



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ & ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ**

---

**ΜΕΛΕΤΗ ΤΗΣ ΕΠΙΔΡΑΣΗΣ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ  
ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΣΤΗΝ ΠΑΙΔΙΚΗ ΗΛΙΚΙΑ**

---

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

---

Εισηγητής: Παναγιώτα Κρεμμύδα Α.Μ 1723

Επιβλέπων: Δρ. Γεώργιος Μαστοράκης



**TECHNOLOGICAL EDUCATION INSTITUTE OF  
CRETE**

**SCHOOL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS  
DEPARTMENT OF COMMERCE & MARKETING**

---

**STUDY OF EFFECTS OF MEANS OF SOCIAL  
NETWORKING IN THE CHILDREN'S AGE**

---

**DIPLOMA THESIS**

---

Student: Panagiota kremmida A.M 1723

Supervisor: Dr. George Mastorakis

**Υπεύθυνη Δήλωση**: Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην πτυχιακή εργασία. Επίσης έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης βεβαιώνω ότι αυτή η πτυχιακή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του προγράμματος σπουδών του Τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης του Τ.Ε.Ι. Κρήτης.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σε αυτή την έρευνα θα περιηγηθούμε στον κόσμο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Μέσα από αυτή την περιήγηση θα δούμε τον μικρό κόσμο των παιδιών μέσα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Θα γνωρίσουμε τις επιδράσεις των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε γονείς αλλά κυρίως στην παιδική ηλικία. Πιο συγκεκριμένα θα μελετήσουμε τον τρόπο με τον οποίο τα παιδιά αντιλαμβάνονται τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά τους, τους φόβους και τις αντιδράσεις των γονιών.

Παράλληλα θα αναφερθούμε και σε χώρες που έχουν απαγορεύσει τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην παιδική ηλικία. Θα δούμε την σχέση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μεταξύ τους αλλά και την σχέση τους με τα παιδιά. Και τέλος θα δούμε τα ερωτηματολόγια μας που με την βοήθεια των απαντήσεών τους αντλήσαμε στοιχεία και οδηγηθήκαμε στα συμπεράσματά μας.

**Λέξεις Κλειδιά:** μέσα κοινωνικής δικτύωσης, παιδική ηλικία, γονείς, παιδική ψυχολογία

## ABSTRACT

In this research we will wander in the world of means of social networking. Through this tour we will see the small world of children through the means of social networking. We will mainly know the effects of in social networking in parents but in the children's age. More concretely we will study the way with which the children conceive the means of social networking, the advantages and their disadvantages, the fears and the reactions of parents.

At the same time we will be reported also in countries that have prohibited the means of social networking in the children's age. We will from each other see the relation of in social networking but also their relation with the children. And finally we will see our questionnaires that with the help of their answers we drew elements and were led to our conclusions.

**Key Word:** children , social media , child psychology , parents

## **ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ**

<b>ΠΕΡΙΛΗΨΗ</b> .....	4-5
<b>ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ</b> .....	7
<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b> .....	8
<b><u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 – ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ</u></b>	
1.1 ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ.....	9-10
1.2 ΟΡΙΣΜΟΙ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ.....	11
1.3 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ.....	12-14
1.4 ΜΥΘΟΙ ΚΑΙ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	15-17
1.5 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ – ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ.....	18-19
1.6 ΠΩΣ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΜΕΤΑΞΥ ΤΟΥΣ ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ.....	20-21
<b><u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 – ΠΑΙΔΙΑ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ</u></b>	
2.1 ΠΩΣ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΜΕ ΤΑ ΠΑΙΔΙΑ.....	22-23
2.2 FACEBOOK.....	24-26
2.3 Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΩΝ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ ΣΤΑ ΠΑΙΔΙΑ.....	27-29
2.4 Η ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΠΑΙΔΙΩΝ.....	30-31
2.5 ΠΩΣ ΑΝΤΙΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΙ ΟΙ ΦΓΟΝΕΙΣ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΠΑΙΔΙΩΝ.....	32-33
<b><u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 – ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΑΠΟ ΧΩΡΑ ΣΕ ΧΩΡΑ</u></b>	
3.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΕΥΝΗΤΩΝ.....	34-35
3.2 ΠΟΙΕΣ ΧΩΡΕΣ ΕΧΟΥΝ ΑΠΑΓΟΡΕΥΣΗ ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΚΑΙ ΓΙΑΤΙ;.....	36-37
3.3 ΠΟΙΕΣ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΠΟΙΟ ΕΘΙΣΜΕΝΕΣ ΧΩΡΕΣ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ;.....	38-39
<b><u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4</u></b>	
4.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	40
4.2 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	41-56
4.3 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	57
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</b> .....	58-61
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ</b> .....	62-66

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Για τη διεκπεραίωση της παρούσας Πτυχιακής Εργασίας, θα ήθελα να ευχαριστήσω των επιβλέποντα καθηγητή Δρ. Γεώργιο Μαστοράκη, για τη συνεργασία και την πολύτιμη συμβολή του στην ολοκλήρωσή της. Ακόμη θα ήθελα να ευχαριστήσω τους φίλους μου και τους συγγενείς μου για την στήριξη τους καθ' όλο το χρονικό διάστημα αυτό.

Τέλος, θα ήθελα να πω ένα μεγάλο ευχαριστώ στους ανθρώπους που διέθεσαν λίγο από τον χρόνο τους για να απαντήσουν στα ερωτηματολόγια και η βοήθεια τους ήταν πολύτιμη.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα Μέσα Κοινωνικής δικτύωσης παλαιότερα δεν ήταν τόσο αναπτυγμένα όσο είναι τώρα. Υπήρχαν αλλά όχι σε τόσο μεγάλο βαθμό. Πλέον έχουν γίνει αναπόσπαστο κομμάτι όλων μας αλλά πιο συγκεκριμένα των παιδιών.

Εάν ανατρέξουμε μερικές δεκαετίες πίσω θα καταλάβουμε πως τα παιδιά μικρής ηλικίας είχαν χρόνο για άπλετο παιχνίδι , χαρά και ξεγνοιασιά. Βέβαια σε εκείνη την εποχή δεν είχαν όλοι την οικονομική άνεση να έχουν υπολογιστή. Επειδή όμως τα πράγματα αλλάζουν από δεκαετία σε δεκαετία τώρα το βάρος πέφτει και στους γονείς διότι εν αγνοία τους βάζουν τα παιδιά τους σε διάφορους διαδικτυακούς κινδύνους.

Στην εποχή που βρισκόμαστε όμως το μόνο που τους ενδιαφέρει είναι να κλείνονται μέσα σε ένα δωμάτιο και να απασχολούν τον χρόνο τους πάρα πολλές ώρες μπροστά από μια οθόνη υπολογιστή.

Τα παιδιά βρίσκουν διάφορες πληροφορίες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ανταλλάσσουν διάφορες πληροφορίες μεταξύ τους αλλά και με αγνώστους χωρίς να ξέρουν πραγματικά εάν αυτό που διάβασαν η ακόμα και αυτό που τους είπαν είναι αλήθεια. Θα προτιμήσουν να μιλήσουν σε κάποιον διαδικτυακό τους φίλο όταν έχουν κάποιο προβληματισμό παρά να απευθυνθούν στην οικογένεια τους.

Κάθε παιδί προφανώς και δεν έχει μόνο έναν διαδικτυακό λογαριασμό. Υπάρχουν παιδιά που έχουν 2 με 3 λογαριασμούς σε κάθε διαφορετικό μέσο κοινωνικής δικτύωσης.

Τα παιδιά δηλαδή δεν βλέπουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως εφαρμογές που τους προσφέρουν απλώς διασκέδαση ή συντροφιά αλλά παίρνουν πολύ σοβαρά αυτά που διαβάζουν. <<Το διάβασα στο διαδίκτυο μαμά >> ίσως ακούσετε να σας πουν τα παιδιά σας εννοώντας ότι αυτό που είπε δεν χωράει αμφισβήτηση και είναι πέρα για πέρα αληθές και έγκυρο.

Αντίθετα με τους ενήλικες τα παιδιά δεν ξέρουν πως έχει διαφορά ποιος το δημοσίευσε, π.χ ένας δημοσιογράφος , ένας αναλυτής , ένας αρθρογράφος αλλά και ούτε κατανοούν μέσα σε ποιο πλαίσιο περιεχομένου δημοσιεύθηκε. Όλα έχουν την ίδια σημασία την ίδια βαρύτητα και την ίδια εγκυρότητα για τα παιδιά.



## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 – ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ**

### **1.1 ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ;**

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ψηφιακές πλατφόρμες οι οποίες επιτρέπουν στους χρήστες τους να δημιουργούν προφίλ και να μοιράζονται το προσωπικό τους περιεχόμενο.. Το κυριότερο «στρατόπεδο» της κοινωνικής δικτύωσης είναι: το facebook.

Τα τελευταία χρόνια τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν εισχωρήσει δυναμικά στον τομέα των κοινωνικών επαφών και όχι μόνο. Μέσω των ιστοσελίδων αυτών οι χρήστες μπορούν να εντοπίσουν άτομα από κάθε γωνιά του πλανήτη ανάλογα με τις δραστηριότητες τους. Επιπλέον δίνεται οι δυνατότητα στους χρήστες να ενημερώνουν τους υπολοίπους ανά πάσα ώρα και στιγμή για την κατάσταση τους ή το μέρος στο οποίο βρίσκονται. Όλα αυτά φαντάζουν υπέροχα με την πρώτη ματιά, αφού φαίνεται να προσφέρεται εύκολη και χαλαρή επικοινωνία σε συνδυασμό με διασκέδαση ενώ ταυτόχρονα οι αποστάσεις εκμηδενίζονται. Αυτός είναι και ο λόγος που ορισμένα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν αποκτήσει την ισχύ “θρησκείας” όπως συχνά αναφέρεται. Η καθημερινή χρήση εθίζει σιγά-σιγά τους χρήστες στην ανάγκη για συνεχή ανανέωση του "profile" τους για χάρη των διαδικτυακών τους φίλων. Αντί να επιλέγουν να συζητούν τις σκέψεις και τα προβλήματά τους με κοντινούς τους ανθρώπους αρκούνται στα "likes" των υπολοίπων χρηστών θεωρώντας καταξιωμένο όποιον κερδίσει τα περισσότερα. Έτσι, αποκτούν την απομόνωση. Επίσης, όσον αφορά τις φωτογραφίες, δεν χρησιμοποιούνται για να απαθανατίσουν στιγμές αλλά για να αυξήσουν το γόητρο των χρηστών στο διαδίκτυο. Πλέον δεν φωτογραφιζόμαστε για την ανάμνηση μιας ωραίας στιγμής ,αλλά για να προβάλλουμε τις φωτογραφίες μας στο facebook προσπαθώντας να βρούμε ικανοποίηση σε μερικά likes .

Κάπως έτσι γίνεται η σταδιακή αποκοπή από την πραγματική κοινωνία και η ένταξη σε μια διαδικτυακή. Γίνεται λοιπόν κατανοητό πως αυτοί οι τρόποι συμπεριφοράς ωθούν τους χρήστες σε έναν νέο τρόπο ζωής, πιο αντικοινωνικό και απόμακρο από τους ανθρώπους. Η επίδραση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι ακόμα πιο έντονη στις νεότερες ηλικίες ,αφού σύμφωνα με μια έρευνα που διεξήχθη στο

πανεπιστήμιο της Καλιφόρνιας, τα παιδιά που περνούν πολλές ώρες μπροστά στον υπολογιστή τους γίνονται πιο αντικοινωνικά, αναπτύσσουν ναρκισσιστικά χαρακτηριστικά και είναι πιο επιρρεπή σε διάφορες ασθένειες

## **1.2 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ**

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή αλλιώς μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν έχουν 1 ή συγκεκριμένους ορισμούς. Πολλοί ερευνητές έχουν δώσει τον δικό τους ορισμό.

- Ο όρος μέσα κοινωνικής δικτύωσης αναφέρεται ανάμεσα σε δυο λέξεις το social και το media. Το **social** αναφέρεται στην ανάγκη των ατόμων να επικοινωνούν με άλλους ανθρώπους. Οι άνθρωποι έχουν την ανάγκη να βρίσκονται σε ομάδες ατόμων έτσι αισθάνονται πιο άνετα γιατί ανταλλάσσουν απόψεις και εμπειρίες. Το **media** χρησιμοποιείται για να γίνουν εφικτές οι επαφές των ατόμων. Ένα κείμενο , μια φωτογραφία γενικά με την βοήθεια της τεχνολογίας χρησιμοποιούνται διάφορα πράγματα για να γίνουν οι επαφές μεταξύ των μελών της ομάδας. Πρόκειται για διαδικτυακούς τόπους που παρέχουν ως υπηρεσία την παραγωγή και δημοσίευση περιεχομένου από τους ίδιους τους χρήστες του διαδικτύου και όχι από κάποια εταιρεία. Οι περισσότερες υπηρεσίες αυτής της μορφής επιδιώκουν τη συζήτηση, τα σχόλια, την αλληλεπίδραση οποιασδήποτε πληροφορίας μεταξύ των χρηστών.
- Κοινωνική δικτύωση είναι η συγκέντρωση η συμμετοχή των ατόμων σε συγκεκριμένες ομάδες. Τα κοινωνικά δίκτυα ορίζονται σαν ένα σύνολο από actors και ένα σύνολο από τις σχέσεις τους. Τα κοινωνικά δίκτυα δηλαδή συναντώνται παντού και πάντα από τους πρώτους χριστιανούς έως στο World Wide Web και έχουν μελετηθεί από κοινωνιολόγους. Οι όροι ‘μέσα κοινωνικής δικτύωσης’ και ‘social network’ συχνά ταυτίζονται από τον όρο ‘κοινωνική δικτύωση’. Ωστόσο υπάρχει μια σημαντική διαφοροποίηση: ο όρος ‘μέσα κοινωνικής δικτύωσης αναφέρεται στα μέσα διαμοιρασμού της πληροφορίας των δεδομένων και της επικοινωνίας στο κοινό. Ενώ ο όρος ‘social network’ αναφέρεται στη δημιουργία και αξιοποίηση των κοινοτήτων για τη διασύνδεση ανθρώπων με κοινά ενδιαφέροντα.

### **1.3 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ**

Η ραγδαία εξέλιξη των μέσα κοινωνικής δικτύωσης ξεκινάει το **1969** με τον πρόγονο του internet το **Aparnet**.

Το **1971** εισήλθε το πρώτο **e-mail**.

Το **1978** η πρώτη online κοινότητα για να μοιράζονται πληροφορίες είναι το **BBS (bulletin board system)**.

Το **1991** ξεκίνησε το **World Wide Web (www)**.

Το **1992** δημιουργείται το **Tripod online** κοινότητα για φοιτητές και εφήβους.

Το **1994** δημιουργείται η **Yahoo**. Επίσης το **1995** εισήχθη στο χρηματιστήριο.

Το **1996** δημιουργείται η **Ask**.

Το **1997** υπάρχουν στο διαδίκτυο 1 εκατομμύριο site. Επίσης δημιουργείται το **sixDegrees.com** όπου οι χρήστες μπορούν να δημιουργήσουν προφίλ και να κάνουν λίστες με φίλους. Ακόμη έρχεται το **AOL Instant Messenger** που επιτρέπει την επικοινωνία με άμεσο και εύκολο τρόπο. Ακόμα την ίδια χρονιά εμφανίζεται και το **Microsoft Hotmail**.

Επίσης το **1997** δημιουργείται το **Asian Avenue** μια ιστοσελίδα κοινωνικής δικτύωσης που απευθύνεται στην ασιατική αμερικανική κοινότητα.

Το **1998** δημιουργήθηκε η **Google**.

Το **1999** εμφανίζεται το **Friends Reunited** το πρώτο online social network για παλιούς συμμαθητές. Επίσης την ίδια χρονιά ξεκίνησε και το **blogger**.

Το **2001** ξεκινάει η **Wikipedia**.

Επίσης το **2001** ξεκίνησε το **BlackPlanet** μια αφρικανική –αμερικανική υπηρεσία που ήταν ως χώρος για ηλεκτρονικά «παντρολογήματα».

Το **2002** έρχεται το **Friendster** το πρώτο μεγάλο social network με 8 εκατομμύρια χρήστες.

Το **2003** ξεκινάει το **My space** σε δεύτερη σειρά το **Linkedn** και στη συνέχεια την ίδια χρονιά εμφανίστηκε και το **Skype**.

Το **2004** έρχεται στη ζωή μας το **Facebook** αποκλειστικά για φοιτητές του Harvard. Επίσης το My space ξεπερνάει το Friendster σε χρήστες. Την ίδια χρονιά ξεκινάει το **Flickr** και το **Digg**.

Το **2005** ξεκινάει το **Yoytube**. Επίσης δημιουργήθηκε το μισό **dodgeball.com** ο πρόγονος του Foyrsquare που πουλήθηκε στη Google.

Το **2006** ξεκινάει το **Twitter** και το My space είναι το δημοφιλέστερο social network.

Το **2008** το Facebook γίνεται το δημοφιλέστερο social network.

Το **2010** εμφανίζεται και το **Instagram** με το οποίο οι χρήστες μπορούν να κοινοποιούν το οτιδήποτε με πάνω από 10 χαρακτήρες.

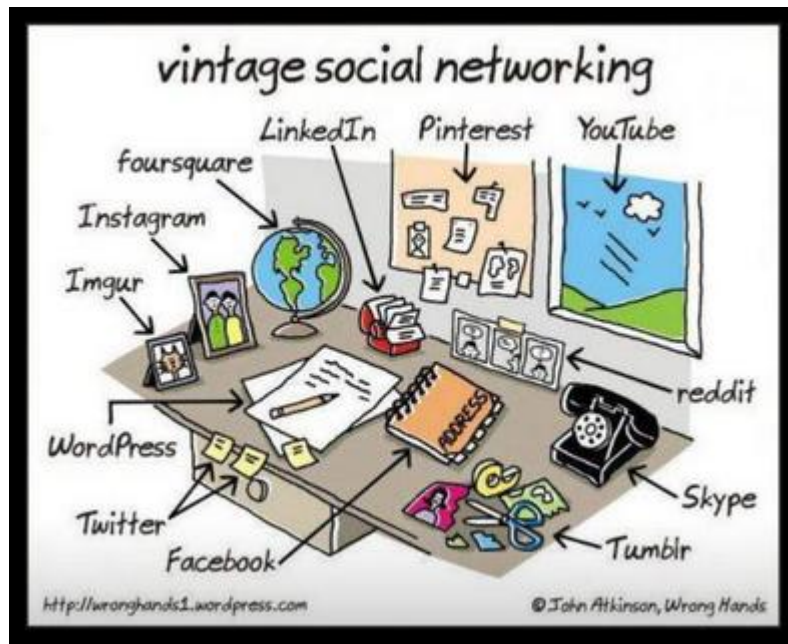
Επίσης την ίδια χρονιά εμφανίστηκε το **Pinterest**. Ακόμη την ίδια χρονιά ξεκίνησε το **bing** και το **Google buzz**.

Το **2011** εμφανίστηκε το **Google+**

Το **2012** το Vine ανήκει στο Twitter και κύριος ανταγωνιστής του είναι το Instagram το οποίο ανήκει στο Facebook.

Το **2013** δημιουργήθηκε το **Snapchat** είναι μια εφαρμογή ανταλλαγής μηνυμάτων και άλλων αρχείων. Δέχτηκε προτάσεις εξαγόρασης από το facebook και την google αλλά τις απέρριψε.

Το **2015** η Google εξαγοράστηκε από την εταιρεία Alphabet που είναι όμιλος επιχειρήσεων.



## 1.4 ΜΥΘΟΙ ΚΑΙ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή Μέσα κοινωνικής δικτύωσης, έχουν γίνει μέρος της καθημερινότητάς μας. Οι χρήστες, ξοδεύουν περισσότερη από μία ώρα ημερησίως, για να ανανεώσουν το περιεχόμενό τους ή απλά για να ελέγξουν τι συμβαίνει γύρω τους. Η χρήση τους πλέον, ως μέσω διαφήμισης μπορεί να αποφέρει ακόμα και χρήματα. Ας δούμε ορισμένους μύθους γύρω από τα συγκεκριμένα μέσα.

- **Μύθος**

Μόνο κάποιος σχετικός με τεχνολογία μπορεί να τα χειριστεί

- **Πραγματικότητα**

Για να διαχειριστείτε ένα τέτοιο μέσο, το μόνο που απαιτείται είναι δημιουργικότητα, αναλυτική σκέψη και γνώση των στόχων σας. Έχει σημασία να γνωρίζετε τι θέλετε να επιτύχετε με ένα συγκεκριμένο προφίλ για να το διαχειριστείτε κατάλληλα. Η ηλικία και οι γνώσεις τεχνολογίας δεν έχουν πρωτεύοντα ρόλο.

- **Μύθος**

Το μάρκετινγκ στα Μέσα κοινωνικής δικτύωσης Marketing είναι δωρεάν

- **Πραγματικότητα**

Η δημιουργία λογαριασμού και η χρήση μπορεί να είναι δωρεάν. Ωστόσο κάθε στρατηγική κίνηση μάρκετινγκ απαιτεί χρόνο και προσπάθεια και επ' ουδενί δεν μπορεί να θεωρηθεί δωρεάν. Δεν είναι λίγες οι εταιρείες που προσλαμβάνουν άτομα για τη διαχείριση των μέσων κοινωνικών δικτύωσης ή επενδύουν χρήματα για διαφήμιση.

- **Μύθος**

Δεν απαιτείται σχεδιασμός, απλά κοινωνικότητα

- **Πραγματικότητα**

Ένα μεγάλο λάθος που κάνουν πολλοί, είναι να πηγαίνουν στα τυφλά για όσο το δυνατόν περισσότερο κοινό. Τα άτομα που θέλετε να προσελκύσετε, πρέπει να ανήκουν σε συγκεκριμένο target group για να έχει μεγαλύτερη αποδοτικότητα η διαδικτυακή σας παρουσία.

- **Μύθος**

Τα κοινωνικά δίκτυα είναι για μικρότερες ηλικίες

- **Πραγματικότητα**

Σύμφωνα με τα στατιστικά του Facebook.com το ηλικιακό γκρουπ, το οποίο φαίνεται να κάνει συστηματικότερη χρήση του, είναι άνω των 35 ετών. Στις ΗΠΑ για παράδειγμα, οι χρήστες του Facebook άνω των 25 φτάνουν τα 60 εκατομμύρια, ενώ άνω των 55 αγγίζουν τα 10 εκατομμύρια.

- **Μύθος**

Σας ξοδεύει πολύ χρόνο

- **Πραγματικότητα**

Αντίθετα με την αντίληψη πολλών, τα Μέσα κοινωνικής δικτύωσης, σας εξοικονομούν χρόνο. Λόγω της υψηλής τους δημοτικότητας και του μεγάλου αριθμού χρηστών, διευκολύνουν την επικοινωνία σας τόσο σε φιλικό όσο και σε επαγγελματικό επίπεδο.

- **Μύθος**

Το feedback από φίλους και συγγενείς είναι αρκετό

- **Πραγματικότητα**

Εάν σκοπεύετε να προωθήσετε στα σοβαρά τη δουλειά σας, δεν πρέπει να σταθείτε σε βοήθεια εκ των έσω. Πρέπει να κερδίσετε κοινό για να ισχυροποιηθείτε και να κάνετε πραγματική δουλειά μέσω των Μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

- **Μύθος**

Πρέπει να ανανεώνετε περιεχόμενο και να απαντάτε άμεσα

- **Πραγματικότητα**

Έχοντας προφίλ σε Μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν σημαίνει πως πρέπει να είστε πάνω από τον υπολογιστή 24 ώρες το 24ώρο. Ο έλεγχος και η ανανέωση περιεχομένου ανά 3-4 ώρες είναι αρκετές.

## **1.5 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ**

Στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης φυσικά και υπάρχουν μειονεκτήματα αλλά και πλεονεκτήματα.

**Τα πλεονεκτήματα των μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι:**

1. Το διαδίκτυο δίνει την ευκαιρία σε επιχειρήσεις και οργανισμούς να διαφημιστούν.
2. Βοηθά τα παιδιά να συνδεθούν με την υπόλοιπη οικογένεια που ενδεχομένως να λείπει στο εξωτερικό.
3. Ενθαρρύνει την κοινωνικοποίηση των ντροπαλών ανθρώπων διότι η επικοινωνία μέσω υπολογιστή είναι πιο προσιτή.
4. Οι νεαροί ενήλικες που ξοδεύουν περισσότερο χρόνο στο Facebook έχουν σημάδια "εικονικής συναίσθησης" για τους online φίλους τους.
5. Διευκολύνει την ανάπτυξη της τεχνικής εμπειρογνομosύνης ειδικά αν το παιδί θέλει να ασχοληθεί επαγγελματικά με την «Τεχνολογία»
6. Βοηθά στην ανάπτυξη της αντίληψης του.

## **Τα μειονεκτήματα των μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι:**

1. Η καθημερινή υπερβολική χρήση των μέσων και της τεχνολογίας έχει ως επίδραση στην υγεία όλων των παιδιών αφού τους καθιστά επιρρεπείς στο άγχος, την κατάθλιψη και άλλες ψυχολογικές διαταραχές καθώς και πιο επιρρεπείς σε μελλοντικά προβλήματα υγείας
2. Η συνεχής χρήση οδηγεί σε μείωση κοινωνικών ικανοτήτων και σε σταδιακή απομόνωση.
3. Η απρόσωπη επικοινωνία δίνει την ευκαιρία σε <επιτήδειους> να πράξουν διάφορα εγκλήματα.
4. Πληροφορίες και αρχεία μπορούν πολύ εύκολα από ιδιωτικά να γίνουν δημόσια.
5. Η πολλή χρήση του διαδικτύου μπορεί να επηρεάσει το παιδί αρνητικά και να το οδηγήσει στον εθισμό του διαδικτύου. Ο εθισμός συνήθως εκδηλώνεται με διάφορα σωματικά συμπτώματα.
6. Μπορεί να πέσουν θύματα cyber bullying. Ο ηλεκτρονικός εκφοβισμός μπορεί να έχει επικίνδυνες και θανατηφόρες συνέπειες.
7. Αν τα παιδιά δεν έχουν τη γονική επίβλεψη μπορούν να οδηγηθούν σε σελίδες με άσεμνο περιεχόμενο.

Το διαδίκτυο μπορεί να αποσπά την προσοχή και μπορεί να επηρεάσει αρνητικά τη μάθηση. Από μελέτες διαπιστώθηκε ότι τα παιδιά ελέγχουν τον λογαριασμό τους τουλάχιστον μια φορά ανά 15 λεπτά

## **1.6 ΠΩΣ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΜΕΤΑΞΥ ΤΟΥΣ ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ**

Αρχικά ένα μεγάλο πλεονέκτημα που συνδέει τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μεταξύ τους είναι ότι μπορείς να επικοινωνήσεις με το ευρύ κοινό έχοντας έναν ή και περισσότερους λογαριασμούς διαδίδοντας βίντεο στο Youtube, φωτογραφίες στο Pinterest και στο Flickr και με το Twitter και το Facebook μπορείς να απευθυνθείς στο ευρύ κοινό κοινοποιώντας ότι μπορεί να φανταστεί και θέλει ο καθένας. Άλλο



ένα πλεονέκτημα μπορεί να είναι η αμεσότητα, η ταχύτητα και το μηδενικό κόστος που συνδέει τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μεταξύ τους.

Ένα πράγμα που πετυχαίνουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ότι όποιο λογαριασμό και να χρησιμοποιεί ο κάθε χρήστης το αποτέλεσμα είναι ότι τα κοινωνικά δίκτυα μεγαλώνουν με ταχύτερους ρυθμούς.

Με αυτή την σχέση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που έχει αναπτυχθεί έχουμε φτάσει στο επίπεδο όπου μια πληροφορία εξαπλώνεται σε κλάσματα δευτερολέπτου από το ένα κοινωνικό δίκτυο στο άλλο.

Η επίθεση εναντίον των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχει γίνει μόδα στις ΗΠΑ. Πολλές φορές μέσω των κοινωνικών δικτύων, μπορούμε να σώσουμε μια οικογένεια στο Ανατολικό Τιμόρ, να αντισταθούμε στους βομβαρδισμούς των Ισραηλινών, ή και να υιοθετήσουμε ένα παιδί από τη Σομαλία. Μπορείς από τον καναπέ σου να διαμαρτυρηθείς για τα φορολογικά μέτρα ή για την οικονομική κρίση σε ψηφοφορία στο facebook. Δεν χρειάζεται να κατέβεις στο δρόμο και να συγκρουστείς με δυνάμεις καταστολής. Στην «ηλεκτρονική δημοκρατία» του facebook και του twitter ο καθένας έχει δικαίωμα λόγου και διαθέσιμο βήμα για να τον αρθρώσει. Ωστόσο δεν είναι όλοι ίδιοι, ούτε η γνώμη του καθενός έχει την ίδια βαρύτητα. Το πόσο πολύ θα ακουστεί ένας χρήστης και πόσο μακριά θα φτάσει το μήνυμά του εξαρτάται από τις «επαφές» του, δηλαδή από τους εικονικούς του φίλους. Όποιος έχει τους περισσότερους, έχει και τη μεγαλύτερη επιρροή στο μεγάλο χωριό των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Ο μέσος χρήστης του facebook έχει περίπου 130 «φίλους», ενώ τον μέσο χρήστη του twitter «ακολουθούν» 126 μέλη του δικτύου. Η αλήθεια όμως είναι πως όλα αυτά δεν είναι παρά μία επινόηση σχεδιασμένη να ξεφορτώνει και να διαλύει το άγχος των χρηστών, να συγχωρεί την ενοχή τους και να κατευνάζει τις τύψεις τους απέναντι σε όλο τον υπόλοιπο κόσμο. Προκαλεί την διάχυση του αισθήματος του «επείγοντος» και του φόβου περί «απρόοπτων εξελίξεων». Προσπαθούμε να συμβιβάσουμε τα ασυμβίβαστα: την έντονη επιθυμία μας να ξεφορτωθούμε τις «επιβλαβείς» ανθρώπινες σχέσεις μας, ικανοποιώντας ταυτόχρονα την οδυνηρή επιθυμία της ηθικής ορθότητας.

Βέβαια η μεταξύ τους σχέση πλέον είναι πιο επαγγελματική θα έλεγα διότι το ένα κοινωνικό δίκτυο προσπαθεί να εξαγοράσει ένα άλλο για τον απλό λόγο για να φτιάξει ένα μεγαλύτερο κοινωνικό δίκτυο.

Το Twitter πριν λίγους μήνες έκλεισε 9 χρόνια λειτουργίας και γι' αυτό το λόγο έχει κάνει κάποιες αλλαγές που το κράτησαν στην επικαιρότητα. Ανάμεσα στις αλλαγές αυτές είναι το preview των βίντεο κάτι που εισήγαγε πρώτα το facebook.

Επίσης η google σε 3 υπηρεσίες μια για τις εικόνες, μια για την επικοινωνία ενώ διατηρείται το stream. Υπάρχουν κοινές ομοιότητες για το stream με το News Feed του facebook και του Hangouts με το Messenger.

Το facebook χρειάζεται και το Messenger και το WhatsApp αλλά και το Instagram για να προσφέρει τις υπηρεσίες του.

Επίσης το Youtube κινείται στο ίδιο μήκος κύματος. Μετά την αποτυχία εξαγοράς του twitch πριν από ένα χρόνο και κάτι η google φυσικά παραιτήθηκε από το concept να προσφέρει livestreaming παιχνιδιών και αθλητικών γεγονότων.

Η Amazon κατάφερε να κάνει δικό της το twitch και η google για να κάνει πραγματικότητα τα σχέδια της προσέλαβε τους 50 μηχανικούς που εργάζονται γι' αυτό το σκοπό.

Επίσης πρέπει να αναφερθεί ότι η επιθυμία του facebook να ανταγωνιστεί το Youtube σχετικά με τα βίντεο είναι μεγάλη.

Σε ότι αφορά τα βίντεο το twitter μπηκε και σε αυτό το παιχνίδι εξαγοράζοντας το Periscope.

Με λίγα λόγια τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σχετίζονται μεταξύ τους διότι όλα έχουν τον ίδιο σκοπό το καθένα ξεχωριστά βέβαια να κερδίσει το καλύτερο κοινωνικό δίκτυο.

Βέβαια στόχος των μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι να κρατήσουν όσο το δυνατόν περισσότερο κοντά τους τους χρήστες μέσω της εξάλειψης άλλων ανταγωνιστικών site.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 – ΠΑΙΔΙΑ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ**

### **2.1 ΠΩΣ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΜΕ ΤΗΝ ΠΑΙΔΙΚΗ ΗΛΙΚΙΑ;**

Αρχικά πέρα από το ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ένα αναπόσπαστο κομμάτι στη ζωή των ανθρώπων γενικά έχουν γίνει και καθημερινό κομμάτι των παιδιών. Η αλήθεια είναι ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν αναπτύξει μια περιέργη σχέση με την παιδική ηλικία.

Αυτό συμβαίνει διότι τα παιδιά έχουν ξεκινήσει να επικοινωνούν με άλλους ανθρώπους μέσω των κοινωνικών δικτύων και να φτιάχνουν εικονικούς φίλους και κλικές μέσω κάποιων like. Αυτό που γινόταν παλιά που μαζευόντουσαν παρέες σε διάφορα μέρη στο δρόμο και παίζανε τώρα αυτό έχει αντικατασταθεί από τον υπολογιστή μέσω like, παιχνιδιών και φωτογραφιών.

Που πλέον βγαίνει μια φωτογραφία όχι για μια ανάμνηση αλλά για να δούμε πόσο έχει ανέβει η κοινωνικότητα μας του ανθρώπου στα κοινωνικά δίκτυα.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο πλέον τα παιδιά εκφράζουν τα συναισθήματα τους αλλά και τις συμπεριφορές τους. Πλέον τα παιδιά αν έχουν κάποιο πρόβλημα ή κάποιες ανησυχίες δεν θα το συζητήσουν με κάποιον που εμπιστεύονται απλά θα το «λύσουν» μέσω των κοινωνικών δικτύων από μια ανάρτηση μέχρι έναν σχολιασμό. Και έτσι θα δείξουν την ενόχληση που έχουν σε ότι τους συμβαίνει.

Και πέραν τούτου έτσι όπως έχουν αλλάξει τα πράγματα στην σημερινή κοινωνία εάν κάποιο παιδί δεν έχει λογαριασμό σε κάποιο κοινωνικό δίκτυο και θέλει να ενταχθεί σε μια παρέα η απλά στο κοινωνικό σύνολο θα πρέπει να φτιάξει αναγκαστικά λογαριασμό για να το αποδεχτούν οι συνομήλικοί του.

Στην παιδική ηλικία τα παιδιά ανακαλύπτουν τον εαυτό τους και την ζωή πράγμα που είναι αναπόφευκτο στην σημερινή εποχή με το διαδίκτυο.

Διότι κάθε τι που θα δει το παιδί στο διαδίκτυο θα το ενστερνιστεί και μπορεί να το κάνει άσχετα αν θα είναι σωστό η όχι αυτό δεν το ξέρει αλλά επειδή και μόνο το είδε του κίνησε την περιέργεια. Γιατί πολύ απλά έτσι είναι τα παιδιά εξερευνούν μαθαίνουν και κάνουν διάφορα πράγματα για να τα ανακαλύψουν.

## **2.2 FACEBOOK: «ΦΙΛΟΣ , ΕΧΘΡΟΣ Η ΕΘΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΠΑΙΔΙΩΝ»**

Το Facebook είναι ένα μέσο κοινωνικής δικτύωσης το οποίο είναι το δημοφιλέστερο δίκτυο στην εποχή μας. Το facebook έχει να κάνει με τα νέα φίλων ή γνωστών , με την καθημερινή επικοινωνία μηνυμάτων και με συνεχείς ενημερώσεις.

Κάθε χρήστης άνω των 13 μπορεί να δημιουργήσει προφίλ και να το ενημερώνει με προσωπικές του πληροφορίες αλλά και να κάνει αιτήματα φιλίας είτε είναι αποδεκτά είτε όχι. Αυτό που πρέπει να προσέχουν τα παιδιά στο facebook είναι η ασφάλεια τους σε προσωπικά στοιχεία «όπως φωτογραφίες , μηνύματα κ.α». Τα παιδιά ενθουσιάζονται ολοένα και περισσότερο με την χρήση τους στο facebook και αυτό μπορεί να προκαλέσει διάφορα προβλήματα.

Αυτό όμως τα παιδιά δεν το καταλαβαίνουν ανεβάζουν φωτογραφίες και στέλνουν μηνύματα με αγνώστους χωρίς να γνωρίζουν ποιος πραγματικά κρύβεται πίσω από έναν λογαριασμό. Σίγουρα το facebook εκμηδενίζει τις αποστάσεις ανάμεσα στους ανθρώπους αλλά οι κίνδυνοι είναι πάρα πολύ. Τα παιδιά νομίζουν ότι οι διαδικτυακοί φίλοι είναι και πραγματικοί κάτι το οποίο δεν ισχύει.

Το facebook δεν είναι «φίλος» των παιδιών αλλά ένας μεγάλος εχθρός. Το facebook κάνει τα παιδιά να έχουν μια ψεύτικη εικόνα που απέχει πολύ από την πραγματικότητα με αποτέλεσμα τα παιδιά να εμφανίζουν ψυχολογικά προβλήματα. Μένουν κολλημένα μπροστά από μια οθόνη για πολλές ώρες με αποτέλεσμα να ξεχνούν το τι πραγματικά έχει συμβεί αλλά και συμβαίνει στη ζωή τους.

Τα παιδιά δεν έχουν ολοκληρωμένη νοημοσύνη ώστε να καταλάβουν τι κάνουν και έτσι μπορεί να βρεθούν θύματα μιας εθισμένης πλεκτάνης του facebook. Πολλά παιδιά έχουν δείξει σημάδια εθισμού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ειδικότερα στο facebook. Αυτός ο εθισμός δεν είναι απαραίτητα σε κάποιο παιχνίδι αλλά γενικότερα στις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης και στο facebook.

Επίσης η χρήση του facebook ενδέχεται να συνδέεται με την αυξημένη τάση εθισμού των παιδιών με ναρκωτικά, τσιγάρα και αλκοόλ, αφού σύμφωνα με έρευνα του Εθνικού Κέντρου Εθισμού και Κατάχρησης Ουσιών του Πανεπιστημίου της Κολούμπια, όσοι διαθέτουν καθημερινά αρκετό χρόνο στα κοινωνικά δίκτυα, έχουν πέντε φορές περισσότερες πιθανότητες να καπνίσουν, τρεις φορές περισσότερες

πιθανότητες να πίνουν συστηματικά αλκοόλ και διπλάσιες πιθανότητες να εθιστούν στην κάνναβη.

Οι ειδικοί διευκρινίζουν πως οι φωτογραφίες που παρακολουθούν τα παιδιά σε διάφορες ιστοσελίδες οι οποίες δείχνουν συνομήλικους τους να πίνουν ποτά και να διασκεδάζουν, αποτελούν ένα ισχυρό μέσο ψυχολογικής πίεσης που δέχεται υποσυνείδητα το ένα παιδί από το άλλο ώστε να υιοθετήσει το συγκεκριμένο πρότυπο.

"Η σχέση μεταξύ των φωτογραφιών στα site κοινωνικής δικτύωσης διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη δομή του χαρακτήρα, καθώς το παιδί αισθάνεται ότι εάν κάνει ότι βλέπει στη φωτογραφία θα είναι για πάντα ευτυχισμένο".

Κλασικό παράδειγμα θεωρείται η περίπτωση της άτυχης Σιμόν Μπακ. Είχε 1.048 «φίλους» στο Facebook, όταν όμως ανακοίνωσε ότι θα αυτοκτονήσει δεν βρέθηκε κανένας να την αποτρέψει, και ούτε ένας δεν προσπάθησε να τη σώσει, κάτι που δεν θα μπορούσε να συμβεί τόσο εύκολα στην πραγματική ζωή.

Κάποια συμπτώματα εθισμού που μπορεί να διαπιστώσει κάποιος στα παιδιά είναι τα εξής:

- Μπορούμε να διαπιστώσουμε κάποιες διαταραχές του παιδιού στη διατροφή.
- Διαταραχές στο ωράριο του ύπνου του.
- Ένταση και εκνευρισμό όταν δεν υπάρχει πρόσβαση στο διαδίκτυο.
- Πονοκέφαλοι και ημικρανίες από την πολύωρη ενασχόληση τους στο διαδίκτυο.
- Μειωμένη αθλητική δραστηριότητα και αυξημένη καθιστική ζωή.
- Τα παιδιά παραμελούν την προσωπική υγιεινή του διατροφής.

Το διαδίκτυο ωθεί τα παιδιά από πολύ μικρή ηλικία στο διαδίκτυο ενδεχομένως για κάποιες εργασίες αλλά και για μικρότερες ηλικίες που οι γονείς επιτρέπουν στα παιδιά τους να βλέπουν βίντεο με παιδικά ώστε να αποσπούν την προσοχή τους σε αυτό και οι γονείς να μπορούν να ασχολούνται με κάτι άλλο. Χωρίς όμως να καταλαβαίνουν ότι αυτό είναι βλαβερό και επικίνδυνο για την υγεία του παιδιού τους σε μεγάλο βαθμό εθισμού από πολύ μικρή ηλικία.

Επίσης θα πρέπει ο ηλεκτρονικός υπολογιστής να βρίσκεται σε σημείο που οι γονείς θα έχουν πρόσβαση ώστε να βλέπουν τι κάνει το παιδί ώστε να μην χρειάζεται το παιδί να απομονώνεται και να υπάρχει πλήρη άγνοια.



### **2.3 Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΩΝ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΩΝ ΣΤΑ ΠΑΙΔΙΑ**

Διανύουμε μια εποχή όπως όλοι ξέρουμε όπου οι διαφημίσεις έχουν γίνει αναπόσπαστο κομμάτι στη ζωή των παιδιών. Τα παιδιά μικρότερης ηλικίας είναι ιδιαίτερα ευάλωτα στα διαφημιστικά μηνύματα διότι δεν έχουν τις γνώσεις και τις δυνατότητες να τα αντιληφθούν με τον ίδιο τρόπο που μπορούν οι ενήλικες.

Η δημιουργία διαφημιστικών μηνυμάτων είναι ένας τρόπος επιρροής διότι η ποικιλία των εικόνων, των χρωμάτων αλλά και των σχεδιασμών αποτελούν πόλο έλξης προς τα παιδιά. Η χρήση ηχητικών εφέ, η παρουσίαση επαναλαμβανόμενων μηνυμάτων (σλόγκαν) είναι ένας τρόπος που ωθεί τα παιδιά στο να αγοράσουν το διαφημιζόμενο προϊόν. Συνήθως στις διαφημίσεις παρατηρείτε συχνή χρήση διάσημων προσώπων με σκοπό όταν το παιδί να δει την διαφήμιση να επηρεαστεί αλλά και να ταυτιστεί με τα δημοφιλή πρόσωπα ώστε να θέλει να αποκτήσει αυτό που διαφημίζουν. Σύμφωνα με έρευνες που έχουν γίνει ένα παιδί παρακολουθεί πάνω από 40.000 διαφημίσεις το χρόνο. Επειδή τα παιδιά δεν μπορούν να αντιληφθούν την πρόθεση που έχει ο διαφημιστής για να τα πείσει γίνονται εύκολοι στόχοι με αποτέλεσμα η αγοραστική δύναμη του πληθυσμού να προσελκύει τους εμπορευόμενους.

Μπροστά σε ένα διαφημιστικό μήνυμα το παιδικό βλέμμα διεγείρεται από μεγάλα σχήματα, καθαρά χρώματα και διάφορους χαρακτήρες. Τα παιδιά μέχρι την ηλικία των πέντε ετών βλέπουν τις διαφημίσεις ως συνέχεια της εκπομπής που παρακολουθούσαν πριν ενώ όσα βρίσκονται στην ηλικία των δέκα ετών αρχίζουν να επηρεάζονται και να ζητούν επίμονα αυτό που βλέπουν.

Αρκετές δεκαετίες τώρα η καταναλωτική συμπεριφορά των παιδιών αποτελεί ένα ζήτημα που απασχολεί τους γονείς αλλά και τους καταναλωτικούς φορείς. Τα παιδιά έχουν φτάσει σε ένα σημείο να ασχολούνται με γρήγορους ρυθμούς με την τεχνολογία ώστε να παρουσιάζετε στις διαφημίσεις ένας μεγάλος αριθμός προϊόντων στα οποία καλούνται να χαλάσουν το χαρτζιλίκι τους ή να το απαιτήσουν από τους γονείς τους. Τα παιδιά όμως δεν είναι σε θέση να καταλάβουν εάν αυτό που βλέπουν το έχουν και απαραίτητη ανάγκη και το χρειάζονται απλά αυτό που περνάει μπροστά από την οθόνη τους το θέλουν.

Οι διαφημίσεις έχουν προσαρμοστεί πλέον ανάλογα με τα θέλω των παιδιών διότι είναι ιδιαίτερα ευάλωτα στα διαφημιστικά μηνύματα και τα χαρούμενα σλόγκαν χωρίς να καταλαβαίνουν τα παιδιά το πραγματικό μήνυμα μιας διαφήμισης.

Το παγκόσμιο μάρκετινγκ φαίνεται να έχει πάρει στα σοβαρά αυτή την πληροφορία και για αυτό το λόγο οι διαφημίσεις έχουν να κάνουν με φαντασμαγορικές εικόνες προσαρμοσμένες σε ειδικά χρώματα και εφέ για να εξάψουν την παιδική αντίληψη.

Πλέον ο μαγικός κόσμος των παιδιών περιτριγυρίζεται από χαρούμενες εικόνες και διάφορα διαφημιστικά σλόγκαν με διασκεδαστικά τραγούδια που το μόνο που θα καταφέρουν είναι να εγκλωβίσουν την παιδική ηλικία σε ένα ψέμα για να καταφέρουν να τα κάνουν υπερκαταναλωτικά.

Οι γονείς πολλές φορές δεν καλλιεργούν κριτική στάση απέναντι σε αυτό που ορίζει στα παιδιά τους η τηλεόραση και συνεπώς ένα παιδί δυσκολεύεται να διαβάσει και να αντιληφθεί τι κρύβεται πραγματικά πίσω από το εκάστοτε μήνυμα.

Η καταναλωτική συνείδηση είναι ζήτημα παιδείας και η αντίληψη των παιδιών μοιάζει δυστυχώς να αφήνεται στα χέρια της αγοράς.

Σύμφωνα με έρευνες που έχουν γίνει από την Αμερικανική Ακαδημία Ψυχιατρικής του παιδιού τα παιδιά που παρακολουθούν τηλεόραση για μεγάλο χρονικό διάστημα καθημερινώς παρουσιάζουν:

- Να έχουν χαμηλότερους βαθμούς στο σχολείο
- Να είναι υπέρβαρα
- Να εξασκούνται λιγότερο
- Και να διαβάζουν λιγότερο

Βέβαια τα παιδιά τυχαίνει να βλέπουν διάφορα τηλεοπτικά προγράμματα πέρα από τις διαφημίσεις που μπορεί να περιέχουν θέματα όπως είναι η βία , το σεξ και η κατάχρηση αλκοολούχων ποτών και ναρκωτικών.

Υπάρχει ο κίνδυνος παιδιά που είναι λίγο πιο επιρρεπή στον ενθουσιασμό να αντιλαμβάνονται κάποιες καταστάσεις και συμπεριφορές ως αποδεκτές ενώ αντιθέτως στην πραγματικότητα είναι ακατάλληλες.

### **Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα Διαφημίσεων:**

#### **Πλεονεκτήματα:**

- Ενημερώνει και πληροφορεί τους καταναλωτές για τα προσφερόμενα προϊόντα.
- Προκαλεί συναγωνισμό ανάμεσα στις βιομηχανίες με αποτέλεσμα να βελτιώνεται η ποιότητα τους.
- Δημιουργεί νέα επαγγέλματα.
- Καταπολεμά την ανεργία γιατί απασχολεί πολλούς ανθρώπους.
- Αναπτύσσεται το εμπόριο.
- Αυξάνεται η εθνική οικονομία γιατί αυξάνεται η παραγωγικότητα και κατά συνέπεια οι πωλήσεις.
- Οι κρατικές διαφημίσεις αποτρέπουν την υγεία από βλαβερές συνήθειες.

#### **Μειονεκτήματα:**

- Περιορίζει την ελευθερία της σκέψης του καταναλωτή γιατί δέχεται τις συνεχείς πιέσεις των διαφημίσεων.



- Ο καταναλωτής ωθείται στην υπερκατανάλωση διότι επηρεάζεται από την γνωστοποίηση συνεχόμενων νέων προϊόντων.
- Η διαφημίσεις έχουν μεγάλο οικονομικό κόστος το οποίο τελικά πληρώνει ο καταναλωτής.
- Η ζωή του καταναλωτή τυποποιείται σύμφωνα με τα συνεχόμενα πρότυπα που προβάλλουν οι διαφημίσεις.
- Οι διαφημίσεις ωραιοποιούν τη ζωή του καταναλωτή διότι καλύπτουν τις δύσκολες και άσχημες πλευρές και προβάλλουν ένα φανταστικό κόσμο.
- Οι διαφημίσεις αυξάνουν τις πραγματικές επιθυμίες των καταναλωτών με συνέπεια κάποια πράγματα να τους είναι άσχετα.

## **2.4 Η ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΠΑΙΔΙΩΝ**

Από έρευνες που έχουν διεξαχθεί σε σχέση με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και την ψυχολογία των παιδιών αντιλαμβανόμαστε πως το μεγαλύτερο κοινωνικό σύνολο το οποίο επηρεάζεται περισσότερο είναι των κοριτσιών διότι δημιουργείται νευρικότητα , στρες και έλλειψη αυτοπεποίθησης από πολύ μικρή ηλικία.

Αυτό συμβαίνει διότι τα παιδιά αφιερώνουν περισσότερο χρόνο στο διαδίκτυο παρά σε υπόλοιπες ασχολίες. (π.χ σχολείο , παιχνίδια κ.α)

Αυτό το φαινόμενο οφείλεται στις σέξι και αισθησιακές εικόνες <τέλειων> γυναικών που εμφανίζονται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και αυξάνουν τα συναισθηματικά προβλήματα νεαρών κοριτσιών.

Τα κορίτσια ηλικίας 11-13 είναι πιο πιθανό να ανησυχούν περισσότερο για την εμφάνιση τους με αποτέλεσμα να εμφανίζουν νευρικότητα σχετικά με το στρες το οποίο βιώνουν. Η αύξηση των κοριτσιών που υποβάλλονται σε συναισθηματικά προβλήματα οφείλεται στις σεξουαλικές εικόνες που προβάλλονται σε διάφορα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Από έρευνα που διενεργήθηκε από το Πανεπιστήμιο της Καλιφόρνιας στο Λος Άντζελες διαπιστώθηκε ότι τα ίδια κυκλώματα του εγκεφάλου που «ανάβουν» όταν τρώμε σοκολάτα ή κερδίζουμε χρήματα τα ίδια κυκλώματα ενεργοποιούνται και στα παιδιά όταν κάτι που έχουν δημοσιεύσει έχει μεγάλους αριθμούς στα likes.

Σκοπός των μέσω κοινωνικής δικτύωσης είναι η επικοινωνία και η απόκτηση καινούριων φίλων. Όταν αυτό όμως αλλάζει μέρα με τη μέρα και τα παιδιά αποσπών περισσότερο επιβράβευση από μεγαλύτερο κοινό σε δημοσιεύσεις τους αυτόματα αλλάζει και η ψυχολογία τους. Όταν τα παιδιά φτάνουν σε αυτό το σημείο αλλάζει η προσωπικότητα τους και δημιουργούν μια παράλληλη προσωπικότητα πιο προσιτή και αντάξια με αυτή των άλλων χρηστών των μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Κάθε φορά που τα παιδιά ανεβάζουν μία φωτογραφία προσέχουν να δείχνουν πιο όμορφα και πιο ερωτικά. Αυτό όμως έρχεται σε αντίθεση με την αυτό εικόνα τους, όταν ποστάρουν ότι είναι σε πάρτι ενώ στην πραγματικότητα οι φίλοι τους δεν τους καλούν και τους αποφεύγουν έρχονται πάλι σε αντίθεση του αυθεντικού τους εαυτού με τον ψηφιακό εαυτό. Έτσι δημιουργεί μία μάσκα ενός διαφορετικού προσώπου και εγκλωβίζονται μέσα σε αυτή. Τα παιδιά αρχίζουν να εμφανίζουν χαρακτηριστικά ναρκισσιστικής συμπεριφοράς, αντιδρούν στην κριτική με θυμό και ντροπή, εκμεταλλεύονται τους άλλους για να πετύχουν τον σκοπό τους και προβάλλουν την σημαντικότητα του εαυτού τους μειώνοντας τους άλλους.

Τα παιδιά έχουν φτάσει σε ένα σημείο που όταν έχουν έναν προβληματισμό ή μια απορία για διάφορα θέματα να το δημοσιεύουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ώστε να πάρουν διάφορες απαντήσεις που δεν γνωρίζουν αν πραγματικά αυτό που βλέπουν τα οδηγεί στον σωστό δρόμο η όχι χωρίς εκείνη την ώρα να σκέφτονται τον κίνδυνο της κίνησης τους. Από τον παρορμητισμό και τον ενθουσιασμό τους έχουν σταματήσει να εμπιστεύονται τους δικούς τους ανθρώπους με αποτέλεσμα να συγκρούονται μεταξύ τους χωρίς να υπάρχει ένας πραγματικός λόγος.



## CHAT ROOMS



Hi. You sound real cute!  
How old are you and what  
do you like doing after school?



I am 14 and a bit of a fitness  
fanatic. I often go power lifting  
after school.

## 2.5 ΠΩΣ ΑΝΤΙΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΙ ΟΙ ΓΟΝΕΙΣ ΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΠΑΙΔΙΩΝ

Στον κόσμο της τεχνολογίας και των μέσα κοινωνικής δικτύωσης ο όρος κοινωνική ζωή περνάει σε ένα νέο επίπεδο πολύ πιο μακριά από το επίπεδο κατανόησης των γονιών. Κάποτε τα κινητά ήταν για να μιλάμε εκτός σπιτιού. Πλέον τα πράγματα έχουν αλλάξει και το μόνο που δεν κάνουν τα παιδιά είναι να μιλάνε στο τηλέφωνο. Αντιθέτως η καινούρια ασχολία των παιδιών είναι να κάνουν like , comment και να στέλνουν sms και να χρησιμοποιούν συνεχώς άγνωστους όρους στο λεξιλόγιο τους με αποτέλεσμα να επιβαρύνουν την ψυχολογία τους σε βαθμό που οι γονείς δεν μπορούν να καταλάβουν τα ίδια τους τα παιδιά.

Πολλοί γονείς σίγουρα έχουν ακούσει το **Facebook** το **Twitter** το **Instagram** και άλλα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όμως δεν έχουν καταλάβει πως πραγματικά επιδρούν όλα αυτά μαζί σε ένα παιδί. Με το να μην καταλαβαίνουν πραγματικά τι

συμβαίνει μπορεί να αντιδράσουν περίεργα να καταπιέσουν αλλά και να τρομάξουν τα παιδιά τους.

Το πιο σημαντικό εύρημα από μια έρευνα που διεξήχθη στο πανεπιστήμιο της Καλιφόρνιας είναι το ότι το 86% των γονιών πιστεύει πως τα κοινωνικά δίκτυα στο Internet δεν επηρεάζουν καθόλου την ψυχολογική ωρίμανση του παιδιού τους γεγονός που εξηγεί τη συναίνεση τους στην παραποίηση της ηλικίας, ώστε να καταφέρουν τα παιδιά τους να ανοίξουν λογαριασμό σε κάποια τέτοια σελίδα, καθώς θεωρούν ότι είναι ένα απαραίτητο ψεματάκι για τη συμμετοχή τους στον ηλεκτρονικό κόσμο, αφήνοντας φυσικά διάφορες έρευνες που κρούουν τον κώδωνα του κινδύνου σχετικά με την χρήση των σελίδων κοινωνικής δικτύωσης από παιδιά.

Το υπόλοιπο 14% της έρευνας οι γονείς πιστεύουν πως αν χρησιμοποιήσουν κάποιο είδος ηλεκτρονικού διαδικτύου θα καταφέρουν να παρακολουθήσουν τα παιδιά τους για να δουν τι κάνουν στο διαδίκτυο. Αυτό όμως δεν θα φέρει θετικές απαντήσεις διότι τα παιδιά θα το καταλάβουν αμέσως και αντί να τα φέρουν πιο κοντά τους το μόνο που θα καταφέρουν είναι να έχουν αντίθετες επιπτώσεις.

Η επικοινωνία είναι η ουσία της άσκησης του γονικού ρόλου. Οι γονείς θα πρέπει να μιλάνε στα παιδιά τους και πόσο μάλλον να τα ακούνε. Αυτή η αναλογία είναι 1-5 δηλαδή 1 λεπτό να μιλάνε και 5 να ακούνε τα παιδιά τους. Κάτι που έχει αποδειχθεί από έρευνες που έχουν διεξαχθεί σχετικά με την επικοινωνία ανάμεσα στα παιδιά και στους γονείς ότι κάτι τέτοιο δεν έχει συμβεί. Κατά μεγάλο ποσοστό οι γονείς δεν μιλάνε στα παιδιά τους για το διαδίκτυο και κατά συνέπεια τα παιδιά δεν γνωρίζουν τι συμβαίνει στο διαδίκτυο.

Τα παιδιά έχουν αρχίσει να εκφράζουν κάποιους φόβους που ενδεχομένως να μην καταλαβαίνουν οι γονείς διότι δεν έχουν ζήσει τον ψηφιακό κόσμο σε τόσο μεγάλο επίπεδο.

Οι φόβοι των παιδιών είναι οι εξής:

- **Ο ΦΟΒΟΣ ΤΗΣ ΑΠΟΜΟΝΩΣΗΣ**

Όταν ένα παιδί βλέπει τους φίλους του να ανεβάζουν status ότι είναι όλοι μαζί και αυτό είναι μόνο του τότε νιώθει απομονωμένο.

- **ΠΑΡΕΞΗΓΗΣΕΙΣ**

Όταν μιλάνε τα παιδιά με sms σίγουρα λείπει η οπτική επαφή οπότε μπορεί να ειπωθεί κάτι για αστείο και στο τέλος να είναι παρεξηγήσιμο.

- **ΤΟ ΑΓΧΟΣ ΤΟΥ LIKE**

Το μεγάλο βέλος του like που πρέπει να πετύχει όσους περισσότερους στόχους μπορεί για να μην πέσουν τα παιδιά σε μια ακόμη αφορμή για cyber bullying.

Αυτές τις φοβίες πρέπει να καταλάβουν οι γονείς ώστε να βοηθήσουν τα παιδιά τους με τον σωστό τρόπο.



## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 – ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΑΠΟ ΧΩΡΑ ΣΕ ΧΩΡΑ**

### **3.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΕΥΝΗΤΩΝ**

Έχουν γίνει αρκετές αναλύσεις σχετικά με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διότι είναι ένα θέμα που απασχολεί πάρα πολλούς ερευνητές και έχει μπει για τα καλά στην ζωή των ανθρώπων. Μια σχετική έρευνα είναι και αυτή που έγινε το 2013 και καταμετρήθηκαν Έλληνες και Ξένοι χρήστες για τα πιο δημοφιλή κοινωνικά μέσα δικτύωσης.

Το **FACEBOOK** είναι ο βασιλιάς των μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως το ονομάζουν και από την ίδρυση του μέχρι και σήμερα οι χρήστες δεν σταματούν να αυξάνονται συνεχώς. Αυτή τη στιγμή συνολικά υπάρχουν πάνω από 1.190.000.000 ενεργοί χρήστες στο facebook εκ των οποίων οι Έλληνες είναι 4.663.000 χρήστες.

Το **TWITTER** αποτελεί το δεύτερο πιο δημοφιλές κοινωνικό δίκτυο αφού έχει καταφέρει να κερδίσει 232.000.000 ενεργούς χρήστες όπου οι Έλληνες είναι 391.000. Στο συγκεκριμένο όμως κοινωνικό δίκτυο υπάρχουν πάνω από 883.000.000 εκ των οποίων το ¼ είναι ενεργοί οι υπόλοιποι το έχουν εγκαταλείψει.

Το **GOOGLE+** έχει καταφέρει να κάνει αρκετούς χρήστες με το gmail και το youtube και ανέρχεται στους 300.000.000 ενεργούς χρήστες εκ των οποίων οι Έλληνες είναι 1.179.000.

Το **YOUTUBE** ανήκει στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τα οποία δεν απαιτούν εγγραφή παρόλα αυτά κάθε μήνα 1.000.000.000 χρήστες επισκέπτονται το youtube.

Το **INSTAGRAM** η δημοφιλέστερη εφαρμογή κινητών ξεπερνάει τους 150.000.000 ενεργούς χρήστες με 55 εκατομμύρια φωτογραφίες καθημερινά και 1.200.000.000 καθημερινά likes.

Το **PINTEREST** αναπτύσσεται με γρήγορους ρυθμούς και φτάνει τους 70.000.000 ενεργούς χρήστες με κυρίαρχο το γυναικείο φύλλο στο 80%.

Το επαγγελματικό κοινωνικό δίκτυο **LINKEDIN** έχει καταφέρει να ξεπεράσει τους 259.000.000 εκ των οποίων οι Έλληνες φτάνουν τους 698.000 χρήστες για τον λόγο ότι είναι ένα κοινωνικό δίκτυο που βοηθάει στην εύρεση εργασίας.

Όταν ακούμε την λέξη check-in εννοείται το **FOURSQUARE**. Το κοινωνικό δίκτυο τοποθεσιών έχει καταφέρει να φτάσει πάνω από 40.000.000 χρήστες ενώ τα συνολικά check-in ξεπερνάνε τα 4.500.000.000.

Το VINE έχει καταφέρει να συλλέξει πάνω από 40.000.000 ενεργούς χρήστες.

### **3.2 ΠΟΙΕΣ ΧΩΡΕΣ ΕΧΟΥΝ ΑΠΑΓΟΡΕΥΣΕΙ ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΚΑΙ ΓΙΑΤΙ;**

Φυσικά και δεν είναι δεκτό σε όλες τις χώρες το φαινόμενο των μέσω κοινωνικής δικτύωσης διότι μέσω κάποιων μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να θέλουν να βλάψουν το περιεχόμενο μιας χώρας με ρατσισμό με υβριστικές λέξεις κατά των κυβερνήσεων αλλά μπορεί να τα χρησιμοποιούν και για να «επαναστατήσουν» για τα προβλήματα που μπορεί να επικρατούν σε μια χώρα. Παρακάτω θα δούμε κάποιες χώρες οι οποίες έχουν απαγορεύσει τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ποιος ήταν ο λόγος βέβαια.

Την αρχή την έκανε ο πρωθυπουργός της **Τουρκίας** ο οποίος μπλόκαρε το Twitter και το YouTube με τη δικαιολογία ότι αποτέλεσαν μέσο διάδοσης παράνομα μαγνητοφωνημένων συνομιλιών που βλάπτουν τα εθνικά συμφέροντα.

Η **κίνα** το 2009 μπλόκαρε το facebook το twitter και το YouTube μετά από μια ειρηνική διαμαρτυρία μιας μουσουλμανικής μειονότητας η οποία κατέληξε σε σύγκρουση με αστυνομικούς αλλά και με τον θάνατο πολλών διαδηλωτών.

Το **Ιράν** μετά από τις προεδρικές εκλογές του 2009 μπλόκαρε όλα τα πολιτικά ιστολόγια χρησιμοποιώντας κάποια από τα πιο εκτενή συστήματα φιλτραρίσματος στον κόσμο.

Στο **Βιετνάμ** έχουν γίνει πάρα πολλές αναφορές σχετικά με τα μπλοκαρίσματα του facebook αλλά από το 2013 έχει βγει ένας νόμος για τους βιετναμέζους που τους απαγορεύει αναρτήσεις με αντικυβερνητικό περιεχόμενο.

Το **Πακιστάν** το Σεπτέμβριο του 2012 μπλόκαρε την πρόσβαση στο YouTube όταν κάποιος χρήστης αρνήθηκε να «κατεβάσει» ένα βίντεο με αντι-ισλαμικό περιεχόμενο το οποίο προκάλεσε αναταραχές στη χώρα.

Η χρήση του διαδικτύου στην **βόρεια Κορέα** γίνεται υπό πολλούς περιορισμούς.

Στην **Ερυθραία** το 2011 απαγόρευσαν την πρόσβαση στο YouTube. «Η κυβέρνηση απαίτησε όσοι χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης να χρησιμοποιούν μόνο τις διαδικτυακές υπηρεσίες που ελέγχονται από το κράτος».

Τα **Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα** φυλάκισαν πέρυσι ένα Αμερικανό ο οποίος ανάρτησε ένα σατυρικό βίντεο στο You Tube.

Στο **Μπαγκλαντές** απαγορεύτηκε για 4 ημέρες η πρόσβαση στο You Tube με αφορμή την ανάρτηση ενός βίντεο με τη συνάντηση αξιωματούχων του στρατού με τον Πρωθυπουργό που συζητούσαν για αναταραχές στους κόλπους του στρατού.

Η **Λιβύη** μπλόκαρε όλα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για 574 ημέρες από το 2010 έως το 2011, όταν ένας χρήστης ανάρτησε βίντεο με τις οικογένειες φυλακισμένων που διαδήλωναν στη Βεγγάζη.

### **3.3 ΠΟΙΕΣ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΠΟΙΟ ΕΘΙΣΜΕΝΕΣ ΧΩΡΕΣ ΣΤΟ INTERNET;**

Η εταιρεία συμβούλων και ερευνών AT Kearney διεξήγαγε μια μελέτη από περίπου 1.000 άτομα για να συμπεράνει ποιες χώρες είναι πιο εθισμένες στο διαδίκτυο.

**Η Βραζιλία** με την τεράστια χρήση των smartphones και τον μεγάλο νεανικό πληθυσμό κέρδισε την πρωτιά. Χρήστες που συνδέονται τουλάχιστον μία φορά την ώρα: 71% στα social networks το 58% σε διασκέδαση το 25% και σε αγορές το 9%. Το 51% δήλωσε ότι είναι online ασταμάτητα όλη την μέρα.

Στη **Νιγηρία** το 66% συνδέονται μια φορά την ώρα, στα social networks το 57% σε διασκέδαση το 14% και σε αγορές το 19%

Στη **Νότια Αφρική** οι χρήστες που συνδέονται τουλάχιστον μια φορά την ώρα είναι το 61% στα social networks το 50% σε διασκέδαση το 22% και το 9% σε αγορές.

Στη **Ρωσία** οι χρήστες που συνδέονται τουλάχιστον μία φορά την ώρα είναι το 56% στα social networks το 50% σε διασκέδαση το 24% και το 16% σε αγορές.

Στην **Ινδία** οι χρήστες που συνδέονται τουλάχιστον μία φορά την ώρα είναι το 53% στα social networks το 54% σε διασκέδαση το 18% και το 11% σε αγορές.



Στις **ΗΠΑ** οι χρήστες που συνδέονται τουλάχιστον μία φορά την ώρα είναι το 51% στα social networks το 39% σε διασκέδαση το 26% και το 18% σε αγορές.

Στη **Μεγάλη Βρετανία** οι χρήστες που συνδέονται τουλάχιστον μία φορά την ώρα είναι το 45% στα social networks το 41% σε διασκέδαση το 20% και σε αγορές το 24%.

Στη **Γερμανία** οι χρήστες που συνδέονται τουλάχιστον μία φορά την ώρα είναι το 40% στα social networks το 36% σε διασκέδαση το 15% και σε αγορές το 31%.

Στην **Ιαπωνία** οι χρήστες που συνδέονται τουλάχιστον μία φορά την ώρα είναι το 39% στα social networks το 32% σε διασκέδαση το 28% και σε αγορές το 35%.

Στην **κίνα** οι χρήστες που συνδέονται τουλάχιστον μία φορά την ώρα είναι το 36% στα social networks το 47% σε διασκέδαση το 35% και σε αγορές το 12%.

Αυτές είναι κάποιες από τις πιο εθισμένες χώρες οι οποίες απ' ότι βλέπουμε συνδέονται στο διαδίκτυο τουλάχιστον μία φορά την ώρα και σε υπόλοιπες ασχολίες αφιερώνουν λιγότερο χρόνο.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 – ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ**

### **4.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ**

Το είδος της έρευνας που ακολουθήσαμε είναι ποσοτική και έγινε με την χρήση ερωτηματολογίων ηλεκτρονικά αλλά και χειρόγραφα.

Τα ερωτηματολόγια των γονέων είχαν 8 ερωτήσεις και των παιδιών είχαν 10 ερωτήσεις.

Η έρευνα των ερωτηματολογίων έγινε από τις 1/9/2016 έως τις 31/10/2016. Απάντησαν 50 γονείς και 50 παιδιά.

Τα ερωτηματολόγια δημοσιεύτηκαν ηλεκτρονικά με την χρήση του Facebook αλλά και χειρόγραφα σε γνωστούς και συναδέλφους

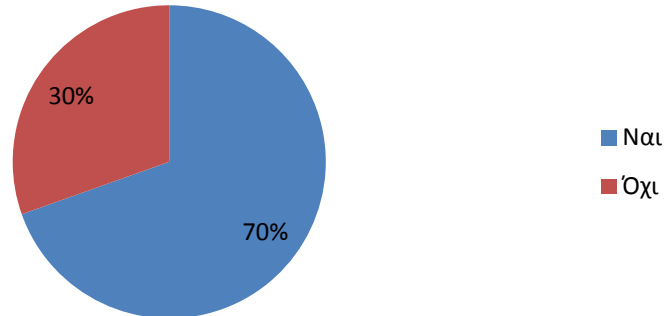
### **4.2 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ**

Τα παρακάτω ερωτηματολόγια είναι χειρόγραφα ρωτήθηκαν και απαντήθηκαν με στόχο να μάθουμε και να συζητήσουμε τις απόψεις των γονιών για το θέμα των μέσα κοινωνικής δικτύωσης και πως επιδρούν στα παιδιά τους.

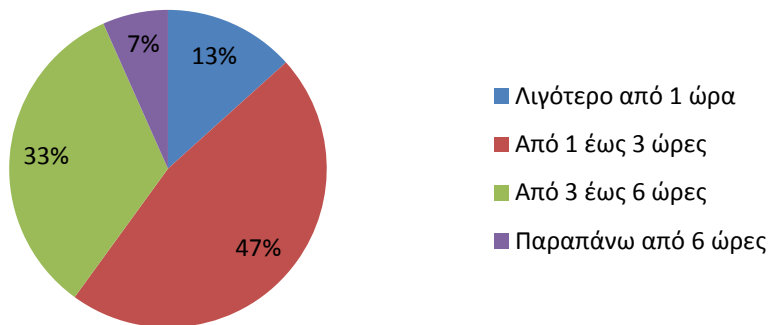
#### **ΑΦΟΡΑ ΤΟΥΣ ΓΟΝΕΙΣ**

#### **ΧΕΙΡΟΓΡΑΦΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ**

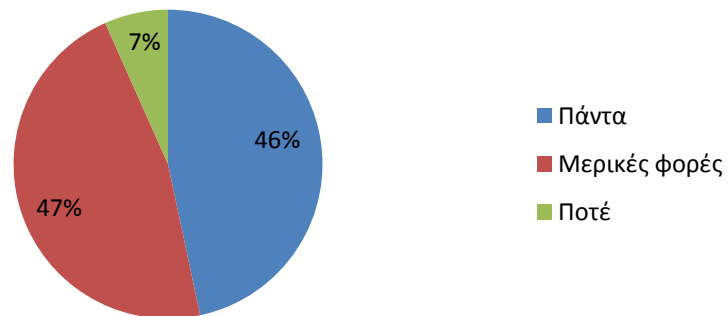
**1.Γνωρίζεται εάν τα παιδιά σας διαχειρίζονται τα social media;**



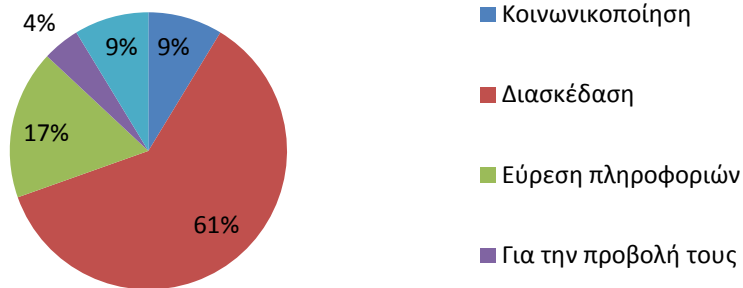
**2.Γνωρίζετε πόσες ώρες αφιερώνει το παιδί σας στα social media;**



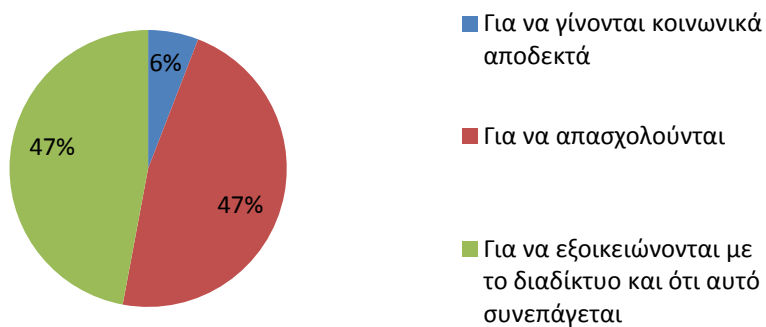
**3.Ελέγχεται τι ιστοσελίδες επισκέπτεται το παιδί σας;**



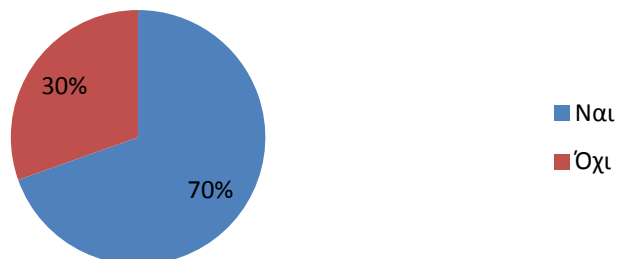
**4. Για ποιο λόγο πιστεύετε ότι τα παιδιά σας χρησιμοποιούν τα social media;**



**5. Για ποιο λόγο ωθείτε το παιδί σας να ασχοληθεί με τα social media;**



**6. Είστε υπέρ με την ενασχόληση του παιδιού σας με τα social media;**



## **7. Πιστεύεται ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επιδρούν θετικά ή αρνητικά στην ψυχολογία του παιδιού σας και γιατί;**

- Θετικά γιατί είναι ευχαριστημένα
- Πιστεύω αρνητικά γιατί απομονώνονται από τους γύρω τους και ότι αυτό συνεπάγεται
- Πιστεύω ότι επιδρούν αρνητικά έως καταστροφικά όταν δεν υπάρχει έλεγχος. Επιδρούν θετικά όταν δεν υπάρχει εξάρτηση και υπάρχει πρόγραμμα και έλεγχος από την οικογένεια και επίσης να χρησιμοποιείται μόνο για διασκέδαση και επιμόρφωση.
- Πιστεύω ποιο πολύ θετικά παρά αρνητικά στην ψυχολογία του παιδιού λόγω της κοινωνικοποίησης.
- Γνωρίζοντας το παιδί τι έχει να αντιμετωπίσει ή τι μπορεί να συμβεί μέσα από το διαδίκτυο μπορεί να διαχειριστεί οτιδήποτε συμβεί και δεν επηρεάζεται ψυχολογικά.
- Θετικά γιατί μπορεί να διασκεδάσει άλλα ταυτόχρονα και να ενημερωθεί για διάφορα πράγματα.
- Και τα δύο. Θετικά γιατί μπορούν μέσω αυτών να πάρουν κάποιες σημαντικές πληροφορίες και Αρνητικά γιατί περνούν ώρες σε αυτά αδιαφορώντας για τα μαθήματα τους και για τα χόμπι τους κάποιες φορές.
- Πιστεύω ότι επιδρούν αρνητικά γιατί αποβλακώνονται σε αυτά αδιαφορώντας κάποιες φορές για ποιο σημαντικά θέματα.
- Ανάλογα με τις σελίδες που επισκέπτονται τα βοηθούν να εξοικειώνονται με αυτά.
- Και ναι και όχι , ανάλογα σε τι site μπαίνουν.
- Θετικά γιατί μπορεί να ανταλλάσει γνώσεις και απόψεις.
- Επιδρούν αρνητικά γιατί θεωρώ ότι μένουν ακοινωνήτα.
- Πιστεύω ότι επιδρούν αρνητικά γιατί σκέφτονται λιγότερο γίνονται μοναχικά άτομα και τέλος πιστεύω πως τα παιδιά της νέας γενιάς μοιάζουν με ρομποτάκια.
- Πιστεύω πως επιδρούν αρνητικά γιατί τον ελεύθερο τους χρόνο δεν ασχολούνται με ποιο δημιουργικά πράγματα.

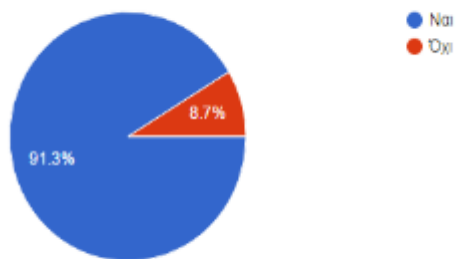
- Πιστεύω πως επιδρούν αρνητικά γιατί παύουν να έχουν αληθινές φίλιες και ασχολούνται όλο και πιο λίγο με τον αθλητισμό.

**8.Θεωρείται ότι το παιδί σας χρησιμοποιεί τα social media στην προσπάθεια του να γίνει αποδεκτό από το κοινωνικό του περίγυρο;**



#### ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ ΓΟΝΕΩΝ

1.Γνωρίζετε εάν τα παιδιά σας διαχειρίζονται τα social media; (23 responses)

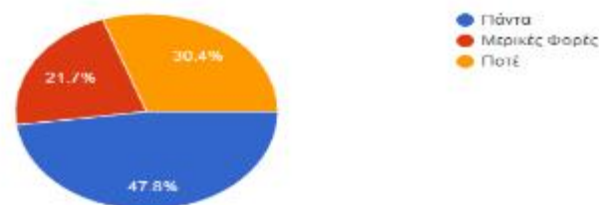


2. Γνωρίζετε πόσες ώρες αφιερώνει το παιδί σας στα social media; Αν ναι πόσες;

(23 responses)

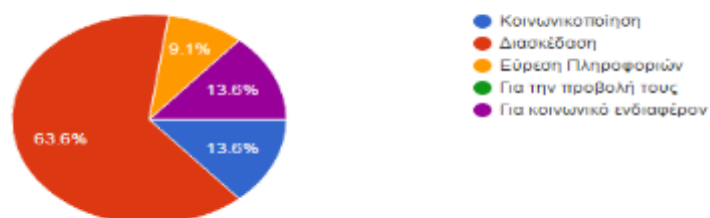


3. Ελέγχεται τι ιστοσελίδες επισκέπτεται το παιδί σας; (23 responses)

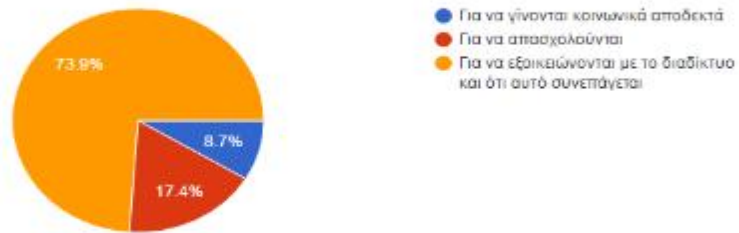


4. Για ποιο λόγο πιστεύετε ότι τα παιδιά σας χρησιμοποιούν τα social media;

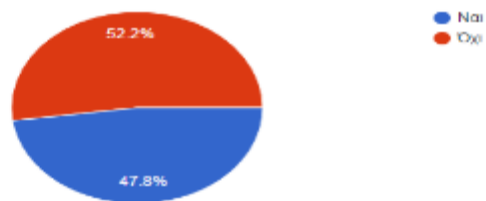
(22 responses)



5. Για ποιο λόγο ωθείτε το παιδί σας να ασχοληθεί με τα social media;  
(23 responses)



6. Είστε υπέρ με την ενασχόληση του παιδιού σας με τα social media;  
(23 responses)



7. Πιστεύεται ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επιδρούν θετικά ή αρνητικά στην ψυχολογία του παιδιού σας; Και γιατί;;



ΕΞΑΡΤΑΤΑΙ ΑΠΟ ΠΟΛΛΑ.....ΚΥΡΙΩΣ ΟΜΩΣ ΘΕΤΙΚΑ ΚΙ ΑΥΤΟ ΓΙΑΤΙ ΕΠΙΛΕΓΕΙ Ν ΑΣΧΟΛΗΘΕΙ ΜΕ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ ΚΥΡΙΩΣ.....

Ναι αλλά με σωστή χρήση

Λίγο πολύ κ τα δύο. Η σύγχρονη εποχή κ ο καταγισμός πληροφοριών, καθώς κ η ταχύτητα των γνώσεων μέσα απ το διαδύκτιο είναι απ τα θετικά. Αρνητικό γίνεται όταν δεν υπάρχει μέτρο τόσο στο χρόνο χρήσης των media όσο κ στον μη έλεγχο της χρήσης αυτής κυρίως από μικρά παιδιά. Επίσης, πρέπει να διασταυρώνονται οι όποιες πληροφορίες δίνονται διαδύκτια κά διότι δεν μπορούμε να γνωρίζουμε από που προέρχονται κ τί απότερω σκοπό ή συμφέροντα εξυπηρετούν.

Και θετικά και αρνητικά σίγουρα πρέπει να μαθαίνουν την τεχνολογία γιατί πλέον όλα γίνονται από το ίντερνετ αλλά πρέπει να γίνεται με μέτρο και έλεγχο

Θετικά διότι γίνονται αποδεκτά από τη σημερινή κοινωνία

αρνητικά καθώς υπάρχει μεγάλο ποσοστό κακής επιρροής όπως το bullying

Αρνητικά γιατί η ψυχολογία του παιδιού βελτιώνεται όταν το ίδιο δημιουργεί

Αρνητικά. Επηρεάζεται από όσα βλέπει.

ναι με metro

Αρνητικά γιατί τρεμελιάζουνε.

πιστεων πως με metro στα social media... εκουν thetikη epidrash sthn psychologia twn paidiwn .oxi polles wres pou ta apoksenonei apo thn koinwnikopoihsh!

Και απ τις δύο πλευρές θετικά γιατί βρίσκει πολλές πληροφορίες αρνητικά γιατί μπορεί να απορροφηθεί παραπάνω Σ αυτό και έτσι να χάσει πολιτικό χρόνο

Δεν υπάρχει μια σίγουρη απάντηση σε αυτό το ερώτημα

Εξαρτάται από το βαθμό πληροφόρησής τους για τους κινδύνους, για τους τρόπους περιορισμού της έκθεσής τους, από τις ώρες που αφιερώνουν. Πιστεύω ότι είναι απλά ένας τρόπος επικοινωνίας και μπορεί να λειτουργήσει θετικά, αν γίνεται με μέτρο και σε ένα πλαίσιο κατάλληλο για την ηλικία τους

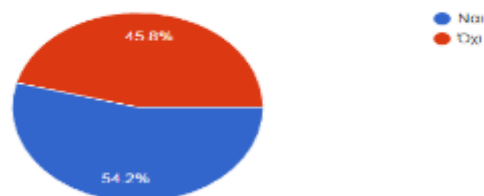
Αρνητικά. Σπαταλή του θραγματικά ελευθερου χρονου τους

Αρνητικά γιατί αφιερώνει όλο τον χρόνο του εκεί

Αρνητικά γιατί πιστεωω οτι η επαφη μετα media τα απομονώνει! !!αλλα πλεον δεν μπορούμε να κανουμε αλλιώς απλα οσο λιγότερο τοσο καλύτερα! !

8.Θεωρείτε ότι το παιδί σας χρησιμοποιεί τα social media στην προσπάθεια του να γίνει αποδεκτό στον κοινωνικό του περίγυρο;

(24 απαντήσεις)

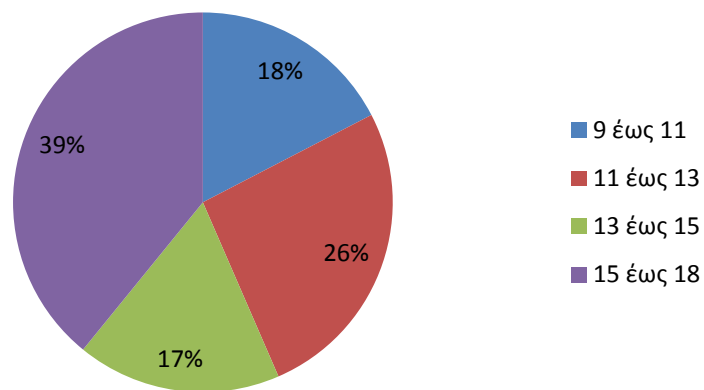


Τα παρακάτω ερωτηματολόγια είναι χειρόγραφα ρωτήθηκαν και απαντήθηκαν από παιδιά ηλικίας 9-18 με στόχο να κατανοήσουμε τους φόβους τους και τις ανάγκες τους σχετικά με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

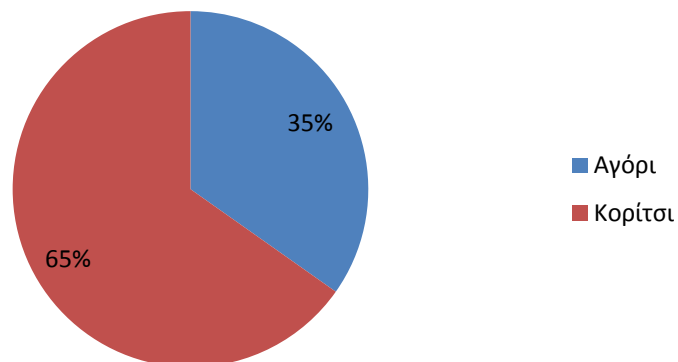
## ΑΦΟΡΑ ΤΑ ΠΑΙΔΙΑ

### ΧΕΙΡΟΓΡΑΦΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ

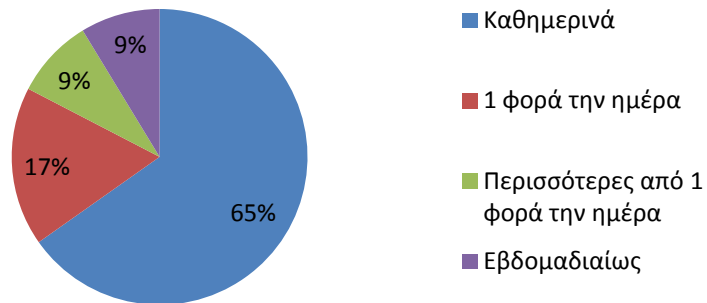
#### 1. Ποια είναι η ηλικία σας;



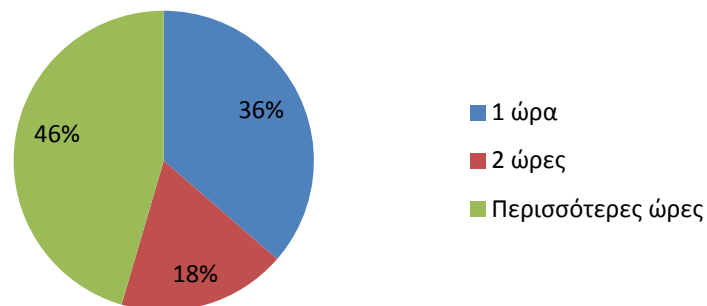
#### 2. Αναφέρεται το φύλλο σας



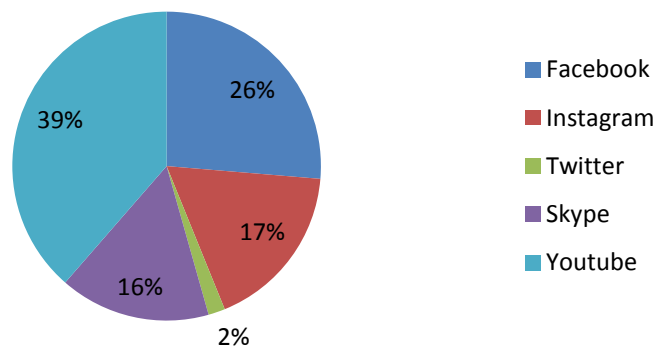
### 3. Πόσο συχνά συνδέεστε στα social media;



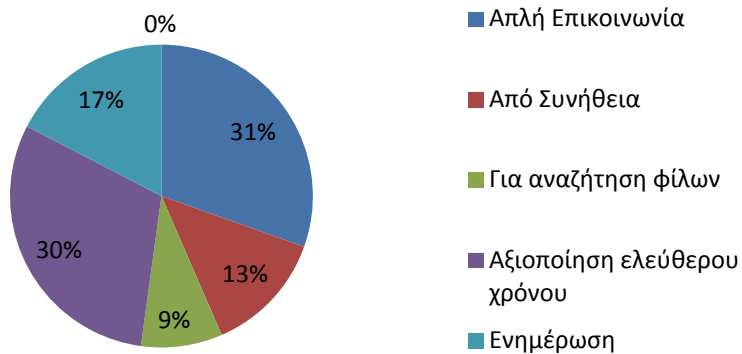
### 4. Πόσες ώρες ασχολείστε στα social media;



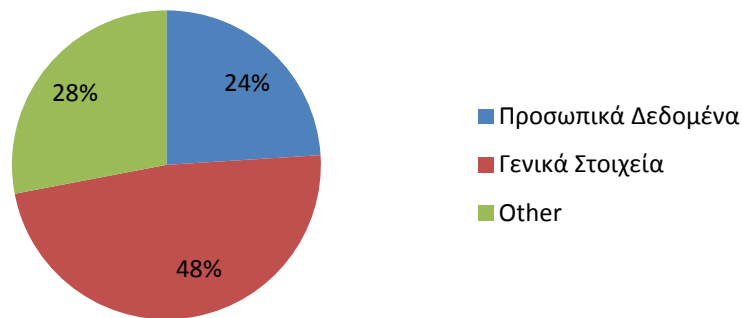
### 5. Ποιά social media χρησιμοποιείται;



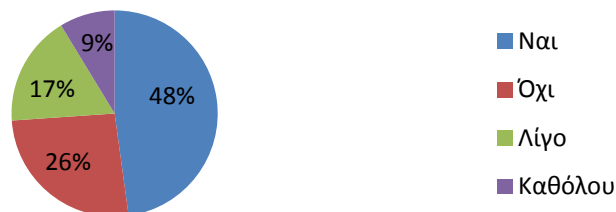
## 6. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε τα social media;



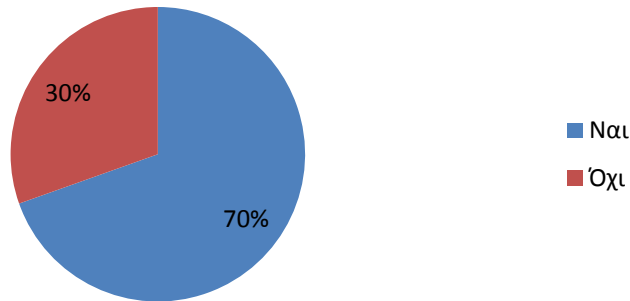
## 7. Τι είδους πληροφορίες ανταλλάζετε;



## 8. Πιστεύετε ότι τα social media επηρεάζουν τις διαπροσωπικές σας σχέσεις και την άμεση επαφή με τους γύρω σας;



## 9. Νιώθετε ασφαλείς όταν χρησιμοποιείται τα social media;



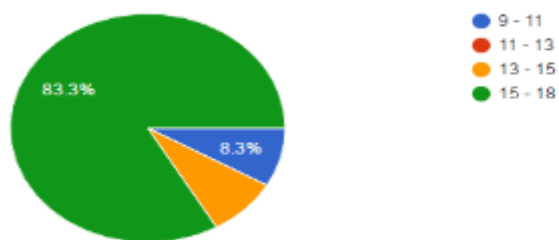
## 10. Έχετε ποτέ αντιμετωπίσει κινδύνους χρησιμοποιώντας τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

- Ναι
- Όχι
- Όχι
- Όχι
- Όχι
- Όχι
- Όχι
- Δεν είναι ακριβώς κίνδυνος αλλά πιο πολύ στο Facebook όταν αναρτούν διάφορες πληροφορίες για τους Hacker που μπορεί φυσικά να φανεί επικίνδυνο.
- Πολύ σπάνια
- Προσωπικά όχι αλλά γνωρίζω άτομα που έχουν αντιμετωπίσει.
- Όχι δεν έχω αντιμετωπίσει.
- Μέχρι στιγμής όχι.
- Όχι
- Ποτέ
- Όχι
- Όχι δεν έχω αντιμετωπίσει κινδύνους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης
- Όχι

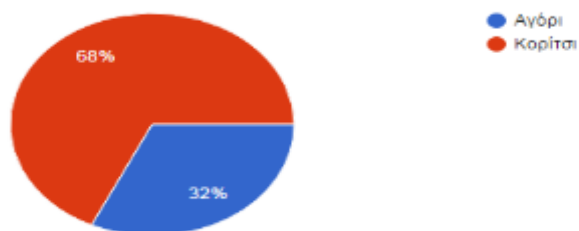
- Όχι
- Όχι
- Όχι

## ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ ΠΑΙΔΙΩΝ

1. Ποια είναι η ηλικία σας; (24 responses)



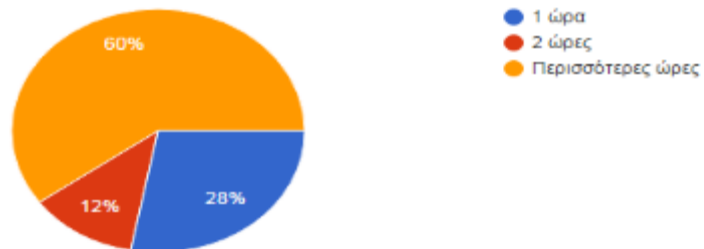
2. Αναφέρεται το φύλο σας; (25 responses)



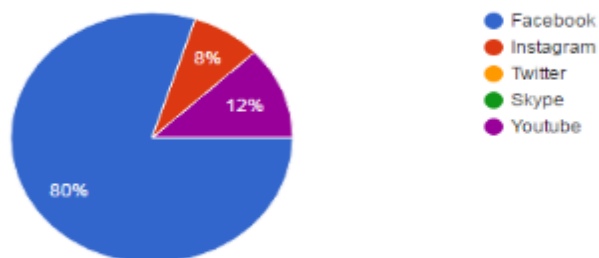
3. Πόσο συχνά συνδέεστε στα Social Media; (25 responses)



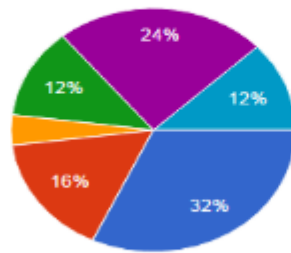
4. Πόσες ώρες ασχολείστε στα Social Media; (25 responses)



5. Ποια Social Media χρησιμοποιείτε; (25 responses)

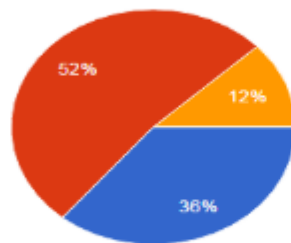


6. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε τα Social Media; (25 responses)



- Απλή Επικοινωνία
- Από Συνήθεια
- Για αναζήτηση φίλων
- Αξιοποίηση ελεύθερου χρόνου
- Ενημέρωση
- Other

7. Τι είδους πληροφορίες ανταλλάζετε; (25 responses)

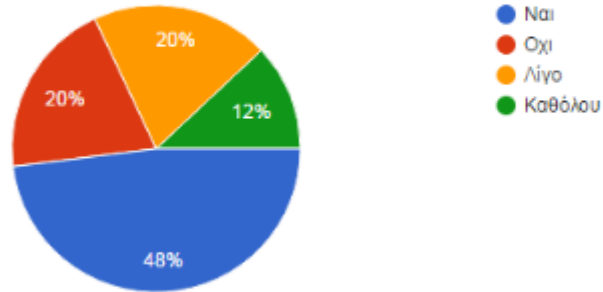


- Προσωπικά δεδομένα ( φωτογραφίες, διευθύνσεις, χρονολογία γέννησης)
- Γενικά στοιχεία ( ενδιαφέροντα)
- Other

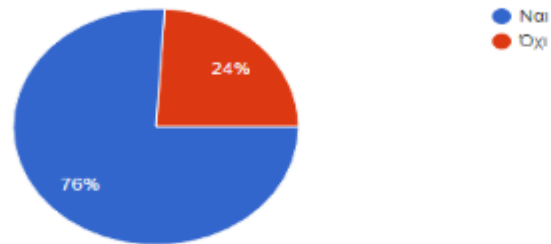


8. Πιστεύετε ότι τα Social Media επηρεάζουν τις διαπροσωπικές σας σχέσεις και την άμεση επαφή με τους γύρω σας;

(25 responses)



9. Νιώθετε ασφαλείς όταν χρησιμοποιείτε τα Social Media; (25 responses)



10. Έχετε ποτέ αντιμετωπίσει κινδύνους χρησιμοποιώντας τα Social Media;  
(20 περσόνες)

Όχι
Όχι
Όχι
Όχι
Όχι
Όχι
Όχι
Όχι
Όχι
Όχι
Όχι
Όχι
Όχι
Όχι
Όχι
Ναι
Ναι
Δεν ξέρω
ποτέ
Όχι
Όχι
Όχι ιδιαίτερα
οχι

## **4.3 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ**

### **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΓΟΝΕΩΝ**

Στην εποχή που ζούμε και η τεχνολογία έχει μπει για τα καλά πλέον στη ζωή μας από την έρευνα που διεξήχθη στους γονείς αντιλαμβανόμαστε ότι κατά ένα μεγάλο ποσοστό γνωρίζει τη χρήση των παιδιών τους στο διαδίκτυο. Υπάρχουν βέβαια οι φόβοι και οι αγωνίες για το μήπως συμβεί κάτι στα παιδιά τους αλλά με βάση τις απαντήσεις των ερωτηματολογίων προσπαθούν να βρουν λύσεις ώστε να έχουν περισσότερα σωστά αποτελέσματα σχετικά με την διαπαιδαγώγηση των παιδιών τους. Ένα μεγάλο ποσοστό γονέων πιστεύει ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επιδρούν θετικά στην παιδική ηλικία εάν γίνεται με οργάνωση και συνέπεια και δεν ξεφεύγουν από το προκαθορισμένο τους πρόγραμμα. Εν αντιθέσει ένα μικρότερο ποσοστό θεωρεί τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως έναν αρνητικό αντίκτυπο για την παιδική ηλικία διότι η επίδραση τους επιδρά στην μη ουσιαστική ενασχόληση τους. Όσον αφορά το μικρότερο ποσοστό πρέπει να βρεθούν τρόποι ώστε να ενημερωθούν και οι υπόλοιποι γονείς για το καλό των παιδιών τους. Να γίνει σωστή ενημέρωση σε όλους για τα θετικά και τα αρνητικά των μέσω κοινωνικής δικτύωσης.

### **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΠΑΙΔΙΩΝ**

Από την έρευνα που διεξήχθη στην παιδική ηλικία αντιλαμβανόμαστε ότι τα παιδιά διαθέτουν παραπάνω από έναν λογαριασμό στα μέσα μαζικής ενημέρωσης και φυσικά αφιερώνουν πάρα πολλές ώρες από τον χρόνο τους για να ασχοληθούν με αυτά. Από τα αποτελέσματα των ερωτηματολογίων δεν έχουν αντιμετωπίσει κάποιο κίνδυνο στα μέσα μαζικής ενημέρωσης τα παιδιά πόσο μάλλον φίλοι τους οι γνωστοί τους. Κατά ένα μεγάλο ποσοστό κατανοούν βέβαια ότι τα μέσα μαζικής ενημέρωσης επηρεάζουν τις διαπροσωπικές τους σχέσεις με τους γύρω τους. Κατά τα λεγόμενα τους υποστηρίζουν ότι χρησιμοποιούν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης για απλή επικοινωνία ή ακόμα και από συνήθεια. Τα παιδιά πρέπει να καταλάβουν τους κινδύνους που διατρέχουν από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης αλλά και να σταματήσουν να αφιερώνουν τόσες ώρες σε αυτά διότι το μόνο που θα τους προσφέρουν είναι άγνοια για ποιο σημαντικά θέματα.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

### **Α.ΕΛΛΗΝΙΚΗ**

1. <https://secnews.gr/92758/%CF%84%CE%B1%CE%BE%CE%B9%CE%BA%CE%AD%CF%82-%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CF%86%CE%BF%CF%81%CE%AD%CF%82-%CF%83%CF%84%CE%B1-social-media/>
2. <http://prolyk-social.weebly.com/kappaomicroniotanuomeganuiootaomicronlambdaomicrongamma943alpha.html>
3. <http://www.iefimerida.gr/news/193477/oi-agnostes-zoes-ton-paidion-mas-sta-social-media-ola-osa-den-gnorizoyn-oi-goneis-oti>
4. <http://papadopsixologos.blogspot.gr/2013/08/facebook.html?m=1>
5. <http://www.philenews.com/el-gr/syzitountai-sto-diadiktyo/1330/193054/poies-chores-kai-giati-echoun-apagoreyseta-social-media-chartis>
6. [https://el.m.wikipedia.org/wiki/%CE%9C%CE%AD%CF%83%CE%B1\\_%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CF%82\\_%CE%B4%CE%B9%CE%BA%CF%84%CF%8D%CF%89%CF%83%CE%B7%CF%82](https://el.m.wikipedia.org/wiki/%CE%9C%CE%AD%CF%83%CE%B1_%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CF%82_%CE%B4%CE%B9%CE%BA%CF%84%CF%8D%CF%89%CF%83%CE%B7%CF%82)
7. <http://www.alou.gr/blog/66-about-social-media>
8. <https://secnews.gr/92124/social-media-%CF%80%CF%89%CF%82-%CE%BC%CE%B1%CF%82-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CE%B4%CF%81%CE%BF%CF%8D%CE%BD-%CF%88%CF%85%CF%87%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CE%BA%CE%AC/>

9. <http://www.tovima.gr/science/psychology-sociology/article/?aid=804779>
10. <http://www.mothersblog.gr/o-kosmos-toy-paidioy/item/27069-aftes-einai-oi-tesseractis-arnitikes-epiptoseis-ton-social-media-sta-paidia>
11. <http://www.ipaideia.gr/eidhseis/giati-ta-social-media-vlaptoun-tin-psixiki-igeia-ton-paidion.htm>
12. <http://www.boro.gr/127248/mesa-koinwnikhs-diktywshs-pws-ephreazoyn-th-synaisthmatikh-anaptyksh-twn-paidiwn>
13. <http://www.ygeianews.gr/section/content/social-media-0>
14. <http://www.shape.gr/egkimosini/mama-paidi/ti-prepei-na-kaneis-me-tis-fwtoğrafies-toy-paidioy-soy-sta-koinwnika-diktya/>
15. <http://www.mommydotcom.gr/top-articles/%CF%80%CF%8E%CF%82-%CE%B5%CF%80%CE%B7%CF%81%CE%B5%CE%AC%CE%B6%CE%BF%CF%85%CE%BD-%CE%BF%CE%B9-%CE%B3%CE%BF%CE%BD%CE%B5%CE%AF%CF%82-%CF%84%CE%B1-%CF%80%CE%B1%CE%B9%CE%B4%CE%B9%CE%AC-%CF%83%CF%85%CE%BD/>
16. <https://medianalysis.net/category/social-media/>
17. <http://nemertes.lis.upatras.gr/jspui/bitstream/10889/6213/1/%CE%94%CE%B9%CF%80%CE%BB%CF%89%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE%20%CE%9A%CE%BF%CF%85%CF%84%CF%83%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CE%B1%CE%BD%CE%BD%CE%BF%CF%80%CE%BF%CF%8D%CE%BB%CE%BF%CF%85%20%CE%9D%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%BB%CE%AF%CF%84%CF%83%CE%B1.pdf>

18. [http://hmathia14.ekped.gr/praktika14/VoID/VoID\\_181\\_194.pdf](http://hmathia14.ekped.gr/praktika14/VoID/VoID_181_194.pdf)
19. <http://www.itbiz.gr/%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CF%89%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%B1-%CE%B4%CE%B9%CE%BA%CF%84%CF%85%CE%B1-social-networks-%CF%83%CE%B5-%CE%BC%CE%B9%CE%B1-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%AF%CF%81%CE%B7%CF%83/>
20. <https://neatisdefteras.wordpress.com/2012/02/19/%CF%80%CE%B1%CE%B9%CE%B4%CE%B9-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CF%86%CE%B7%CE%BC%CE%B9%CF%83%CE%B7/>
21. <http://www.diakonima.gr/2009/12/03/%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%B5%CF%82-%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CE%B9-%CE%BF%CE%B9-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%80%CF%84%CF%8E%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CF%86%CE%B7%CE%BC%CE%AF/>
22. <https://www.medlook.net/%CE%A8%CF%85%CF%87%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%AF%CE%B1/849.html>
23. <https://www.medlook.net/%CE%A0%CE%B1%CE%B9%CE%B4%CE%B9%CE%AC/2151.html>
24. <http://www.eumedline.eu/post/H-thleorash-kai-h-psyxikh-ths-epidrash-sta-paidia>
25. <http://www.pathfinder.gr/stories/4246513/posh-dynamh-ehoyn-oi-diafhmiseis-panw-sta-paidia/>

26. [http://www.vlioras.gr/Philologia/Composition/PleonektimataMeion\\_ektimataMME.htm](http://www.vlioras.gr/Philologia/Composition/PleonektimataMeion_ektimataMME.htm)
27. [http://egpaid.blogspot.com/2009/05/blog-post\\_03.html](http://egpaid.blogspot.com/2009/05/blog-post_03.html)
28. <http://m.iatronet.gr/article.aspx?id=24205>

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α

Τα παρών ερωτηματολόγια αποτελούν εργαλείο έρευνας στο πλαίσιο πτυχιακής εργασίας του τμήματος Εμπορίας και διαφήμισης marketing Ιεράπετρας.

### ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΑΙΔΙΩΝ

The screenshot shows a Google Forms interface for a survey titled "Social Media και Παιδιά". The form is titled "Untitled form" and has a "SEND" button in the top right corner. The survey is currently in the "QUESTIONS" phase, with 25 responses recorded. The questions are as follows:

1. Ποια είναι η ηλικία σας;

- 7-11
- 11-18
- 18-19
- 19-10

2. Αναφέρεται το φύλο σας;

- Άσκη
- Κόρη

The screenshot shows the continuation of the Google Forms survey. The questions are as follows:

3. Πόσο συχνά συνδέεστε στα Social Media;

- Καθημερινά
- 1 φορά την εβδομάδα
- Καρδιάκιανά και 1 φορά την εβδομάδα
- Εβδομαδιαίως

4. Πόσες ώρες ασχολείστε στα Social Media;

- 1 ώρα
- 2 ώρες
- Περισσότερες ώρες

5. Ποια Social Media χρησιμοποιείτε;

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Messenger
- YouTube



Untitled form

QUESTIONS RESPONSES 25

6. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε τα Social Media;

- Αφή Συναυσία
- Λες Ευθύλα
- Ηλιοστέγη φίλων
- Αποστολή διασκέδαση
- Σημάκια
- Οτι...

7. Τι είδους πληροφορίες ανταλλάζετε;

- Ήρωα και βόλερα ή φωτογραφίες, βίντεο, μουσική κλπ κλπ
- Πανόραμα ή διαφήμιση
- Οτι...

Untitled form

QUESTIONS RESPONSES 25

- Πανόραμα βόλερα ή φωτογραφίες, βίντεο, μουσική κλπ κλπ
- Ήρωα και βόλερα ή φωτογραφίες, βίντεο, μουσική κλπ κλπ
- Πανόραμα ή διαφήμιση
- Οτι...

8. Πιστεύετε ότι τα Social Media επηρεάζουν τις διαπροσωπικές σας σχέσεις και την άμεση επαφή με τους γύρω σας;

- Ναι
- Όχι
- Ήν
- Κανένα

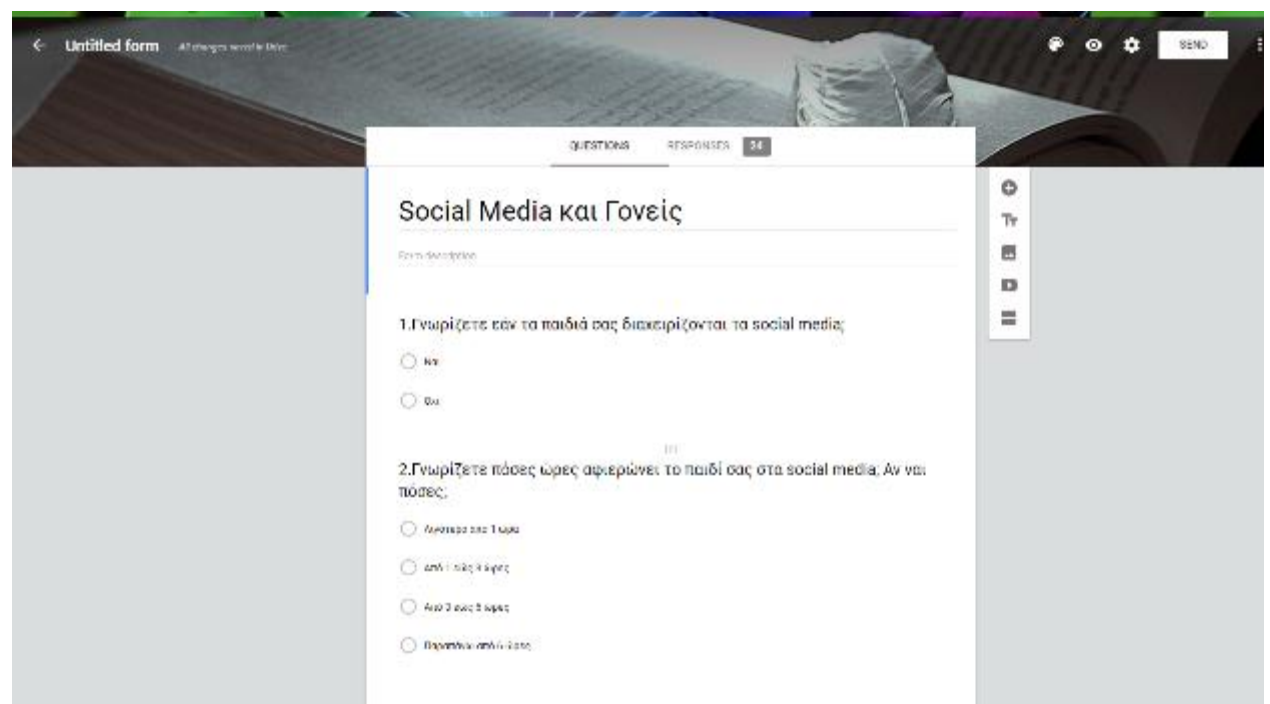
9. Νιώθετε ασφαλείς όταν χρησιμοποιείτε τα Social Media;

- Ναι
- Όχι

10. Έχετε ποτέ αντιμετωπίσει κινδύνους χρησιμοποιώντας τα Social Media;

© 2021 Google LLC

## ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΓΟΝΕΩΝ



The image shows a mobile interface of a Google Form. At the top, there is a navigation bar with a back arrow, the text 'Untitled form', and a 'SEND' button. Below this, the form title 'Social Media και Γονείς' is displayed. The form contains two questions:

1. Γνωρίζετε εάν τα παιδιά σας διαχειρίζονται τα social media;

Ναι

Όχι

2. Γνωρίζετε πόσες ώρες αφιερώνει το παιδί σας στα social media. Αν ναι, πόσες;

Άνω των 1 ώρας

Από 1 έως 2 ώρες

Από 2 έως 3 ώρες

Βασανίζω από 0-2 ώρες

On the right side of the form, there is a vertical toolbar with icons for adding questions, changing the theme, deleting questions, duplicating questions, and a menu icon.

Untitled form All changes saved in Drive

QUESTIONS RESPONSES 22

3. Ελέγχεται η ιστοσελίδα επισκέπτεται το παιδί σας;

Όχι

Μερικά φορές

Ναι

4. Ποιο λόγο πιστεύετε ότι τα παιδιά σας χρησιμοποιούν τα social media;

Κοινωνικοποίηση

Διασκέδαση

Κινητή/Ψηφιακή

Για την προβολή τους

Για κοινωνικά σύνδεσμούς

Untitled form All changes saved in Drive

QUESTIONS RESPONSES 24

5. Ποιο λόγο ωθείτε το παιδί σας να ασχοληθεί με τα social media;

Για να είναι κοινωνικά αποδεκτό

Για να επικοινωνήσει

Για να εθιστεί/να κάνει με το ασόκιο και στη ζωή του/της

6. Είστε υπέρ με την ενθάρρυνση του παιδιού σας με τα social media;

Ναι

Όχι

7. Πιστεύετε ότι τα social media επιδρούν θετικά ή αρνητικά στην ψυχολογία του παιδιού σας; Και γιατί;

Long answer text

8. Θεωρείτε ότι τα παιδιά σας χρησιμοποιούν τα social media στην προσπάθειά του να γίνει αποδεκτό στον κοινωνικό του περίγυρο;

Ναι

Όχι