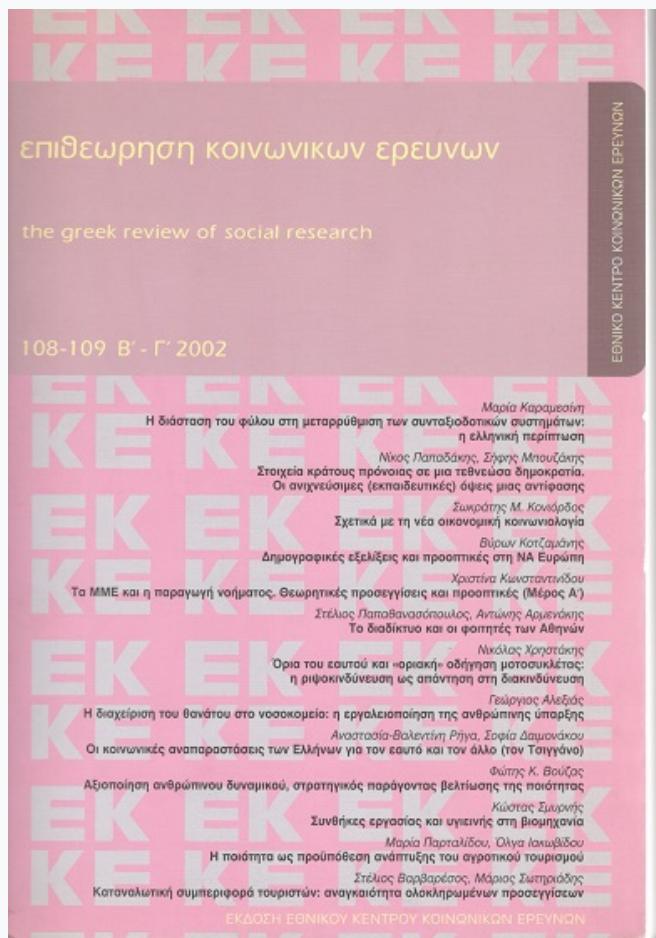


The Greek Review of Social Research

Vol 108 (2002)

108-109 B'-Γ'



Το διαδίκτυο και οι φοιτητές των Αθηνών

Στέλιος Παπαθανασόπουλος, Αντώνης Αρμενάκης

doi: [10.12681/grsr.9069](https://doi.org/10.12681/grsr.9069)

Copyright © 2002, Στέλιος Παπαθανασόπουλος, Αντώνης Αρμενάκης



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

To cite this article:

Παπαθανασόπουλος Σ., & Αρμενάκης Α. (2002). Το διαδίκτυο και οι φοιτητές των Αθηνών. *The Greek Review of Social Research*, 108, 189–205. <https://doi.org/10.12681/grsr.9069>

Στέλιος Παπαθανασόπουλος*, Αντώνης Αρμενάκης**

ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΚΑΙ ΟΙ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ΤΩΝ ΑΘΗΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στο κείμενο αυτό παρουσιάζεται η έρευνα που πραγματοποιήθηκε τον Μάρτιο του 2001 και η οποία επικεντρώθηκε στα κίνητρα που παρωθούν τους φοιτητές των Πανεπιστημίων των Αθηνών να χρησιμοποιούν το διαδίκτυο, στη διάρκεια χρήσης, στους τρόπους, καθώς και τους λόγους χρήσης του διαδικτύου. Επιπλέον, εξετάστηκαν θέματα, πέραν των επικοινωνιακών αναγκών που ικανοποιούνται από τη χρήση του Ίντερνετ, όπως: η γνώση τους για το συγκεκριμένο μέσο και τις τεχνολογίες που συνδέονται με αυτό, οι προσδοκίες τους από τη χρήση του νέου μέσου, η έκθεσή τους στις διαδικτυακές πύλες, καθώς και η δύναμη κατανάλωσή τους από τις αμφίδρομες υπηρεσίες, όπως το ηλεκτρονικό εμπόριο, που προσφέρει το Ίντερνετ στους χρήστες του. Εξίσου ενδιέφερε να διαγνωσθούν οι λόγοι για τους οποίους φοιτητές και φοιτήτριες δεν έχουν χρησιμοποιήσει το διαδίκτυο έως τώρα. Η γενική εικόνα που συνάγεται από τα στοιχεία της έρευνας είναι ότι οι φοιτητές των πανεπιστημιακών σχολών της Αθήνας βρίσκονται σε ένα πρώτο στάδιο εξοικείωσης με το νέο αυτό μέσο.

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι νέες τεχνολογίες, όπως το διαδίκτυο, έχουν προεκτείνει τις δυνατότητες των ανθρώπων για πρόσβαση στην ενημέρωση και στην επικοινωνιακή αλληλόδραση. Συγκεκριμένα, η διαδικτυακή επικοινωνία είναι η επικοινωνία που διευκολύνεται διαμέσου της τεχνολογίας της πληροφορικής και ορίζεται ως «σύγχρονη και ασύγχρονη επικοινωνία ανάμεσα στον πομπό (ούς) και το δέκτη (ες)». Η ταχύτατη ανάπτυξη του Ίντερνετ σε όλο

* Αναπληρωτής καθηγητής στο Τμήμα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών.

** Επίκουρος καθηγητής στο Τμήμα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών.

σχεδόν τον κόσμο απαιτεί τη διερεύνηση των παραγόντων εκείνων που επηρεάζουν τους ανθρώπους στο να το χρησιμοποιήσουν.

Αρκετές έρευνες έχουν εστιάσει στις αμφίδρομες και ενημερωτικές διαστάσεις των νέων τεχνολογιών, διερευνώντας τις διαφορές των νέων μέσων σε σχέση με την παραδοσιακή διαπροσωπική επικοινωνία καθώς και τους νέους διαύλους επικοινωνίας (Paraharissi και Rubin, 2000). Μερικά από τα χαρακτηριστικά της επικοινωνίας διαμεσολαβημένης από τον ηλεκτρονικό υπολογιστή (computer-mediated-communication), τα οποία θεωρούνται ότι τη διακρίνουν από τη διαπροσωπική επικοινωνία, είναι: προβλήματα συντονισμού που οφείλονται στην έλλειψη ανάδρασης, έλλειψη κοινωνικής επιρροής όπως αυτή της συζήτησης και αποπροσωποποίηση λόγω της έλλειψης της μη λεκτικής συμμετοχής (Kiesel, Siegel και McGuire, 1984). Η επικοινωνία διαμέσου του ηλεκτρονικού υπολογιστή προσφέρει στους χρήστες ένα μαζικό όγκο ενημερωτικού υλικού και το όχημα για κοινωνική αλληλόδραση (Williams και Rice, 1983). Δημιουργεί ένα κοινωνικο-πολιτισμικό πλαίσιο, στο οποίο οι άνθρωποι μπορούν να ικανοποιήσουν τις ενημερωτικές και αλληλοδραστικές τους ανάγκες.

Επίσης, πρόσφατες έρευνες εστιάζουν στις επικοινωνιακές ικανότητες των τεχνολογιών της επικοινωνίας διαμέσου του ηλεκτρονικού υπολογιστή. Έρευνητές που έχουν εξετάσει τις χρήσεις των μέσων επικοινωνίας σε ένα πολυ-επικοινωνιακό περιβάλλον έχουν διαπιστώσει ότι διαφορετικά μέσα χρησιμοποιούνται για να ικανοποιήσουν διαφορετικές ανάγκες (βλ. Adoni, 1979' Cutler και Danowski, 1980' Dobos, 1992' Perse και Courtight, 1993). Ωστόσο, ακόμη δεν διαθέτουμε μια πλήρη εικόνα όσον αφορά τα κίνητρα τα οποία παρωθούν τους ανθρώπους να χρησιμοποιήσουν τα διάφορα μέσα που έχουν στη διάθεσή τους. Γι' αυτό και συχνά προτείνεται ότι θεωρητικές προσεγγίσεις όπως αυτές των χρήσεων και ικανοποιήσεων μπορούν να βοηθήσουν στην κατανόηση των σχέσεων ανάμεσα στους ανθρώπους και τις νέες τεχνολογίες (Williams, Stover και Gant, 1994). Γεγονός είναι ότι λίγα πράγματα γνωρίζουμε σχετικά με τη χρήση του Ίντερνετ, ιδίως στη χώρα μας. Οι περισσότερες έρευνες που έχουν διεξαχθεί στο εξωτερικό, ιδίως στις ΗΠΑ, σχετικά με την επιλογή και τη χρήση των νέων τεχνολογιών είτε προηγήθηκαν της ανάπτυξης του διαδικτύου ή δεν το έχουν συμπεριλάβει, καθώς η ανάπτυξή του ήταν περιορισμένη κατά τη διεξαγωγή τους.

Η προσέγγιση των χρήσεων και ικανοποιήσεων καταδεικνύει ότι οι άνθρωποι τείνουν να χρησιμοποιούν τα μέσα για να ικανοποιήσουν κάποιες ανάγκες ή επιθυμίες τους. Εστιάζει στα κίνητρα της χρήσης των

μέσων, στους παράγοντες που επηρεάζουν τα κίνητρα και τη σχετική συμπεριφορά τους.

Πιο συγκεκριμένα, με την προσέγγιση των «χρήσεων και ικανοποιήσεων» (uses and gratifications) εξετάζεται πώς και για ποιους λόγους τα άτομα χρησιμοποιούν και καταναλώνουν τα μέσα. Σε γενικές γραμμές, η προσέγγιση αυτή και οι εκδοχές της θεωρούν ότι τα μέλη του κοινού συμμετέχουν ενεργά κατά τη χρήση των μέσων και δεν είναι παθητικοί αποδέκτες ή αντικείμενα. Κοινή τους επιδίωξη είναι να ερμηνεύσουν τα κίνητρα της επιλογής του περιεχομένου ενός μέσου και της ικανοποίησης, που απορρέει από τη χρήση του. Οι Katz, Blumler και Gurevitch (1974, σ. 20) όρισαν ότι οι αλληλένδετες αυτές προσεγγίσεις: «ασχολούνται με (1) τις κοινωνικές και ψυχολογικές καταβολές των (2) αναγκών [των ανθρώπων], που δημιουργούν (3) προσδοκίες από τα (4) Μέσα και άλλες πηγές, πράγμα που οδηγεί σε (5) διαφορετικά σχήματα στην κατανάλωση των Μέσων (ή εμπλοκή σε άλλες δραστηριοποιήσεις), που αποσκοπούν να (6) ικανοποιήσουν τις ανάγκες των ανθρώπων, αλλά και επιφέρουν (7) και άλλες επιδράσεις, οι περισσότερες από τις οποίες ενδέχεται να είναι ακούσιες».

Παράλληλα, η σύγχρονη θεώρηση βασίζεται σε πέντε προϋποθέσεις (Baran και Denis, 1995, σ. 222-224):

- Η κατανάλωση των Μέσων επηρεάζεται συνήθως από κάποιες επιδιώξεις.
- Οι άνθρωποι επιζητούν να επιλέξουν και να χρησιμοποιήσουν τα μέσα για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες ή επιθυμίες τους, όπως η αναζήτηση πληροφοριών για την επίλυση ενός προσωπικού προβλήματος ή για την περιστολή της αβεβαιότητας.
- Διάφοροι κοινωνικοί και ψυχολογικοί παράγοντες επηρεάζουν τη συμπεριφορά των ανθρώπων κατά την επιλογή των μέσων.
- Τα μέσα ανταγωνίζονται άλλες μορφές επικοινωνίας για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες, τις επιθυμίες ή τα κίνητρα των ανθρώπων με στόχο αυτοί να τα επιλέξουν, να τα προσέξουν και να τα χρησιμοποιήσουν.
- Οι άνθρωποι υπερτερούν των μέσων στη σχέση αυτή, όχι όμως σε όλες τις περιπτώσεις. Τα μέσα μπορούν παράλληλα να ασκήσουν επιρροή στα ατομικά χαρακτηριστικά ή τις πολιτικές, τις πολιτιστικές, ή τις οικονομικές δομές της κοινωνίας.

Αναμφίβολα, στον παραπάνω ορισμό υπάρχει μια λογική, που φαίνεται συνειδητή και ορθολογική, αν και λιγότερο μηχανιστική από ό,τι στον ορισμό των Katz, Blumler και Gurevitch. Οι Rayburn και Palmgreen, προβαίνοντας σε μια πλήρη διάκριση ανάμεσα στην «αναζήτηση ικανοποίη-

σης» (gratification sought) και στην «απόκτησή» της (gratification obtained), βρήκαν ορισμένες διασυνδέσεις ανάμεσα στις προσδοκίες του κοινού, στη χρήση των μέσων και στις αξιολογήσεις χρήσης του κοινού (Rayburn και Palmgreen, 1984). Βεβαίως, δεν υπάρχει ένας και μοναδικός λόγος για τον οποίο οι άνθρωποι χρησιμοποιούν τα μέσα και το περιεχόμενό τους. Ωστόσο, το κοινό σημείο όλων των θεωρήσεων αυτών που αναφέρονται στις «χρήσεις και ικανοποιήσεις» είναι ότι αντιλαμβάνονται το κοινό ως «ενεργό» και ότι τα μέλη του εμφανίζουν διαφορετικό βαθμό δραστηριότητας όταν χρησιμοποιούν τα Μέσα σε διαφορετικές συνθήκες.

Επίσης, η σύγχρονη έρευνα έχει καταδείξει ότι οι άνθρωποι επιλέγουν ανάμεσα στους διαπροσωπικούς και μαζικούς διαύλους επικοινωνίας για να ικανοποιήσουν αμφίδρομες και ενημερωτικές ανάγκες, και οι επιλογές τους συνδέονται άμεσα τόσο με τη διαθεσιμότητά τους όσο και με τις αντιλήψεις που έχουν για ένα μέσο, καθώς και το είδος της ανάγκης που το εν λόγω μέσο μπορεί να εκπληρώσει (Rubin, 1994).

Εν ολίγοις, η προσέγγιση των χρήσεων και ικανοποιήσεων αποτελεί μια σημαντική θεώρηση για τη μελέτη των νέων μέσων. Πέρα από τη μοναδική φύση του Ίντερνετ, τα κοινωνικά και ψυχολογικά χαρακτηριστικά ενός ατόμου επηρεάζουν τις χρήσεις του διαδικτύου. Και τούτο, διότι οι νέες τεχνολογίες της επικοινωνίας, όπως το Ίντερνετ, εμφανίζουν νέες διαστάσεις όσον αφορά τη χρήση των μέσων. Σύμφωνα με τον Williams και τους συνεργάτες του (1994), ένας λόγος για τον οποίο μελετούμε τις νέες τεχνολογίες είναι να διερευνήσουμε με ποιο τρόπο, ή εάν, οι ικανοποιήσεις που προέρχονται από τη χρήση των μέσων αλλάζουν σύμφωνα με τα χαρακτηριστικά των τελευταίων. Μια τέτοια οπτική είναι ιδιαίτερα επίκαιρη λόγω της σύγκλισης ανάμεσα στα μορφικά στοιχεία των μέσων και των χρήσεών τους, καθώς και λόγω της αυξανόμενης δυνατότητας που παρέχεται από τις νέες τεχνολογίες για σύνδεση και διαδραστική επικοινωνία (Fulk και DeSantis, 1995· Fulk et al., 1996· Rogers, 1986). Η συμμετοχή του κοινού αποτελεί βασικό στοιχείο στην έρευνα των χρήσεων και ικανοποιήσεων, και τα κίνητρα είναι συστατικά στοιχεία της δραστηριότητας των μελών του κοινού. Τα κίνητρα είναι σε γενικές γραμμές οι διαθέσεις που επηρεάζουν τις δράσεις των ανθρώπων στην προσπάθειά τους να ικανοποιήσουν μια ανάγκη ή επιθυμία. Άλλοι ερευνητές έχουν υποστηρίξει ότι το Ίντερνετ είναι ένα μαζικό μέσο το οποίο μπορεί να ικανοποιεί τις ανάγκες των ατόμων. Σε πολλές περιπτώσεις, οι ερευνητές έχουν διαπιστώσει ότι οι χρήστες των νέων μέσων ικανοποιούν περισσότερο παραδοσιακές ανάγκες τους παρά κάποιες νέες (Papacharissi και Rubin, 2000).

2. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Στο ανωτέρω θεωρητικό πλαίσιο, διεξήχθη από το Τμήμα Επικοινωνίας και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (ΕΜΜΕ) του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών μία έρευνα με στόχο να διερευνηθεί το βαθμό εξοικείωσης, τους τρόπους και τους λόγους χρήσης του διαδικτύου από τους φοιτητές των Πανεπιστημίων της ευρύτερης περιοχής των Αθηνών, οι οποίοι ως κατηγορία πληθυσμού αναμένεται να είναι από τις περισσότερο εξοικειωμένες με το νέο αυτό μέσο.

Έρευνητές στο εξωτερικό που διεξήγαγαν παρόμοιες έρευνες έχουν διαπιστώσει ότι οι φοιτητές που έχουν μεγαλύτερη σχέση με τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές τείνουν να τους χρησιμοποιούν όλο και συχνότερα και να τους αντιμετωπίζουν ως σημαντικά βοηθητικά εργαλεία για τη μόρφωσή τους. Επίσης, σύμφωνα με άλλες έρευνες υποστηρίζεται ότι οι άνθρωποι διακρίνουν τα μέσα επικοινωνίας βασιζόμενοι στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους, τα οποία επηρεάζουν τις αντιλήψεις των ανθρώπων και τις επιλογές τους, όταν αυτοί επιδιώκουν να ικανοποιήσουν τις επικοινωνιακές τους ανάγκες (Flanagin και Metzger, 2001).

Τα βασικά ερωτήματα-υποθέσεις της έρευνας που τέθηκαν ήταν: Ποια είναι τα κίνητρα που παρωθούν τους Έλληνες φοιτητές να χρησιμοποιούν το Ίντερνετ; Ποια είναι η διάρκεια χρήσης και ποιοι οι τρόποι και οι λόγοι χρήσης του διαδικτύου; Εκτός από τις επικοινωνιακές ανάγκες που ικανοποιούνται με τη χρήση του Ίντερνετ, η έρευνα εξέτασε θέματα, όπως: η γνώση των χρηστών για το συγκεκριμένο μέσο και τις τεχνολογίες που συνδέονται με αυτό, οι προσδοκίες τους από τη χρήση του νέου αυτού μέσου, η τάση για περισσότερη χρήση του διαδικτύου, η έκθεσή τους στις διαδικτυακές πύλες, καθώς και η δύναμη χρήση των αμφίδρομων υπηρεσιών, όπως του ηλεκτρονικού εμπορίου, που προσφέρει το Ίντερνετ στους χρήστες του. Επίσης, εξετάσθηκε σε ποιο βαθμό η χρήση του Ίντερνετ διαφέρει ανάμεσα σε φοιτητές και φοιτήτριες, σε μικρότερους και μεγαλύτερους σε ηλικία φοιτητές, καθώς και σε φοιτητές που σπουδάζουν ανθρωπιστικές και θετικές επιστήμες. Εξίσου ενδιέφερε να διαγνωσθούν οι λόγοι για τους οποίους κάποιοι φοιτητές και φοιτήτριες δεν έχουν χρησιμοποιήσει το διαδίκτυο έως τώρα.

Για τη διερεύνηση των υποθέσεων εργασίας χρησιμοποιήθηκε μεθοδολογικά σύμφωνα με τον αρχικό σχεδιασμό η τεχνική της δειγματοληπτικής έρευνας. Τα στοιχεία σχετικά με τον «πληθυσμό» των φοιτητών του λεκανοπεδίου Αττικής, μεγέθους περίπου 52 χιλιάδων ατόμων, προήλθαν από τους επίσημους πίνακες του Υπουργείου Παιδείας. Βάσει των στοι-

χείων αυτών, επελέγη ένα στατιστικά αντιπροσωπευτικό δείγμα μεγέθους 518 φοιτητών (Cochran, 1977) απ' όλα τα πανεπιστημιακά ιδρύματα (Αθηνών, Πολυτεχνείο, Πάντειο, Οικονομικό, Πειραιώς, Χαροκόπειο, Γεωπονικό, Καλών Τεχνών). Η συλλογή του πρωτογενούς υλικού έγινε με χρήση δομημένου ερωτηματολογίου, του οποίου η λειτουργικότητα ελέγχθηκε με δοκιμαστική έρευνα που εφαρμόστηκε σε φοιτητές του Τμήματος ΕΜΜΕ. Η συμπλήρωση των ερωτηματολογίων πραγματοποιήθηκε με τη μέθοδο των προσωπικών συνεντεύξεων το Μάρτιο του 2001, με την πολύτιμη βοήθεια 16 φοιτητών του Τμήματος που συμμετείχαν ως συνεντευκτές. Στη συνέχεια, ακολούθησε ο έλεγχος των ερωτηματολογίων και η εισαγωγή των στοιχείων σε ηλεκτρονικό δομημένο αρχείο. Η στατιστική επεξεργασία και ανάλυση των δεδομένων της έρευνας έγινε με το πακέτο SPSS βάσει μεθόδων περιγραφικής και επαγωγικής στατιστικής.

3. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

3.1. Το ξέρουν όλοι, το ένα τρίτο δεν το έχει χρησιμοποιήσει

Σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων φοιτητών, είναι ενδιαφέρον το στοιχείο ότι το 30,5% από αυτούς δεν έχουν χρησιμοποιήσει το διαδίκτυο. Ανάμεσα στους φοιτητές και τις φοιτήτριες, οι τελευταίες είναι εκείνες που δηλώνουν κατά 38,1% ότι δεν έχουν χρησιμοποιήσει το διαδίκτυο, ενώ για τους φοιτητές το αντίστοιχο ποσοστό, 21,4%, είναι με στατιστική σημαντικότητα (Fisher's exact test p -value=0,000) χαμηλότερο. Παράλληλα, καταγράφηκε μια ακόμη σημαντική διαφοροποίηση (Fisher's exact test p -value=0,000) ανάμεσα στους φοιτητές των ανθρωπιστικών και θετικών επιστημών. Το 41,7% των φοιτητών των ανθρωπιστικών επιστημών δηλώνουν ότι δεν έχουν χρησιμοποιήσει το Ίντερνετ, ενώ για τους φοιτητές των θετικών επιστημών το ποσοστό ανέρχεται στο 21,7%. Η σχετική αναλογία που εμφανίζεται ανάμεσα στις δύο αυτές διαφοροποιήσεις είναι αναμενόμενη, αφού στις ανθρωπιστικές επιστήμες φοιτούν περισσότερα κορίτσια και στις θετικές περισσότερα αγόρια. Επίσης, φυσιολογική φαίνεται να είναι και η επίδραση της ηλικίας, αφού οι μεγαλύτεροι φοιτητές υπερτερούν σημαντικά (Fisher's exact test p -value=0,022) στη χρήση του νέου μέσου από τους μικρότερους κατά 10 περίπου ποσοστιαίες μονάδες (βλ. Πίνακα 1).

Οι κύριοι λόγοι για τους οποίους οι φοιτητές δεν χρησιμοποιούν το διαδίκτυο είναι ότι δεν έχουν πρόσβαση σε ηλεκτρονικό υπολογιστή (48,7%), δεν έχουν σύνδεση στο Ίντερνετ (36,7%) ή δεν γνωρίζουν να το χρησιμοποιήσουν (24,7%). Αν ξεπεραστούν αυτά τα προβλήματα ως προς

ΠΙΝΑΚΑΣ 1
Χρήση του διαδικτύου ανά φύλο, επιστήμες και ηλικία

Απαντήσεις	Φύλο		Επιστήμες		Ηλικία		Σύνολο
	Άνδρες	Γυναίκες	Ανθρωπιστικές	Θετικές	-21 ετών	22+ ετών	
	N %	N %	N %	N %	N %	N %	
Ναι	186	174	133	227	161	199	360
	78,5	61,9	58,3	78,3	64,7	74,0	69,5
Όχι	51	107	95	63	88	70	158
	21,5	38,1	41,7	21,7	35,3	26,0	30,5
Σύνολο	237	281	228	290	249	269	518
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

τη μελλοντική τους είσοδο στο διαδίκτυο, ένα πρόσθετο κώλυμα θεωρείται το κόστος πρόσβασης (14,7%). Να σημειωθεί, επίσης, ότι ένα όχι αμελητέο ποσοστό, 12%, δεν επιθυμεί να χρησιμοποιήσει το συγκεκριμένο μέσο.

Από την άλλη πλευρά, η πλειονότητα (73,8%) των φοιτητών δηλώνουν ότι άρχισαν τη χρήση του πριν από επτά μήνες και οι υπόλοιποι πριν από έναν έως τους έξι τελευταίους μήνες. Από τους πρώτους, ένα σημαντικό ποσοστό, 30,8%, δηλώνει ότι ξεκίνησε να χρησιμοποιεί το Ίντερνετ πριν από τρία χρόνια. Και σε αυτή την περίπτωση, οι μεγαλύτεροι σε ηλικία φοιτητές έχουν μεγαλύτερη χρονική σχέση με το διαδίκτυο, όπως και οι φοιτητές σε σύγκριση με τις φοιτήτριες.

Ποσοστό 56,7% των φοιτητών δηλώνει ότι χρησιμοποιεί το Ίντερνετ καθημερινά έως 1-2 φορές την εβδομάδα, ενώ το υπόλοιπο 43,3% λιγότερο συχνά. Οι φοιτήτριες το χρησιμοποιούν με στατιστική σημαντικότητα (Chi square test p-value=0,000) «λιγότερο συχνά» (55,2%) σε σχέση με τους συμφοιτητές τους (32,3%), όπως και οι φοιτητές ανθρωπιστικών επιστημών (54,9%) σε σχέση με αυτούς (Chi square test p-value=0,005) των θετικών (36,6%). Όσον αφορά την ηλικία, οι μεγαλύτεροι φοιτητές κάνουν συχνότερη χρήση του μέσου (Chi square test p-value=0,042) (βλ. Πίνακα 2).

Παρόμοια εικόνα εμφανίζεται όσον αφορά τη διάρκεια χρήσης του Ίντερνετ ανά φορά. Η πλειονότητα (55,6%) των φοιτητών δηλώνει ότι το χρησιμοποιεί έως μία ώρα. Ένα ικανό ποσοστό (31%) δηλώνει ότι το χρησιμοποιεί από μία έως δύο ώρες και 13,4% ότι το χρησιμοποιεί για περισσότερο από δύο ώρες. Η σχέση αναφορικά με το φύλο είναι η ίδια όπως και στις προηγούμενες περιπτώσεις, με τους φοιτητές να χρησιμοποιούν

ΠΙΝΑΚΑΣ 2

Συχνότητα χρήσης του διαδικτύου ανά φύλο, επιστήμες και ηλικία

Συχνότητα	Φύλο		Επιστήμες		Ηλικία		Σύνολο
	Άνδρες	Γυναίκες	Ανθρωπιστικές	Θετικές	-21 ετών	22+ ετών	
	N %	N %	N %	N %	N %	N %	
Καθημερινά	43 23,1	24 13,8	23 17,3	44 19,4	22 13,7	45 22,6	67 18,6
3-4 φορές την εβδομάδα	45 24,2	19 10,9	16 12,0	48 21,1	24 14,9	40 20,1	64 17,8
1-2 φορές την εβδομάδα	38 20,4	35 20,1	21 15,8	52 22,9	35 21,7	38 19,1	73 20,3
Λιγότερο συχνά	60 32,3	96 55,2	73 54,9	83 36,6	80 49,7	76 38,2	156 43,3
Σύνολο	186 100,0	174 100,0	133 100,0	227 100,0	161 100,0	199 100,0	360 100,0

το Ίντερνετ για περισσότερο χρόνο από τις συμφοιτήτριές τους (Chi square test p-value=0,042). Όσον αφορά την επιστημονική κατεύθυνση και την ηλικία, δεν παρατηρούνται στατιστικά σημαντικές διαφοροποιήσεις (Chi square test p-value=0,586 και 0,226, αντίστοιχα) (βλ. Πίνακα 3).

ΠΙΝΑΚΑΣ 3

Διάρκεια χρήσης του διαδικτύου ανά φύλο, επιστήμες και ηλικία

Διάρκεια	Φύλο		Επιστήμες		Ηλικία		Σύνολο
	Άνδρες	Γυναίκες	Ανθρωπιστικές	Θετικές	-21 ετών	22+ ετών	
	N %	N %	N %	N %	N %	N %	
Εως 30 λεπτά	27 14,6	36 20,8	19 14,3	44 19,6	29 18,1	34 17,2	63 17,6
31-60 λεπτά	64 34,6	72 41,6	53 39,8	83 36,9	68 42,5	68 34,3	136 38,0
61-120 λεπτά	62 33,5	49 28,3	41 30,8	70 31,1	47 29,4	64 32,3	111 31,0
121 λεπτά ή περισσότερο	32 17,3	16 9,2	20 15,0	28 12,4	16 10,0	32 16,2	48 13,4
Σύνολο	185 100,0	173 100,0	133 100,0	225 100,0	160 100,0	198 100,0	358 100,0

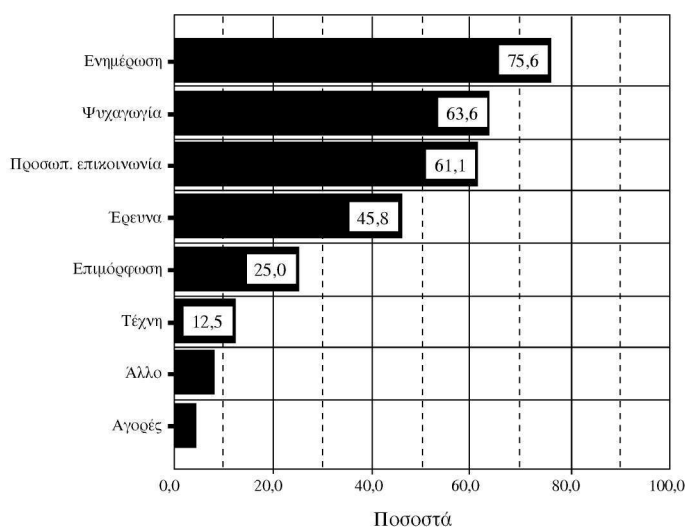
Οι περισσότεροι πάντως (60,6%) επιθυμούν να χρησιμοποιούν το Ίντερνετ περισσότερο από ό,τι κάνουν έως τώρα. Ως βασικούς λόγους της λιγότερης χρήσης του διαδικτύου προέταξαν ότι δεν έχουν τον αναγκαίο χρόνο (43,1%) ή δεν έχουν δικό τους υπολογιστή (26,6%) κι ότι κοστίζει αρκετά (22%).

3.2. WWW για ενημέρωση και αλληλογραφία στα αγγλικά, αλλά προτιμούν τα ελληνικά

Όταν εισέρχονται στο διαδίκτυο, οι περισσότεροι, ποσοστό 87,8%, χρησιμοποιούν τον γνωστό παγκόσμιο ιστό (www: world wide web) και το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail: electronic mail), με ποσοστό 72,2%, και λιγότερο άλλα λογισμικά, όπως η διαδικτυακή αναμετάδοση συζητήσεων (irc: internet relay chat) και το πρωτόκολλο μεταφοράς αρχείων (ftp: file transfer protocol) με αντίστοιχα ποσοστά 25,6% και 13,3%.

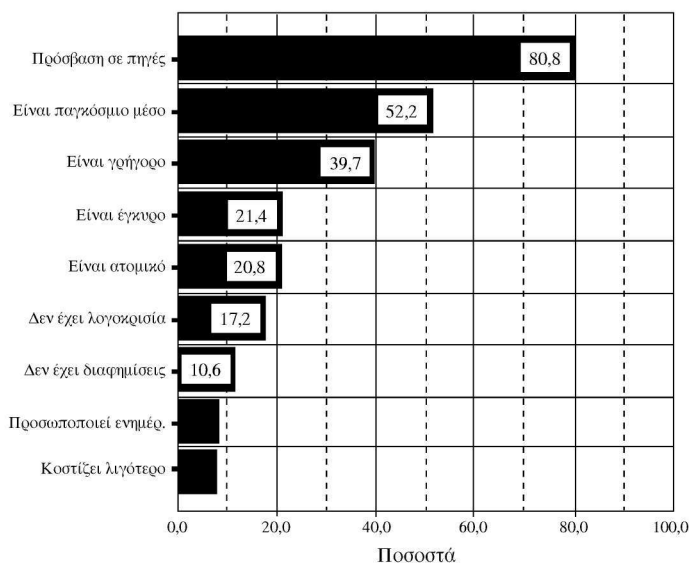
Στο ερώτημα «για ποιους λόγους χρησιμοποιείτε το Ίντερνετ», οι περισσότεροι ερωτηθέντες δήλωσαν ότι το χρησιμοποιούν για ενημέρωση, ψυχαγωγία, προσωπική επικοινωνία και έρευνα. Συγκριτικά λιγότερο το χρησιμοποιούν για επιμόρφωση, τέχνη και αγορές (βλ. Διάγραμμα 1). Γεγονός πάντως είναι ότι τα νέα μέσα συνήθως εκλαμβάνονται από τους χρήστες τους ότι είναι καταλληλότερα για την ικανοποίηση ενημερωτικών αναγκών (Rice, 1993), τάση η οποία εμφανίζεται και στην παρούσα έρευνα.

Διάγραμμα 1
Λόγοι χρήσης του διαδικτύου



Ως κύρια κίνητρα που τους παρωθούν στη χρήση του Ίντερνετ, οι φοιτητές των πανεπιστημίων του λεκανοπεδίου Αττικής θεωρούν ότι δίνει πρόσβαση σε πολλές πηγές και ότι είναι παγκόσμιο μέσο. Δεύτερη κατηγορία κινήτρων είναι ότι είναι γρήγορο, «έγκυρο» και ατομικό στη χρήση. Μικρότερης σημασίας κίνητρα για τη χρήση του διαδικτύου από τους φοιτητές, σύμφωνα με τις απαντήσεις που έδωσαν, είναι ότι δεν λογοκρίνεται, δεν έχει διαφημίσεις, προσωποποιεί την ενημέρωση και κοστίζει λιγότερο από τις εφημερίδες (βλ. Διάγραμμα 2).

Διάγραμμα 2
Κίνητρα χρήσης του διαδικτύου



Οι περισσότεροι επικοινωνούν διαμέσου του Ίντερνετ στα ελληνικά (73,6%) και στα αγγλικά (81,9%) και σπανίως σε άλλη γλώσσα. Παρά το γεγονός ότι οι περισσότεροι χρησιμοποιούν τα αγγλικά στο Ίντερνετ για τις επικοινωνίες τους, θα επιθυμούσαν η γλώσσα του browser που χρησιμοποιούν να είναι στα ελληνικά (86,4%), αν και επί του παρόντος οι browser που χρησιμοποιούν είναι στα αγγλικά.

Στο ερώτημα αν οι διαδικτυακοί τόποι –ενδιαφέρον στοιχείο είναι ότι ελάχιστοι πια φοιτητές δεν γνωρίζουν τι είναι οι διαδικτυακοί τόποι– που χρησιμοποιούν κυρίως είναι στα ελληνικά ή στα αγγλικά, οι περισσότεροι φοιτητές φαίνεται να χρησιμοποιούν και τις δύο περιπτώσεις, αν και λόγω

του γεγονότος ότι η πλειονότητα των διαδικτυακών τόπων είναι στα αγγλικά δίνεται στους τελευταίους ένα λογικό προβάδισμα έναντι των ελληνικών. Σε σχέση, πάντως, με τις προηγούμενες ερωτήσεις περί της επιθυμητής γλώσσας, η εικόνα που σχηματίζεται είναι ότι οι Έλληνες φοιτητές είναι έτοιμοι να υποδεχτούν περισσότερους ελληνικούς διαδικτυακούς τόπους. Είναι εμφανές ότι ο καλύτερος τρόπος ανάπτυξης του ελληνικού διαδικτύου είναι το περιεχόμενό του να είναι γραμμένο στα ελληνικά.

Αυτή η εικόνα βεβαίως δεν αποτελεί ελληνικό φαινόμενο. Αξίζει να σημειωθεί ότι σήμερα το 43% των χρηστών του Ίντερνετ δεν είναι αγγλόφωνοι, και το ποσοστό αυτό αναμένεται να αυξηθεί στο 57% έως το 2005. Ωστόσο, σε πολλές χώρες του κόσμου πολλοί άνθρωποι ομιλούν και καταλαβαίνουν μια δεύτερη/ξένη γλώσσα και μπορούν να πλοηγηθούν στις ιστοσελίδες του. Αυτό ισχύει ιδίως στην Ευρώπη και, σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία του Ευρωβαρόμετρου, ένα πολύ μεγάλο ποσοστό των πολιτών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ιδίως της βόρειας Ευρώπης, ομιλεί μια ξένη γλώσσα. Μπορεί βέβαια τα αγγλικά να είναι η μητρική γλώσσα μόνον του 16% των πολιτών της ΕΕ, αλλά τουλάχιστον το ένα τρίτο των Ευρωπαίων, σύμφωνα με τα στοιχεία, μπορεί να συνομιλήσει και να διαβάσει αγγλικά καλά, ενώ τουλάχιστον οι μισοί μπορούν να συνεννοηθούν στα αγγλικά. Τα στοιχεία αυτά δείχνουν γιατί και στην ΕΕ τα αγγλικά αποδεικνύονται η βασική γλώσσα της διαδικτυακής επικοινωνίας. Αντίθετα, τα γερμανικά που είναι η μητρική γλώσσα του 24% των πολιτών της ΕΕ αποτελούν τη δεύτερη γλώσσα μόνον του 8% των Ευρωπαίων (Καθημερινή, 2001). Βεβαίως, δεν θα πρέπει να λησμονούμε ότι οι συνήθεις χρήστες του Ίντερνετ είναι τα νεαρά άτομα, κυρίως άρρενες, και έχουν υψηλότερα επίπεδα μόρφωσης από το μέσο όρο του πληθυσμού. Υπό αυτή την έννοια, τα αγγλικά διαθέτουν ένα ακόμη πλεονέκτημα που τα καθιστά την κυρίαρχη γλώσσα στο Ίντερνετ.

3.3. Πρόσβαση κυρίως από τις διαδικτυακές πύλες

Περίπου οι μισοί φοιτητές (48%) χρησιμοποιούν τις διαδικτυακές πύλες για να «μπουν στο Ίντερνετ». Στην πράξη, με στατιστικά σημαντική διαφοροποίηση (Fisher's exact test p -value=0,034), η πλειονότητα των φοιτητών (53,6%) είναι εκείνοι που χρησιμοποιούν τις διαδικτυακές πύλες για να εισέλθουν στον κυβερνοχώρο και λιγότερο οι φοιτήτριες (42,1%). Όσον αφορά την ηλικία και τις επιστήμες που σπουδάζουν οι φοιτητές, αυτές δεν επηρεάζουν τη χρήση των διαδικτυακών πυλών. Τα ευρήματα αυτά είναι ενδιαφέροντα για τους φορείς των διαδικτυακών πυλών, καθώς και οι λόγοι τους οποίους οι φοιτητές των Πανεπιστημίων των

Αθηνών προβάλλουν για τη χρήση των διαδικτυακών πυλών. Οι περισσότεροι, λοιπόν, χρησιμοποιούν τις διαδικτυακές πύλες γιατί κάνουν την πλοήγηση εύκολη (64,7%) και συγκεντρώνουν πολλές πληροφορίες (38,8%). Άλλοι λόγοι είναι ότι δεν γνωρίζουν άλλον τρόπο πρόσβασης (18,8%), επειδή είναι στα ελληνικά (12,4%) και, τέλος, επειδή προσφέρουν δωρεάν υπηρεσίες (12,4%).

Παρά το γεγονός ότι οι φοιτητές χρησιμοποιούν σχετικά συχνά ή και θα ήθελαν να χρησιμοποιούν ακόμη συχνότερα το Ίντερνετ, ποσοστό 88,8% από αυτούς δεν έχουν προσωπική σελίδα. Κι ακόμη πιο σημαντικό στοιχείο είναι ότι τους περισσότερους (69,2%) δεν τους ενδιαφέρει να δημιουργήσουν την προσωπική τους σελίδα στο διαδίκτυο. Άλλοι –λιγότερο σημαντικοί– λόγοι είναι ότι δεν ξέρουν πώς να τη φτιάξουν (22,6%) ή δεν έχουν το δικό τους ηλεκτρονικό υπολογιστή (17,3%).

3.4. Όχι τόσο ασφαλές για αγορές και ενδιαφέρον για παράνομο περιεχόμενο

Μπορεί οι φοιτητές να χρησιμοποιούν το Ίντερνετ για διάφορους λόγους, όμως το 95,3% από αυτούς δεν αγοράζουν προϊόντα διαμέσου αυτού. Οι λόγοι της μη χρήσης μιας από τις βασικές λειτουργίες του διαδικτύου, δηλαδή του ηλεκτρονικού εμπορίου, είναι ότι δεν ήταν σίγουροι για την ασφάλεια της συναλλαγής (62,1%) και έκριναν ότι δεν είχαν τις απαραίτητες εγγυήσεις (56,9%).

Επιπλέον, ένα σημαντικό ποσοστό, 55,6%, των φοιτητών δηλώνουν ότι ενδιαφέρονται να έχουν πρόσβαση σε παράνομο περιεχόμενο που κυκλοφορεί στις ιστοσελίδες του διαδικτύου. Σημειώνεται μάλιστα ότι οι φοιτητρίες εκδήλωσαν περισσότερο ενδιαφέρον από τους φοιτητές με αντίστοιχα ποσοστά 73,4% και 39%, διαφοροποίηση που παρατηρείται με στατιστική σημαντικότητα (Fisher's exact test p -value=0,000). Επίσης, οι μικρότεροι σε ηλικία φοιτητές φαίνεται να έχουν εντονότερη περιέργεια για τέτοιου είδους ιστοσελίδες από τους μεγαλύτερους φοιτητές (Fisher's exact test p -value=0,052), ενώ οι διαφορετικές επιστήμες που σπουδάζουν δεν επηρεάζουν τη συγκεκριμένη εκδήλωση ενδιαφέροντος (Fisher's exact test p -value=0,437) (βλ. Πίνακα 4).

ΠΙΝΑΚΑΣ 4

Ενδιαφέρον για πρόσβαση σε ιστοσελίδες με παράνομο περιεχόμενο ανά φύλο, επιστήμες και ηλικία

Ενδιαφέρον πρόσβασης	Φύλο		Επιστήμες		Ηλικία		Σύνολο
	Άνδρες	Γυναίκες	Ανθρωπιστικές	Θετικές	-21 ετών	22+ ετών	
	N	N	N	N	N	N	
	%	%	%	%	%	%	%
Ναι	71	124	76	119	97	98	195
	39,0	73,4	58,5	53,8	61,4	50,8	55,6
Όχι	111	45	54	102	61	95	156
	61,0	26,6	41,5	46,2	38,6	49,2	44,4
Σύνολο	182	169	130	221	158	193	351
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

4. ANTI EΠΙΛΟΓΟΥ

Οι φοιτητές των πανεπιστημιακών σχολών της Αθήνας χρησιμοποιούν το Ίντερνετ κυρίως για να ενημερωθούν, κάτι που αντανακλά και τη δυνατότητα που προσφέρει το μέσο αυτό για την ενεργό συμμετοχή των χρηστών, που παράλληλα τους προσφέρει τη δυνατότητα για μεγαλύτερη συμμετοχή, χρήση και επιλεκτικότητα σε σχέση με τα άλλα μέσα επικοινωνίας. Βεβαίως, από την παρούσα έρευνα δεν αναδύεται το είδος ενημέρωσης και πληροφόρησης που αναζητούν από τη χρήση του διαδικτύου. Μια μεταγενέστερη έρευνα θα μπορούσε να εστιάσει στο είδος της ενημέρωσης που επιζητούν οι χρήστες του Ίντερνετ ή στις διαφορές τις οποίες οι χρήστες αντιλαμβάνονται ότι υπάρχουν μέσα από τα διάφορα είδη ενημέρωσης και πληροφόρησης που κυκλοφορούν στο διαδίκτυο. Παρομοίως, θα μπορούσαν να διερευνηθούν οι χρήσεις της ενημέρωσης που προέρχονται από το διαδίκτυο και ο βαθμός στον οποίο ικανοποιούν τις ανάγκες των χρηστών. Θα ήταν ενδιαφέρον, για παράδειγμα, να διερευνηθεί εάν οι άνθρωποι προβαίνουν σε διακρίσεις ανάμεσα στο ενημερωτικό και το ψυχαγωγικό περιεχόμενο που διατίθεται από τις σελίδες και πύλες του παγκόσμιου ιστού.

Αν και η αναζήτηση της ενημέρωσης ή των πληροφοριών προϋποθέτει μια εργαλειώδη χρήση του μέσου, η διαπροσωπική χρησιμότητα του διαδικτύου δεν αναδύθηκε από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων. Η γενική εικόνα που μας δόθηκε ήταν ότι οι φοιτητές των πανεπιστημιακών σχολών της Αθήνας βρίσκονται σε ένα πρώτο στάδιο εξοικείωσης και χρήσης με το νέο αυτό μέσο. Αυτό είναι μάλλον φυσιολογικό, καθώς το Ίντερνετ στην Ελλάδα μόνον τα τελευταία τρία χρόνια έχει εμφανίσει σημεία ικα-

νοποιητικής ανάπτυξης, ενώ στους Έλληνες φοιτητές δεν προσφέρονται οι ίδιες δυνατότητες όπως στους συναδέλφους τους σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες ή στις ΗΠΑ, όπου έχουν μεγαλύτερη δυνατότητα πρόσβασης τόσο στο διαδίκτυο όσο και στους ηλεκτρονικούς υπολογιστές, κατάσταση για την οποία βεβαίως οι φοιτητές είναι οι μόνοι που δεν ευθύνονται. Η δυνατότητα πρόσβασης των Ελλήνων φοιτητών σε σύγκριση με τους συναδέλφους τους στο εξωτερικό είναι ακόμη πιο δυσχερής, καθώς η πρόσβαση στο νέο αυτό μέσο είναι σαφώς πιο ακριβή σε κόστος στη χώρα μας σε σχέση με άλλες αναπτυγμένες χώρες.

Από την άλλη πλευρά, οι Έλληνες φοιτητές είναι όχι μόνον θετικοί, αλλά στην πράξη, όπως φαίνεται από τις απαντήσεις τους, αρκετά δεκτικοί στο νέο αυτό μέσο επικοινωνίας. Είναι μάλλον ζήτημα άμεσης διερεύνησης για όλους τους ενδιαφερόμενους φορείς οι τρόποι με τους οποίους θα προσελκύσουν το συγκεκριμένο κοινό, που στην πράξη θα αποτελέσει το βασικό, και –γιατί όχι;– το πιο σημαντικό, κοινό των μέσων επικοινωνίας κατά την επόμενη δεκαετία.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Adoni H., 1979, «The functions of mass media in the political socialization of adolescents», *Communication Research*, vol. 6, σ. 84-106.
- Baran S. και Denis D.K., 1995, *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, Future*, Belmont, California, Wadsworth Publications.
- Cochran W.G., 1977, *Sampling Techniques*, 3rd edition, John Wiley and Sons.
- Cutler N.E. και Danowski J.A., 1980, «Process gratification of mass communication for aging cohorts», *Journalism Quarterly*, vol. 57, σ. 269-276.
- Dobos J., 1992, «Gratification models of satisfaction and choice of communication channels in organizations», *Communication Research*, vol. 19, σ. 29-51.
- Flanagin A.J. και Metzger M.J., 2001, «Internet use in the contemporary media environment», *Human Communication Research*, vol. 27, σ. 153-181.
- Fulk et al. (Flanagin A.J., Kalman M., Monge P.R. και Ryan T.), 1996, «Connective and communal public goods in interactive communication systems», *Communication Theory*, vol. 6, σ. 60-87.
- Fulk J. και DeSantis G., 1995, «Electronic communication and changing organizational forms», *Organization Science*, vol. 6, σ. 337-349.
- Καθημερινή*, 2001, «Γλωσσικό... ολιγοπώλιο στην Ε.Ε.», 8 Ιουλίου: 67.
- Katz E., Blumler J.G. και Gurevitch M., 1974, «Utilization of mass communication by the individual», στο Blumler J.G. και Katz E. (eds), *The Uses of Mass Communication*, Beverly Hills, Sage, σ. 19-32.

- Kiesel S., Siegel J. και McGuire T.W., 1984, «Social psychological aspects of computer-mediated communication», *American Psychologist*, vol. 39, σ. 1123-1134.
- Papaharissi Z. και Rubin A.M., 2000, «Predictors of Internet use», *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, vol. 44, no 2, σ. 175-196.
- Perse E.M. και Courtight J.A., 1993, «Normative images of communication media: mass and interpersonal channels in the new media environment», *Human Communication Research*, vol. 19, σ. 485-503.
- Παπαθανασόπουλος Σ., 2000, *Η τηλεόραση και το κοινό της*, Αθήνα, Καστανιώτης.
- Rayburn J.D. και Palmgreen P., 1984, «Merging uses and gratifications and expectancy value theory», *Communication Research*, vol. 11, σ. 537-562.
- Rice R.E., 1993, «Media appropriateness: Using social presence theory to compare traditional and new organizational media», *Human Communication Research*, vol. 19, σ. 451-484.
- Rogers E., 1986, *Communication Technology: The New Media in Society*, New York, Free Press.
- Rubin A.M., 1994, «Media uses and effects: A uses gratifications perspective», στο Bryant J. και Zilmann D. (eds), *Media Effects: Advances in Theory and Research Gap*, Hillsdale, NJ, Erlbaum, σ. 417-436.
- Williams F. και Rice R.E., 1983, «Communication research and the new media technologies», *Communication Yearbook*, vol. 7, σ. 200-224.
- William F., Stover S. και Gant A.E., 1994, «Social aspects of new media technologies», στο Bryant J. και Zilmann D. (eds), *Media Effects: Advances in Theory and Research Gap*, Hillsdale, NJ, Erlbaum, σ. 463-482.