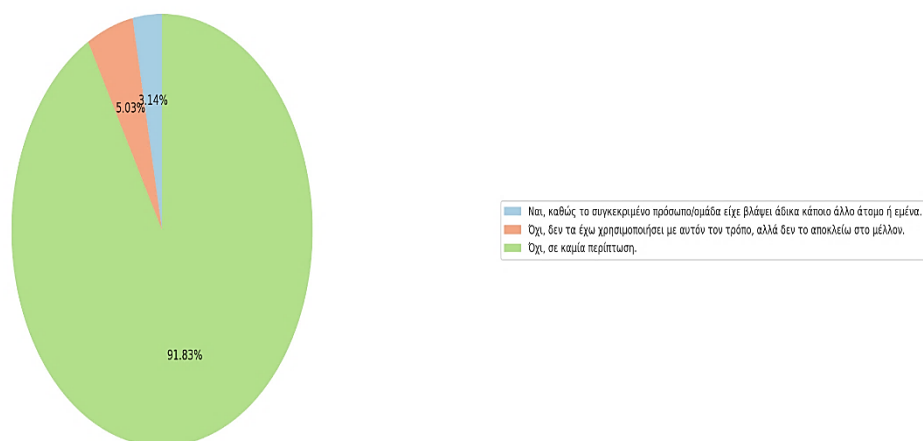
ΣΚΕΨΕΙΣ ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΤΑ ΒΙΑΙΑ ΠΕΡΙΣΤΑΤΙΚΑ ΣΤΑ SOCIAL MEDIA



Διάγραμμα 20: Σκέψεις απέναντι στα βίαια περιστατικά στα social media

Χρήση των social media για αθέμιτους σκοπούς: Έπειτα προκειμένου να διασταυρωθεί η ισχύς των αποτελεσμάτων των προηγούμενων ερωτήσεων γίνεται η ερώτηση στους συμμετέχοντες εάν έχουν χρησιμοποιήσει έως τώρα για αθέμιτο σκοπό τα social media. Τα αποτελέσματα επιβεβαιώνουν τα παραπάνω καθώς 146 άτομα με ποσοστό 91,3% δήλωσαν ότι δεν τα έχουν χρησιμοποιήσει, 8 άτομα με ποσοστό 5% δήλωσαν ότι δεν τα έχουν χρησιμοποιήσει αλλά δεν το αποκλείουν στο μέλλον και 5 άτομα με ποσοστό 3,1% δηλώνουν πως τα έχουν χρησιμοποιήσει. Το ποσοστό 8,17 % το οποίο αντιπροσωπεύει το “ίσως” και το “ναι” ίσως ανήκει και πάλι στην αναμενόμενη ομάδα κάθε κοινωνίας στην οποία η βία αποτελεί δεδομένο συστατικό.

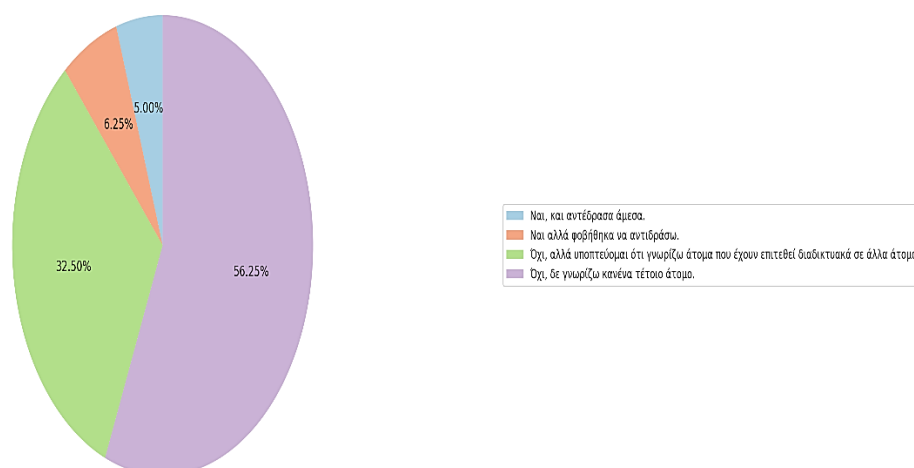
ΧΡΗΣΗ SOCIAL MEDIA ΓΙΑ ΑΘΕΜΙΤΟΥΣ ΣΚΟΠΟΥΣ



Διάγραμμα 21: Χρήση social media για αθέμιτους σκοπούς

Χρήση των social media για αθέμιτο σκοπό με θύτη οικείο πρόσωπο: Ενδιαφέρουσες είναι οι απαντήσεις στην ερώτηση εάν γνωρίζουν κάποιο άτομο που έχει χρησιμοποιήσει για αθέμιτο σκοπό τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αρχικά, 90 άτομα με ποσοστό 56,3% απάντησαν πως δε γνωρίζουν. Από την άλλη 52 άτομα με ποσοστό 32,5% απάντησαν ότι όχι δεν γνωρίζουν αλλά υποψιάζονται ότι ίσως κάποιος τα έχουν χρησιμοποιήσει για να βλάψουν κάποιο άλλο πρόσωπο. Έπειτα, 10 άτομα με ποσοστό 6,2% απάντησαν ναι γνωρίζουν αλλά φοβήθηκαν να αντιδράσουν και 8 άτομα με ποσοστό 5% απάντησαν ναι και ότι αντέδρασαν άμεσα. Αθροιστικά 70 άτομα γνωρίζουν άλλους χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης οι οποίοι πιθανόν να άσκησαν διαδικτυακή βία κάθε μορφής. Αυτά τα αποτελέσματα διασταυρώνονται με την έρευνα του Ελληνικού Κέντρου Ασφαλούς Διαδικτύου σύμφωνα με την οποία περισσότεροι από τους μισούς έχουν παρατηρήσει διαδικτυακή βία ενώ αρκετοί από αυτούς, περίπου το 38%, δε γνωρίζει βασικές έννοιες της βίας ή πως να τη καταγγείλει (Ελληνικό Κέντρο Ασφαλούς Διαδικτύου 2024). Ίσως αυτό δικαιολογεί και το 32,5% της παρούσας ερώτησης.

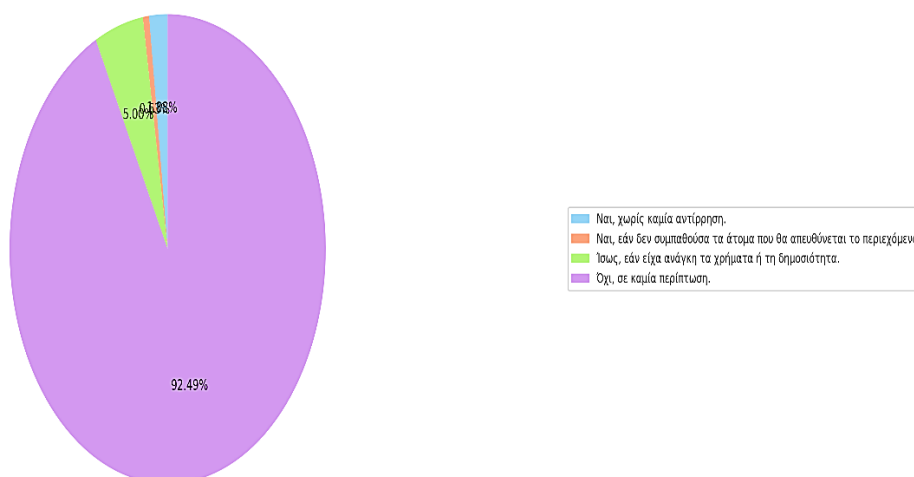
ΧΡΗΣΗ SOCIAL MEDIA ΓΙΑ ΑΘΕΜΙΤΟ ΣΚΟΠΟ ΑΠΟ ΟΙΚΕΙΟ ΠΡΟΣΩΠΟ



Διάγραμμα 22: Χρήση των social media για αθέμιτο σκοπό με θύτη οικείο πρόσωπο

Δημοσίευση προσβλητικού υλικού έναντι αμοιβής : Η επόμενη ερώτηση γίνεται προκειμένου να παρατηρηθεί η στάση της Gen Z έναντι της δωροδοκίας αναφορικά με την άσκηση διαδικτυακής βίας. Τα αποτελέσματα είναι αρκετά ξεκάθαρα καθώς το 92,5% απάντησε ότι όχι σε καμία περίπτωση δε θα γινόταν θύτες ώστε να κερδίσουν χρήματα ή δημοσιότητα. Από την άλλη το 5% απάντησε ίσως εάν είχαν ανάγκη τα χρήματα ή τη δημοσιότητα, το 0,6% απάντησε ναι εάν δεν συμπαθούσε το θύμα και το 1,9% απάντησε ναι χωρίς καμία αντίρρηση. Το 92,5% δείχνει ότι η Gen Z δεν αντιμετωπίζει τη βία ως μία κανονική συμπεριφορά ή ως ευκαιρία για κέρδος κάτι που φανερώνει ότι γνωρίζουν το ποσοστό κοινωνικής και ψηφιακής ευθύνης που τους αναλογεί.

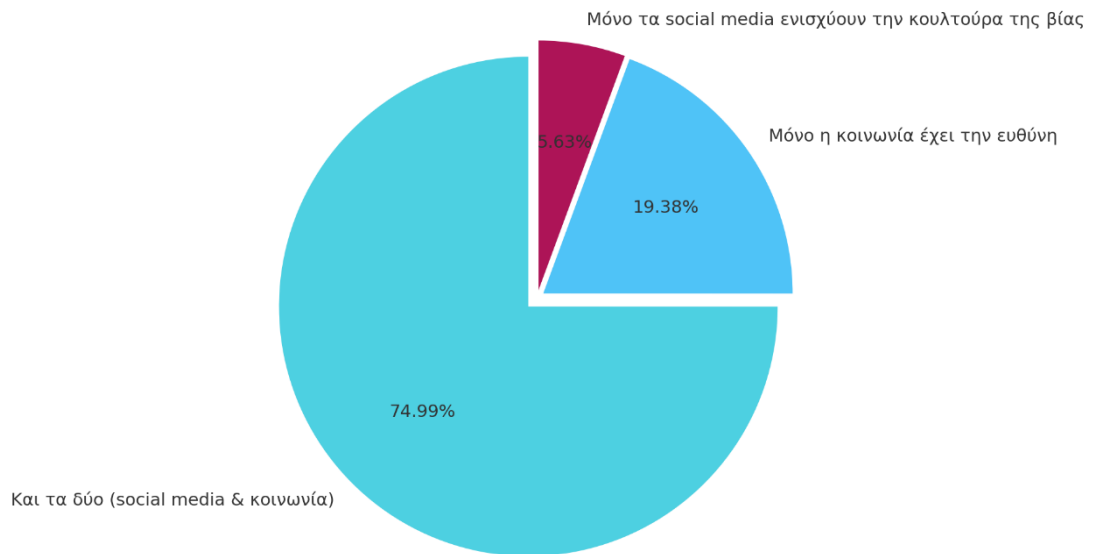
ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ ΠΡΟΣΒΛΗΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ ΕΝΑΝΤΙ ΑΜΟΙΒΗΣ



Διάγραμμα 23: Δημοσίευση προσβλητικού υλικού έναντι αμοιβής

Η ευθύνη για τα αυξημένα περιστατικά διαδικτυακής βίας στην σύγχρονη ελληνική κοινωνία: Στην συνέχεια η Gen Z καλείται να απαντήσει στην ερώτηση σχετικά με το ποιος έχει την ευθύνη για την αυξημένη διαδικτυακή βία στην χώρα μας. Αρχικά, 120 άτομα με ποσοστό 75% απάντησαν και τα social media και η κοινωνία. Έπειτα 31 άτομα με ποσοστό 19,4% απάντησαν ξεκάθαρα μόνο η κοινωνία και 9 άτομα με ποσοστό 5,6% απάντησαν μόνο τα social media. Φαίνεται ότι οι Zoomers αναγνωρίζουν ότι η διαδικτυακή βία είναι αποτέλεσμα θεσμικών αποτυχιών και πολιτισμικών αξιών αλλά και ψηφιακών συμπεριφορών που συμβάλλουν στην κανονικοποίηση της. Είναι εμφανές ότι η τεχνολογία αναπαράγει τα ήδη υπάρχοντα κοινωνικά πρότυπα. Αυτό διασταυρώνεται και με την έρευνα της Eurostat η οποία απέδειξε ότι οι περισσότερες επιθέσεις διαδικτυακής βίας ήταν κοινωνικού επιπέδου όπως ότι το 28,3% των επιθέσεων αφορούσε βία για λόγους φυλετικής καταγωγής ή το 32,93% αφορούσε επιθέσεις σε LGBTQ άτομα (Eurostat, 2023). Το ποσοστό του 5,6% ίσως αναφέρεται σε άτομα τα οποία έχουν δεχθεί βία στα social media με αποτέλεσμα να θεωρούν ότι αυτά ευθύνονται εξ' ολοκλήρου.

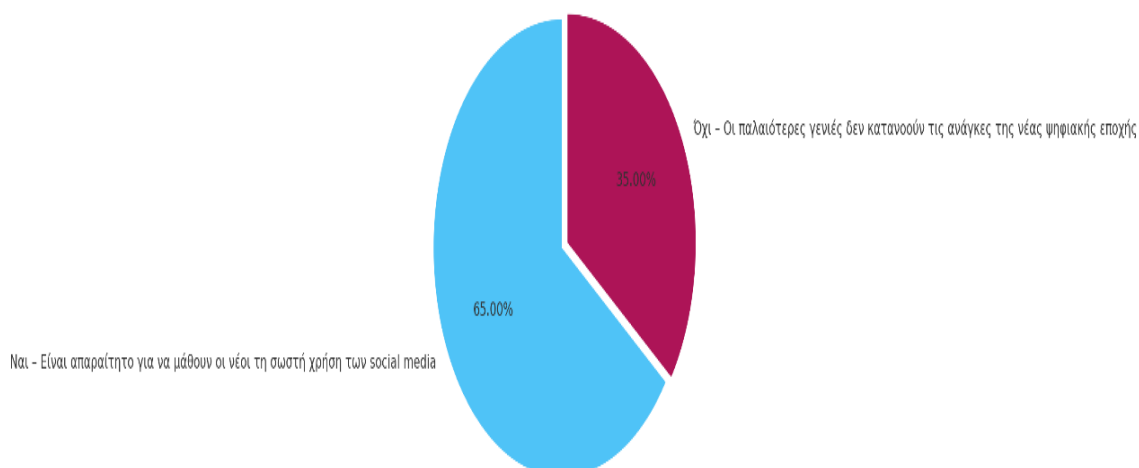
Απόψεις της Generation Z για την ευθύνη στην αύξηση της βίας στην ελληνική κοινωνία (%)



Διάγραμμα 24: Η ευθύνη για τα αυξημένα περιστατικά διαδικτυακής βίας στην σύγχρονη ελληνική κοινωνία

Επίβλεψη της χρήσης των social media από κηδεμόνα για άτομα κάτω των 18 ετών: Στην ερώτηση σχετικά με την επίβλεψη για άτομα ηλικίας κάτω των 18 ετών από κηδεμόνες αναφορικά με τον τρόπο που χρησιμοποιούν τα social media τα 104 άτομα με ποσοστό 65% απάντησαν ότι το θεωρούν απαραίτητο. Έπειτα, 56 άτομα με ποσοστό 35% απάντησαν ότι δεν το θεωρούν απαραίτητο. Εδώ τίθεται το ερώτημα: μέχρι ποιο σημείο είναι το ηθικό και παιδαγωγικό όριο της παρέμβασης των γονιών στη ζωή του παιδιού τους; Το ποσοστό του 65% φαίνεται ότι δείχνει να γνωρίζει ότι το διαδίκτυο δεν είναι απόλυτα ασφαλές, κάτι που επιβεβαιώθηκε και από την έρευνα του Ελληνικού Κέντρου Ασφαλούς Διαδικτύου με ποσοστό 43% να δηλώνει ότι δε νιώθει ασφάλεια στο διαδίκτυο. Από την άλλη, το 35% φαίνεται να μην έχει εμπιστοσύνη στις προηγούμενες γενιές ενώ παράλληλα ίσως αποτελεί κι ένα ποσοστό το οποίο φέρει αντίδραση στον υπερβολικό γονικό έλεγχο. Ωστόσο, και τα δύο ποσοστά καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι είναι άμεση ανάγκη της εκπαίδευσης των πολιτών αναφορικά με το διαδίκτυο, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τους κινδύνους που κρύβουν.

Αντιλήψεις για την αναγκαιότητα εποπτείας της χρήσης social media σε ανήλικους (%)



Διάγραμμα 25: Επίβλεψη της χρήσης των social media από κηδεμόνα για άτομα κάτω των 18 ετών.

- Gen Z και εμπιστοσύνη στην Πολιτεία

Βιντεοσκόπηση βίαιων περιστατικών: Η ερώτηση σχετικά με την χρησιμότητα της βιντεοσκόπησης ενός βίαιου περιστατικού που συμβαίνει εκτός ψηφιακού κόσμου φανερώνει πολλά για τον τρόπο που σκέφτεται και δρα η Gen Z. Αρχικά 98 άτομα με ποσοστό 61,3 % απάντησε πως όχι δε θα βιντεοσκοπούσαν αλλά θα προτιμούσαν να βοηθήσουν το θύμα ενώ 41 άτομα με ποσοστό 25,6% απάντησε πως ναι θα βιντεοσκοπούσαν το περιστατικό για να βοηθήσουν τις Αρχές. Από την άλλη 16 άτομα με ποσοστό 10%, απάντησε πως δε θα ήθελε να εμπλακεί και τέλος 5 άτομα με ποσοστό 3,1% απάντησε πως ναι θα βιντεοσκοπούσε για να το δημοσιεύσει στα media. Τα ποσοστά συνεχίζουν να επιβεβαιώνουν την ευαισθησία της γενιάς αυτής για τα κοινωνικά ζητήματα ενώ παράλληλα απορρίπτεται το στερεότυπο ότι αποτελούν μία παθητική γενιά η οποία είναι «με το κινητό στο χέρι».

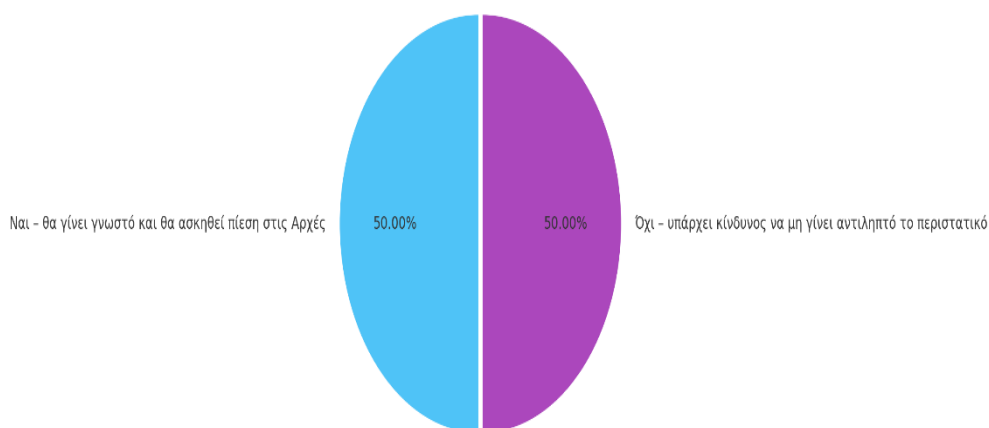
Στάσεις της Generation Z απέναντι στη βιντεοσκόπηση περιστατικών βίας (%)



Διάγραμμα 26: Βιντεοσκόπηση βίαιων περιστατικών

Αρμόδιες αρχές και περιστατικά βίας στα social media: Μία σοβαρή ερώτηση αναφορικά με την εμπιστοσύνη στις Αρχές είναι εάν οι Zoomers θεωρούν ότι θα δράσουν πιο γρήγορα οι αρμόδιοι σε περίπτωση που δημοσιευθεί ένα περιστατικό βίας στα social media. Αξιοσημείωτο είναι, ότι 80 άτομα με ποσοστό 50% απάντησαν ότι ναι θα πιεστούν και θα δράσουν πιο γρήγορα ενώ επίσης το υπόλοιπο 50% ότι δε θα δράσουν πιο γρήγορα καθώς δε θα γίνει αντιληπτό το περιστατικό. Ο κοινωνικός διχασμός της γενιάς αυτής είναι φανερός. Από τη μία τονίζεται η δύναμη και η σωστή χρήση των social media τα οποία λειτουργούν ως κοινωνικό όργανο. Από την άλλη φανερώνει και το πρόβλημα της υπέρ πληροφορίας του διαδικτύου και την πληθώρα ασήμαντων πληροφοριών. Προηγουμένως αναφέρθηκε ότι η Gen Z είναι μία γενιά η οποία σταδιακά μειώνει την χρήση των social media (Pew Research Center, 2021). Το πόρισμα της έρευνας του Pew Research Center ίσως διασταυρώνεται με το 50% που θεωρεί ότι υπάρχουν πολλές πληροφορίες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε σημείο που δεν είναι χρήσιμα για τους χρήστες τους. Έτσι φαίνεται ότι ο συνδυασμός της αδυναμίας των θεσμών σε σύγκριση με την υπέρ - χρήση των social media δε τα καθιστούν εργαλεία καταπολέμησης της βίας και η Gen Z το έχει αντιληφθεί.

Αντίληψη των νέων για την ανταπόκριση των Αρχών σε περιστατικά βίας στα social media (%)

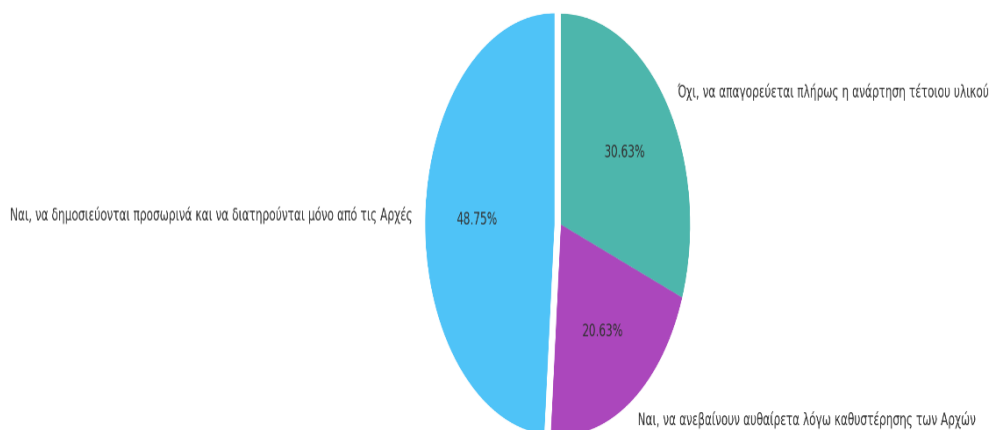


Διάγραμμα 27: Αρμόδιες αρχές και περιστατικά βίας στα social media.

Αλλαγή πολιτικής σχετικά με τη δημοσίευση βίαιων περιστατικών: Στην τελευταία ερώτηση αναφορικά με την αλλαγή πολιτικής στα social media, 78 άτομα με ποσοστό 48,8% απάντησαν ότι θα πρέπει να δημοσιεύονται τα βίαια περιστατικά για να φοβηθεί ο θύτης και μετά να παραμένουν στα χέρια των Αρχών, 49 άτομα με ποσοστό 30,6% επιθυμούν να απαγορευτεί πλήρως η ανάρτηση τέτοιου υλικού και 33 άτομα με ποσοστό 20,6% θέλουν να συνεχίζει να ανεβαίνει αυθαίρετα τέτοιο υλικό καθώς οι Αρχές κωλυσιεργούν. Από τα αποτελέσματα προκύπτει μία αντιφατική στάση που έχει η Gen Z μεταξύ της εμπιστοσύνης έναντι των θεσμών και της προστασίας προσωπικών δεδομένων. Είναι εμφανές ότι η πλειονότητα (48,75%) είναι υπέρ της δημοσίευσης των βίαιων περιστατικών με μία αίσθηση ότι αποτελεί τη μοναδική λύση και το πιο έγκυρο στοιχείο σε περίπτωση διάπραξης βίας. Παράλληλα, το 20,63% ουσιαστικά συμπληρώνει το 48,75 % καθώς και σε αυτή τη περίπτωση διαφαίνεται η ανύπαρκτη εμπιστοσύνη στους θεσμούς. Όπως αναφέρθηκε και στο θεωρητικό μέρος της εργασίας η νέα γενιά απορρίπτει πλήρως τους κανόνες και τα δεδομένα των παλαιότερων γενιών. Παράλληλα, η καθημερινή ειδησεογραφία επιβεβαιώνει τους Zoomers για τις αδυναμίες και τα κενά που έχουν οι αρμόδιοι να διαχειριστούν σοβαρά ζητήματα. Αναφορικά με το 30,63 % που είναι υπέρ της απαγόρευσης της ανάρτησης βίαιου περιεχομένου ίσως σχετίζεται με την αυξημένη

εν συναίσθηση που έχει η Gen Z σχετικά με τα κοινωνικά γεγονότα και με μία ένδειξη σεβασμού των προσωπικών δεδομένων του θύματος.

Απόψεις για την πολιτική δημοσίευσης βίαιων περιστατικών στα social media (%)



Διάγραμμα 28: Αλλαγή πολιτικής σχετικά με τη δημοσίευση βίαιων περιστατικών.

Κεφάλαιο Πέμπτο

Συμπεράσματα και Προτάσεις

5.1 Συμπεράσματα

Με βάση όσα αναφέρθηκαν, είναι εμφανές ότι σε κάθε τομέα της καθημερινότητας η σύγχρονη κοινωνία βασίζεται στην εξέλιξη της στην τεχνολογία. Ενώ η πρώτη γενιά που ήρθε σε επαφή με την πρώιμη μορφή του ψηφιακού κόσμου είναι οι Millennials, πιο εξοικειωμένη αποδείχθηκε η Gen Z. Αυτό έχει συμβεί καθώς είναι εκείνη η ομάδα ατόμων που μεγάλωσαν με το διαδίκτυο ενώ τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έγιναν μέρος της προσωπικής ταυτότητας τους.

Αξίζει να επισημανθεί, ότι τα social media και ευρύτερα οι ιστοσελίδες ενημέρωσης της επικαιρότητας δημιουργούν μία συνθήκη υπέρ πληροφορίας στον χρήστη του διαδικτύου. Παράλληλα, έχει παρατηρηθεί ότι προβάλλουν συνεχώς ειδήσεις και υλικό με βίαιο περιεχόμενο. Αυτό το φαινόμενο από τη μία μπορεί να ωφελήσει την κοινωνία για την μη συγκάλυψη της βίας. Από την άλλη μπορεί να φτιάξει μία συνθήκη οικειοποίησης με τα βίαια σκηνικά και περιστατικά. Ως αποτέλεσμα η βία μπορεί να λειτουργήσει ως πρότυπο για μία μερίδα ατόμων και να καταλήγουν να γίνονται βίαιοι χαρακτήρες είτε στην πραγματική ζωή, είτε διαδικτυακά.

Αναφορικά με την Gen Z, αποτελεί μία γενιά η οποία μπορεί να θεωρηθεί παρεξηγημένη και παράλληλα αβοήθητη. Είναι αλήθεια οι Zoomers κατηγορούνται για τεμπελιά, για εθισμό στα social media, για ανάρμοστη συμπεριφορά. Αντιθέτως, έως τώρα δεν έχει επιτραπεί να ακουστούν οι απαιτήσεις, τα προβλήματα και οι προβληματισμοί της Γενιάς Z. Ταυτόχρονα οι παλαιότερες γενιές δεν έχουν αναλάβει τις ευθύνες τους για τη δημιουργία της σύγχρονης κοινωνίας, της οποίας συνέχεια αποτελούν τα νέα παιδιά.

Στην παρούσα μελέτη, ο σκοπός ήταν να έρθει στην επιφάνεια η γνώμη της Gen Z σχετικά με τα social media και τη βία. Ο λόγος που επιλέχθηκε αυτός ο τρόπος έρευνας, δηλαδή η ανάλυση της οπτικής της Gen Z, ήταν για να κατανοηθεί η γενιά

αυτή από την κοινωνία, ώστε η Πολιτεία να αντιληφθεί τις ανάγκες της και να δράσει ανάλογα. Στην εισαγωγή τέθηκε το ερευνητικό ερώτημα πάνω στο οποίο θα κινούταν η παρούσα εργασία:

- Πως αντιλαμβάνεται η Generation Z τη βία στα social media και ποιοι παράγοντες επηρεάζουν τη πρόσληψη της ;

Ολοκληρώνοντας την παρούσα μελέτη προκύπτει η εξής απάντηση:

- Οι νέοι είναι υπέρ της τεχνολογικής εξέλιξης χωρίς αυτή να παίρνει τοξικές διαστάσεις. Έχουν γνώση των κινδύνων του διαδικτύου αλλά και των προβλημάτων της κοινωνίας. Εκφράζουν θυμό στις παλαιότερες γενιές αλλά και στις Αρχές. Η μη εμπιστοσύνη στους αρμόδιους προέκυψε καθώς τα άτομα αυτά μεγάλωσαν παρακολουθώντας σκάνδαλα στα οποία οι Αρχές δεν έδιναν την ιδιαίτερη βαρύτητα ή είδαν περιστατικά τα οποία εάν δεν υπήρχαν ψηφιακά στοιχεία δε θα ερχόταν στο φως της δημοσιότητας ποτέ. Ωστόσο, οι Zoomers δείχνουν προθυμία να βοηθήσουν με σκοπό τον έλεγχο της νεανικής εγκληματικότητας και ιδιαίτερα της διαδικτυακής βίας αλλά και της εποικοδομητικότερης χρήσης των social media.

5.2 Προτάσεις- Λύσεις

Παρακάτω προτείνονται κάποιες πιθανές λύσεις ώστε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ευρύτερα ο ψηφιακός κόσμος, για την Γενιά Z και τις επόμενες γενιές, να αποκτήσουν έναν πιο λειτουργικό χαρακτήρα χωρίς κίνδυνο και ανεξέλεγκτη χρήση :

- Αναβάθμιση εκπαιδευτικού συστήματος: Θα ήταν ωφέλιμο να γίνονται από την προ εφηβεία μαθήματα στα παιδιά για την ορθή χρήση του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Επίσης σημαντική θα είναι η εκπαίδευση στην αναγνώριση της βίας, στην καταγγελία και στην αντιμετώπιση της και στην πραγματική ζωή και στον ψηφιακό κόσμο.
- Εκπαίδευση γονέων και κηδεμόνων: Η έρευνα του Ελληνικού Κέντρου Ασφαλούς Διαδικτύου έδειξε ότι σε ερώτηση που αφορά την χρήση των social media σε παιδιά κάτω των 13 ετών, από του 1.100 γονείς-συμμετέχοντες το 55,8% απάντησε ότι το επιτρέπει. Οι γονείς και οι κηδεμόνες, όπως και οι εκπαιδευτικοί, θα πρέπει να λάβουν την απαραίτητη εκπαίδευση σχετικά με την χρήση και τους κινδύνους του

διαδικτύου. Η συγκεκριμένη ενέργεια θα μπορούσε να γίνει με την βοήθεια του σχολείου, των Δήμων και της Δίωξης Ηλεκτρονικού Εγκλήματος προσφέροντας δωρεάν μαθήματα σε όλους.

- Αναβάθμιση της ποιότητας των Αρχών: Θα πρέπει να υπάρξει ανανέωση στις αρμόδιες Αρχές, είτε αυτό αφορά συστήματα είτε προσωπικό, ώστε να υπάρξουν οι κατάλληλοι στις κατάλληλες θέσεις. Επίσης, είναι απαραίτητο το τμήμα Δίωξης Ηλεκτρονικού Εγκλήματος να γίνει φιλικό προς τον πολίτη ώστε να μπορούν άφοβα και άμεσα να απευθύνονται όλοι όσοι είναι θύματα ή παρατηρητές διαδικτυακής βίας.
- Αναβάθμιση δικαιοσύνης: Ίσως μία πιθανή αλλαγή των νομοθεσιών που αφορούν το cyber harassment και το cyber bullying να βοηθούσε τους χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, καθώς με τις απλές κυρώσεις που υπάρχουν σήμερα το φαινόμενο της διαδικτυακής βίας αυξάνεται συνεχώς.
- Εκπαιδευτικά προγράμματα: Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, θα μπορούσαν να αναδιαμορφωθούν ώστε εκτός από την επικοινωνία και την ψυχαγωγία να προσφέρουν και την απαραίτητη ασφάλεια. Για παράδειγμα, θα μπορούσε σε κάθε social media να δημιουργηθεί μία εύχρηστη στήλη η οποία να δίνει οδηγίες για ασφαλή χρήση, τρόπους επικοινωνίας σε περίπτωση διαδικτυακής βίας αλλά και τους όρους που κάποιος μπορεί να χειρίζεται τα social media. Με αυτόν τον τρόπο ο πιθανός θύτης θα έχει προειδοποιηθεί ότι οι πράξεις του θα έχουν κυρώσεις και το πιθανό θύμα θα νιώσει ότι προστατεύεται και μπορεί άμεσα να λύσει οτιδήποτε προκύψει. Όσον αφορά τα ανήλικα παιδιά, θα μπορούσε να δημιουργηθούν πλατφόρμες οι οποίες θα μοιάζουν με social media έχοντας την μορφή ενός ηλεκτρονικού παιχνιδιού έτσι ώστε τα παιδιά να εκπαιδεύονται με διασκεδαστικό τρόπο στην ασφαλή χρήση των μέσων.
- Φορείς και Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις: Στην Ελλάδα έχουν γίνει κάποιες προσπάθειες από φορείς με σκοπό την ορθότερη χρήση του διαδικτύου. Για παράδειγμα το ΚΕΘΕΑ (Κέντρο Θεραπείας Εξαρτημένων Ατόμων) προσφέρει προγράμματα τα οποία αφορούν τον εθισμό στο διαδίκτυο. Ωστόσο είναι απαραίτητο, ειδικά τώρα που η χρήση της τεχνητής νοημοσύνης αυξάνεται ραγδαία, να δημιουργηθούν και άλλοι φορείς πιο ειδικευμένοι για την διαδικτυακή βία. Ίσως θα ήταν πιο χρήσιμο να υπάρξουν ανεξάρτητες οργανώσεις οι οποίες θα εξυπηρετούν η κάθε μία και μία διαφορετική μορφή διαδικτυακής βίας. Πιθανόν με

αυτό τον τρόπο να εξυπηρετηθούν περισσότερα θύματα πιο γρήγορα και αποτελεσματικά.

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση

Ανδριανόπουλος, Β. (2024, Αύγουστος 11). Έρευνα: Ένας στους δύο νέους θύμα ιντερνετικού bullying. *Η Καθημερινή*. <https://www.kathimerini.gr/society/563161522/ereyna-enas-stoys-dyo-neoys-thyma-internetikoy-bullying>

Ανώνυμος. (2022, Αύγουστος 22). Πως η γενιά Z αλλάζει τα social media. *The total business*. <https://www.thetotalbusiness.com/2022/08/28/pos-h-genia-z-allazei-ta-social-media/>

Ανώνυμος. (2024). Γενιά Z: Τα μυστικά πίσω από την ψηφιακή συμπεριφορά μίας γενιάς digital native. *Ναυτεμπορική*. <https://www.naftemporiki.gr/society/1698553/genia-z-ta-mystika-piso-apo-tin-psifiaki-symperifora-mias-genias-digital-natives>

Ανώνυμος. (χ.χ.) Baby Boomers, Millenials, Gen Z, Y, X. Ποια είναι η “χαμένη γενιά” και ποια η “σπουδαιότερη”. Τι σημαίνουν τα αρχικά. *Μηχανή του Χρόνου*. <https://www.mixanitouxronou.gr/baby-boomers-millenials-gen-z-y-x-poia-einai-i-quot-chameni-genia-quot-kai-poia-i-quot-spygdaioteri-quot-ti-simainoyn-ta-archika>

Βερβεσός, Δ. (2024, Νοέμβριος 4). Στατιστικά στοιχεία πορείας αστικών υποθέσεων Πρωτοδικείου Αθηνών 2009-2024. *Δικηγορικός Σύλλογος Αθηνών*. <https://www.dsa.gr/νέα/ανακοινώσεις/στατιστικα-στοιχεια-πορειασ-αστικων-υποθεσεων-πρωτοδικειου-αθηνων-2009-2024>

Bryman, A. (2017). Μέθοδοι κοινωνικής έρευνας (Π. Σακελλαρίου, Μεταφρ.). Gutenberg. (Το πρωτότυπο έργο εκδόθηκε το 2016)

Δίκτυο Καταγραφής Περιστατικών Ρατσιστικής Βίας. (2023). *Ετήσια Έκθεση 2023*. <https://rvrn.org/wp-content/uploads/2024/04/RVRN-2023-report-fnl.pdf>

Ελλάδα. (2019). Νόμος 4619/2019. Ποινικός Κώδικας. Άρθρα 3881 και 3863. ΦΕΚ Τεύχος Α, Αρ. 95.

Ελλάδα. (2018). Νόμος 4577/2018. Προστασία των προσωπικών δεδομένων. Φύλλο Εφημερίδος της Κυβερνήσεως, Τεύχος Α, Αρ. 199.

- Ελληνική Αστυνομία. (2020). Στατιστικά στοιχεία εγκληματικότητας. <https://www.astynomia.gr/statistikos-epetirides/statistika-stoicheia-2/statistika-stoicheia-egklimatikotitas>
- Ελληνική Στατιστική Αρχή (2023). Έρευνα χρήσης τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας από τα νοικοκυριά και άτομα: Έτος 2023. <https://www.statistics.gr/documents/20181/7add8452-9379-0e6d-6313-fb619174f96c>
- Ελληνική Στατιστική Αρχή. (2024). Έρευνα εργατικού δυναμικού: Α' τρίμηνο 2024. <https://www.statistics.gr>
- Ελληνικό Κέντρο Ασφαλούς Διαδικτύου. (2024). Πανελλήνια έρευνα 2024: Βία στο διαδίκτυο. Ίδρυμα Τεχνολογίας και Έρευνας. https://saferinternet4kids.gr/wp-content/uploads/2024/04/bia_survey_2024.pdf
- HelpLine.gr (2023). Ετήσια στατιστικά στοιχεία 2023. <https://www.help-line.gr/annual-report-2023>
- Καραγιάννης, Γ. & Νούλα, Μ. & Παπασταύρου, Ε. & Ρούπα, Ζ. & Φαρμακάς, Α. (2020). Θεωρητική προσέγγιση της διαφοράς της εν συναίσθησης ανάμεσα στα δύο φύλα. Το Βήμα του Ασκληπιού. Τομ. 19 (1), 5-24. <https://www.vima-asklipiou.gr/articles/190>
- Μαστροσαββάκη, Μ. (2021). Ο αρνητικός αντίκτυπος της χρήσης μέσω κοινωνικής δικτύωσης και του cyberbullying τόσο σε γνωστικό όσο και σε συμπεριφορικό επίπεδο κατά την εφηβεία. *Social Policy.gr*. <https://socialpolicy.gr/2021/05/o-αρνητικός-αντίκτυπος-της-χρήσης-μέσ.html>
- Μπαμπινιώτης, Γ. (2010). Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας. (Β' ανατύπωση). Αθήνα: Κέντρο Λεξικολογίας.
- Μπαμπινιώτης, Γ. (2010). Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας. (Β' ανατύπωση). Αθήνα: Κέντρο Λεξικολογίας.
- SafeLine.gr (2023). Ετήσια στατιστικά στοιχεία 2023. <https://www.safeline.gr/>

- Σιώμος, Θ. (2022, Οκτώβριος 18). Gen Z: Δημοκρατική Αποσύνδεση και Ψηφιακότητα. *ETERON*. <https://eteron.org/gen-z-aposyndesi-psifiakotita/?utm>
- Σουλάκη, Ι. (2024, Ιούνιος 25). Social media στην Ελλάδα: «Χαζεύουν άσκοπα» οι 2 στους 3 χρήστες ηλικίας 18 έως 64 ετών- Πόσοι έχουν Tik Tok και ChatGPT. *Newsit*. <https://www.newsit.gr/ellada/Social-Media-stin-ellada-xazeyoun-askopa-oi-2-stous-3-xristes-ilikias-18-eos-64-eton-posoi-exoun-TikTok-kai-ChatGPT/4118874/>
- Σπαθή Θ. (2018). Το φαινόμενο του κυβερνοεκφοβισμού (cyberbullying) στην Ελλάδα και στο εξωτερικό. *Crime Times*. <https://www.crimetimes.gr/to-fainomeno-tou-kyvernoekfovismoy-cyberbullying-sthn-ellada-kai-to-ekswteriko/?utm>
- Στέγη Ιδρύματος Ωνάση. (2021), #PSOFOS: Η ρητορική μίσους στα social media | Society Uncensored [Βίντεο]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=bZpM6s8AbT4>
- Συντακτική Ομάδα ertnews.gr. (2022, Ιούλιος 2022). Generation Z's use of social media. *EPT news*. <https://www.ertnews.gr/eidiseis/epistimi/ereyna-i-genia-z-chrisimopoiei-ligotero-ta-mesa-koinonikis-diktyosis-anadiamorfiontas-to-diadiktyo>
- Τζαβάρας, Π. (2020). *Κατανοώντας τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης*. Ελληνοεκδοτική.

Ξενόγλωσση

- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Prentice-Hall.
- Bard, M. (2010). 15 categories of social media: A landscape of the social web. *P2P Foundation Wiki*. https://wiki.p2pfoundation.net/Social_Media_Categories
- Benjamin, W. (2014). *Για μία κριτική της βίας*. (Μετ. Ανώνυμος)
- Cartwright, M. (2021, June 29). Great Depression. *World History Encyclopedia*. <https://www.worldhistory.org/>
- Castell, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- Centers for Disease Control and Prevention. (2022). Data and statistics on ADHD. <https://www.cdc.gov/adhd/data/index.html>

- Citron, D. K. (2014). Hate crimes in cyberspace. *Harvard University Press*.
- Deloitte. (2024). 2024 Gen Z and Millennial Survey (Global and Greek data) Living and working with purpose in a transforming world. <https://www.deloitte.com/gr/en/issues/work/2024-gen-z-and-millennial-survey--global-and-greek-data.html>
- Dhir, A., Yossatorn, Y., Kaur, P., & Chen, S. (2018). Online social media fatigue and psychological wellbeing, a study of compulsive use, fear of missing out, and social media fatigue among youth. *International Journal of Information Management*. 40, 141–152. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.01.012>
- Esteban, O. (2019). The rise of social media. *Our world in data*. <https://ourworldindata.org/rise-of-social-media>
- Falus, A. & Feith, H. & Foveny, M. & Kiss, S. & Kitzinger, I. & Lucas, A. & Szabo, G. & Takacs, J. (2022). Specific pathways regarding the outcomes of a cyberbullying youth education program. *Personality and individual differences*. 186. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0191886921007170>
- Focus Bari. (2019). Focus on Tech Life: Έρευνα για τη χρήση τεχνολογίας στην Ελλάδα. https://focusbari.gr/wp-content/uploads/2022/09/FOCUS-ON-TECH-LIFE_TIPS_22A2_EN.pdf
- Goldsmith, A., & Brewer, R. (2015). Beyond the “subculture of connection”: Youth violence and gangs online on social networks. *ResearchGate*. <https://www.researchgate.net/publication/332177863>
- Haan, K. (2024). In Social Media The New Google? Gen Z Turn to Google 25% Less Than Gen X When Searching? *Forbes*. <https://www.forbes.com/advisor/business/software/social-media-new-google/>
- Hemingway, E. (1926). *The sun also rises*. Scribner.
- Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millennials rising: The next great generation*. Vintage Books.

- Ionescu, C. G. & Licu, M. (2023). Are Tik Tok algorithms influencing users self perceived identifies and personal values? A mini review. *Mdpi*.
<https://www.mdpi.com/2076-0760/12/8/465>
- Jaeger, H. (1985). Generations in history: Reflections on a controversial concept. *History and Theory*. 24(3), 273–292.
- Javed, M., & Qadir, A. (2022). Unpacking youth violence: Exploring the impact of social media on youth violence in Pakistan. *ResearchGate*.
<https://www.researchgate.net/publication/358425367>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*. 53(1), 59–68.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kayany, J. M., & Yelsma, P. (2000). Displacement effects of online media in the socio-technical context of households. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 44(2), 215–229.
https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4402_4
- Kemp, S. (2020, January 30). Digital 2020: 3.8 billion people use social media. *We Are Social*.
<https://wearesocial.com/uk/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media/>
- Kullolli, T. & Trebicka, B. (2023). Generation Z and the Evolution of Social Media. A two decade analysis of impact and usage trends. *Interdisciplinary Journal of Research and Development*. 10. 5.
https://www.researchgate.net/publication/377483045_Generation_Z_and_the_Evolution_of_Social_Media_A_Two-Decade_Analysis_of_Impact_and_Usage_Trends
- Li, L. & McManus, S. & Roberts, A. & Stewart, R. & Zhou, J. (2024). Social media users' attitudes toward cyberbullying during the COVID 19 pandemic: associations with gender and verification status. *Frontiers*. 15,
<https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2024.1395668/full>.

- MascitTi, M. (2024). The Metaverse impact on the politics means. *Computer law and security review*. 55. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0267364924001031#sec0012>
- McIntyre, K. (2014). The evolution of social media from 1969 to 2013: A change in competition and a trend toward complementary, Niche sites. *The journal of social media in society*. <https://thejsms.org/index.php/JSMS/article/view/89/43>
- Montag, C. & Muller, M. (2020). Disentangling the link between creativity and technology use: Individual differences in smartphone and social media (over) use. *Journal of creativity*. 34. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2713374524000074>
- Owyang, J. (2009). A collection of social network stats for 2009. Web Strategy by Jeremiah Owyang. <https://web-strategist.com/blog/2009/01/11/a-collection-of-soical-network-stats-for-2009/>
- Patton, D. U., Eschmann, R. D., & Butler, D. A. (2013). Social media as a vector for youth violence: A review of the literature. *Computers in Human Behavior*. 35, 548–553. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0747563214001101>
- Patton, D. U., Hong, J. S., Ranney, M., Patel, S., Kelley, C., Eschmann, R., & Washington, T. (2017). What violence outreach workers know about social media and urban youth violence. *Computers in Human Behavior*. 75, 620–626. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S074756321630379X>
- Pew Research. (2021). Teens, social media and technology 2021. <https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/teens-social-media-and-technology-2021/>
- Raine, L. & Wellman, B. (2012). The new social operating system. *MIT press*. <https://hci.stanford.edu/courses/cs047n/readings/rainie-networked.pdf>
- Ruggiero, T. E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass Communication & Society*. 3(1), 3–37. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0301_02

- Schwartz, M. (2010). An early history of the internet. *Communication Magazine*, 26-36, 2. <https://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=5534584>
- Shahid, A., & Mirza, M. (2022). Social media obsession leading teenage to criminal world. *ResearchGate*. <https://www.researchgate.net/publication/364838651>
- Smith, P. K., Mahdavi, J., Carvalho, M., Fisher, S., Russell, S., & Tippett, N. (2008). Cyberbullying: Its nature and impact in secondary school pupils. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*. 49(4), 376–385. <https://doi.org/10.1111/j.1469-7610.2007.01846.x>
- Szarbo, D. & Dani, E. (2022). Smartphones and social media as status symbol of Gen Z. *Folia Toruniensia*. 22. 87 – 111. <https://apcz.umk.pl/FT/article/view/38335>
- TIME. (1951, November). The younger generation. TIME.
- Twenge, M. J. (2017). *Why are today's super-connected kids are growing up less rebellious more tolerant, less happy and completely unprepared for adulthood and what that means for the rest of us*. Atria Books. https://books.google.gr/books?id=50MyDwAAQBAJ&printsec=frontcover&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Willard, N. (2007). Educator's guide to cyberbullying and cyberthreats. *Center for Safe and Responsible Internet Use*.
- Zuboff, S. (2019). The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power. *PublicAffairs*.
- Zhang, J. (2010). Social media and distance education. *DE Oracle @ UMUC*. <https://cdm16240.contentdm.oclc.org/digital/api/collection/p16240coll5/id/56/download>

Παράρτημα

Ερώτηση 1^η: Φύλο

- Γυναίκα
- Άντρας
- Άλλο

Ερώτηση 2^η : Ηλικία

- 18-20
- 21-23
- 24-26

Ερώτηση 3^η: Επίπεδο Εκπαίδευσης

- Απολυτήριο Λυκείου
- Προπτυχιακές Σπουδές
- Μεταπτυχιακές Σπουδές
- Διδακτορική Διατριβή
- Άλλο

Ερώτηση 4^η : Μόνιμη Κατοικία

- Αττική
- Θεσσαλονίκη
- Βόλος
- Ιωάννινα
- Πάτρα
- Λάρισα
- Επαρχιακή Πόλη

- Νησί
- Εξωτερικό

Ερώτηση 5^η: Οικογενειακή Κατάσταση

- Μονογονεϊκή Οικογένεια
- Τετραμελής Οικογένεια
- Τρίτεκνη, Πολύτεκνη Οικογένεια
- Κηδεμονία από συγγενείς ή τρίτους, Ίδρυμα (στην παιδική ηλικία)

Ερώτηση 6^η: Ποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιείτε περισσότερο στην καθημερινότητά σας ;

- Facebook
- Instagram
- Tik Tok
- Όλα τα παραπάνω

Ερώτηση 7^η: Πόσο χρόνο ξοδεύετε την ημέρα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που προαναφέρθηκαν;

- μισή ώρα-1 ώρα
- 2-3 ώρες
- 3 ώρες και άνω

Ερώτηση 8^η: Ποιος είναι ο κυρίαρχος λόγος για τον οποίο χρησιμοποιείτε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

- Κοινωνική Δικτύωση
- Ανάρτηση Περιεχομένου
- Ενημέρωση σχετικά με την επικαιρότητα

- Παρακολούθηση άλλων χρηστών των social media

Ερώτηση 9^η: Τι περιεχόμενο σας αρέσει να βλέπετε περισσότερο ;

- Εικόνα-Βίντεο-Κείμενο από φίλους.
- Εικόνα-Βίντεο-Κείμενο από άτομα που θαυμάζω.
- Εικόνα-Βίντεο-Κείμενο από άτομα που μου λένε οι φίλοι μου να δω.

Ερώτηση 10^η : Θα αντιδρούσατε εάν έπεφτε στην αντίληψη σας μία εικόνα, ένα βίντεο ή ένα κείμενο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με προσβλητικό ή βίαιο περιεχόμενο με πρωταγωνιστή-θύμα- ένα άγνωστο άτομο;

- Ναι σίγουρα.
- Όχι σε καμία περίπτωση.
- Ίσως ανάλογα το περιστατικό και τις προσωπικές μου ευαισθησίες/βιώματα.

Ερώτηση 11^η: Θα αντιδρούσατε εάν έπεφτε στην αντίληψη σας μία εικόνα, ένα βίντεο ή ένα κείμενο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με προσβλητικό ή βίαιο περιεχόμενο με πρωταγωνιστή-θύτη ή θύμα- ένα άτομο που γνωρίζετε;

- Ναι σίγουρα.
- Όχι σε καμία περίπτωση.
- Ίσως ανάλογα το περιστατικό και τις προσωπικές μου ευαισθησίες βιώματα.

Ερώτηση 12^η : Θα χρησιμοποιούσατε ποτέ τα social media ως μέσο εκδίκησης;

- Ναι σίγουρα.
- Όχι σε καμία περίπτωση.
- Ίσως ανάλογα το περιστατικό και τις προσωπικές μου ευαισθησίες/βιώματα.

Ερώτηση 13^η : Όταν βλέπετε μία πράξη βίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τι από τα παρακάτω νιώθετε/σκέφτεστε ;

- Λύπη, θυμό και φόβο για την εξέλιξη της σύγχρονης κοινωνίας.
- Ευχαρίστηση και έναν ακούσιο εθισμό στην προβολή βίαιων εικόνων και βίντεο.

Ερώτηση 14^η : Έχετε χρησιμοποιήσει τα social media για αθέμιτους σκοπούς π.χ. ανάρτηση βίντεο εξευτελιστικού περιεχομένου ως προς ένα συγκεκριμένο πρόσωπο ή μία συγκεκριμένη ομάδα ατόμων;

- Ναι καθώς ήθελα να γελάσω εις βάρος αυτού του ατόμου.
- Ναι καθώς το συγκεκριμένο πρόσωπο/ομάδα είχε βλάψει άδικα κάποιο άλλο άτομο ή εμένα.
- Όχι δεν τα έχω χρησιμοποιήσει με αυτόν τον τρόπο αλλά δεν το αποκλείω στο μέλλον.
- Όχι σε καμία περίπτωση.

Ερώτηση 15^η : Γνωρίζετε κάποιο φίλο/γνωστό που έχει χρησιμοποιήσει τα social media για αθέμιτο σκοπό;

- Ναι και αντέδρασα άμεσα.
- Ναι αλλά φοβήθηκα να αντιδράσω.
- Όχι αλλά υποψιάζομαι ότι γνωρίζω άτομα που έχουν επιτεθεί διαδικτυακά σε άλλα άτομα.
- Όχι δε γνωρίζω κανένα τέτοιο άτομο.

Ερώτηση 16^η : Εάν η δημοσίευση περιεχομένου σας έφερνε χρήματα ή δημοσιότητα θα μπαίνατε στη διαδικασία δημοσίευσης προσβλητικού υλικού;

- Ναι χωρίς καμία αντίρρηση.
- Ναι εάν δεν συμπαθούσα τα άτομα που απευθύνεται το περιεχόμενο.

- Ίσως εάν είχα ανάγκη τα χρήματα ή τη δημοσιότητα.
- Όχι σε καμία περίπτωση.

Ερώτηση 17^η: Θεωρείτε ότι για τα αυξημένα περιστατικά διαδικτυακής βίας της νέας γενιάς ευθύνονται οι σύγχρονες κοινωνικές συνθήκες ή η συνεχής προβολής τους από τα social media ;

- Ναι ξεκάθαρα η κοινωνία έχει την ευθύνη.
- Μόνο τα social media καθώς προάγουν όλο και περισσότερο την κουλτούρα της βίας ως κάτι φυσιολογικό.
- Και τα δύο.

Ερώτηση 18^η : Θεωρείτε ότι θα είναι σημαντικό να υπάρχει επίβλεψη από κηδεμόνα ως προς την χρήση των social media έως τα 18 έτη;

- Ναι είναι απαραίτητο για να μάθουν οι νέες γενιές να χρησιμοποιούν με σωστό τρόπο τα social media.
- Όχι καθώς οι παλαιότερες γενιές δε μπορούν να κατανοήσουν τα social media και τις ανάγκες της νέας γενιάς.

Ερώτηση 19^η : Εάν βλέπατε ένα βίαιο περιστατικό στο δρόμο θα το βιντεοσκοπούσατε;

- Ναι για να βοηθήσω τις Αρχές ως προς τη δικαίωση του θύματος.
- Ναι για να το δημοσιεύσω στα social media.
- Όχι θα προτιμούσα να προσφέρω τη βοήθεια μου στο θύμα.
- Όχι δε θα ήθελα να μπλέξω.

Ερώτηση 20^η : Θεωρείτε ότι εάν δημοσιευθεί ένα περιστατικό βίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης οι Αρχές θα δράσουν πιο γρήγορα;

- Ναι καθώς το περιστατικό θα γίνει ευρέως γνωστό και θα ασκηθεί έμμεση πίεση στις αρμόδιες Αρχές.
- Όχι καθώς καθημερινά δημοσιεύονται πληθώρα νέων πληροφοριών και υπάρχει κίνδυνος να μη γίνει αντιληπτό το περιστατικό.

Ερώτηση 21^η : Θεωρείτε ότι τα social media θα πρέπει να αλλάξουν πολιτική ως προς την δημοσίευση βίαιων περιστατικών; Με ποια από τις παρακάτω επιλογές συμφωνείτε περισσότερο;

- Ναι καλό θα ήταν να χρησιμοποιούνται για να φοβηθεί ο θύτης, έπειτα να διαγράφεται το υλικό και να το έχουν οι αρμόδιες αρχές.
- Όχι θα πρέπει αυθαίρετα να ανεβαίνει το περιστατικό βίας, να παραμένει αναρτημένο καθώς οι αρχές κωλυσιεργούν και τα θύματα θα συνεχίζουν να κακοποιούνται.
- Να απαγορευτεί πλήρως η ανάρτηση τέτοιου υλικού.