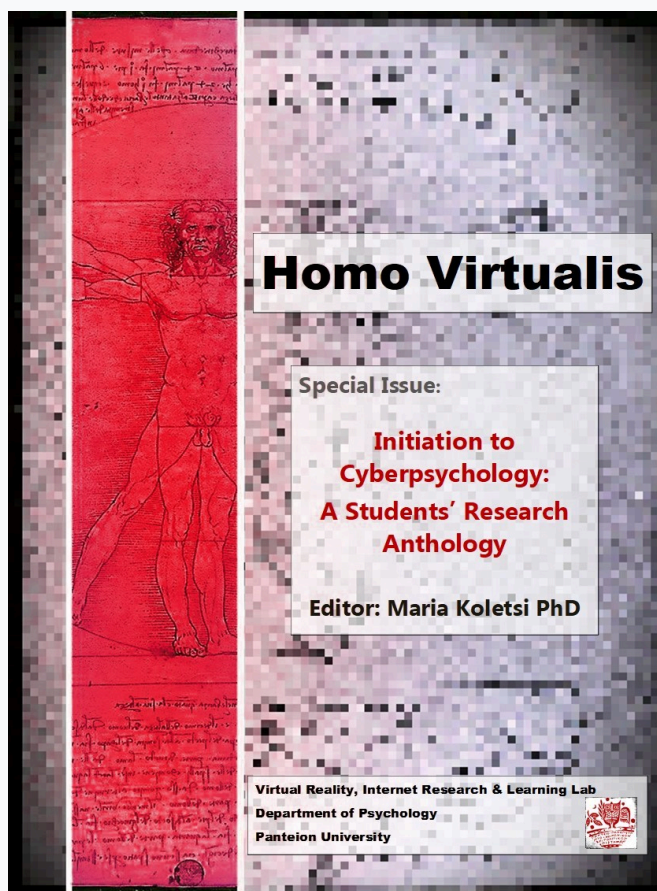


# Homo Virtualis

Vol 5, No 1 (2022)

Special Issue: Initiation to Cyberpsychology: A Students' Research Anthology



## The construction and deconstruction of identity on the Internet

*Evangelia Maria Gerogianni, Georgia Koupriza, Evangelia Merkouri, Ioulia Anna Prifti*

doi: [10.12681/homvir.30315](https://doi.org/10.12681/homvir.30315)

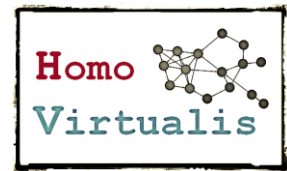
Copyright © 2022, Evangelia Maria Gerogianni, Georgia Koupriza, Evangelia Merkouri, Ioulia Anna Prifti



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

### To cite this article:

Gerogianni, E. M. ., Koupriza, G., Merkouri, E. ., & Prifti, I. A. . (2022). The construction and deconstruction of identity on the Internet. *Homo Virtualis*, 5(1), 12–31. <https://doi.org/10.12681/homvir.30315>



## The construction and deconstruction of identity on the Internet

**Evangelia-Maria Gerogianni<sup>1</sup>, Georgia Koupriza<sup>2</sup>, Evangelia  
Merkouri<sup>3</sup>, Ioulia-Anna Prifti<sup>4</sup>**

**Abstract:** The construction and deconstruction of identity is a significant issue, which has been studied extensively throughout the years and from various perspectives. However, during the past decades the scientific community has become particularly interested in this process's unfolding and taking place to a remarkable extent within the Internet. The current research aims to investigate some key factors related to the construction of new identities in the context of the increased use of the Internet. Specifically, based on the two main research hypotheses that were raised, the notion of self-perception and that of educational level were studied in the first and in the second case respectively. For this purpose, quantitative research was carried out with the aid of a questionnaire, involving a total of 154 people, the majority of whom are women. Through statistical analysis, it was found that there is a statistically significant correlation between internet usage and identity construction. However, the effect of low self – perception and low level of education combined with the use of the Internet was found statistically insignificant in terms of identity construction.

**Keywords:** internet, new technology, identity, self – perception, level of education

---

<sup>1</sup> Undergraduate student, Department of Psychology, Panteion University of Social and Political Sciences, marilinagerogianni@gmail.com

<sup>2</sup> Undergraduate student, Department of Psychology, Panteion University of Social and Political Sciences, georgiakoupriza@gmail.com

<sup>3</sup> Undergraduate student, Department of Psychology, Panteion University of Social and Political Sciences, evangeliamerkouri@gmail.com

<sup>4</sup> Undergraduate student, Department of Psychology, Panteion University of Social and Political Sciences, tzouliannaprft14@gmail.com



## Η κατασκευή και αποδόμηση της ταυτότητας στο διαδίκτυο

Ευαγγελία-Μαρία Γερογιάννη<sup>1</sup>, Γεωργία Κούπριζα<sup>2</sup>, Ευαγγελία  
Μερκούρη<sup>3</sup>, Ιουλία-Άννα Πρίφτη<sup>4</sup>

**Περίληψη:** Η κατασκευή και αποδόμηση της ταυτότητας καθίσταται ένα σημαντικό ζήτημα που έχει μελετηθεί εκτενώς διαχρονικά και από διάφορες εκφάνσεις. Ωστόσο, τις τελευταίες δεκαετίες η επιστημονική κοινότητα έχει στρέψει το βλέμμα ιδιαίτερα στον τρόπο με τον οποίο η διαδικασία αυτή εκτυλίσσεται και πραγματοποιείται πλέον σε αξιοσημείωτο βαθμό στα πλαίσια του διαδικτύου. Ο στόχος της τρέχουσας έρευνας καθίσταται η διερεύνηση κάποιων βασικών παραγόντων, οι οποίοι σχετίζονται με την κατασκευή νέων ταυτοτήτων στο πλαίσιο της αυξημένης χρήσης του διαδικτύου. Συγκεκριμένα, μέσω των δύο βασικών ερευνητικών υποθέσεων, που τέθηκαν, μελετήθηκε στην πρώτη περίπτωση η έννοια της αυτό - αντίληψης και στην δεύτερη αυτή του μορφωτικού επιπέδου. Για τον σκοπό αυτό διεξήχθη μία ποσοτική έρευνα μέσω ερωτηματολογίου, στο οποίο έλαβαν συμμετοχή συνολικά 154 άτομα, η πλειοψηφία των οποίων είναι γυναίκες. Μέσω της στατιστικής ανάλυσης βρέθηκε ότι υπάρχει μια στατιστικά σημαντική συνάφεια μεταξύ της χρήσης του ίντερνετ και της κατασκευής ταυτότητας. Ωστόσο, η επίδραση της χαμηλής αυτό - αντίληψης και του χαμηλού μορφωτικού επιπέδου σε συνδυασμό με την χρήση του διαδικτύου βρέθηκε στατιστικά ασήμαντη όσον αφορά την κατασκευή ταυτότητας.

**Λέξεις-κλειδιά:** διαδίκτυο, νέες τεχνολογίες, ταυτότητα, αυτό - αντίληψη, επίπεδο μόρφωσης

---

<sup>1</sup> Προπτυχιακή φοιτήτρια, Τμήμα Ψυχολογίας, Πάντειο Πανεπιστήμιο, marilinagerogianni@gmail.com

<sup>2</sup> Προπτυχιακή φοιτήτρια, Τμήμα Ψυχολογίας, Πάντειο Πανεπιστήμιο, georgiakoupriza@gmail.com

<sup>3</sup> Προπτυχιακή φοιτήτρια, Τμήμα Ψυχολογίας, Πάντειο Πανεπιστήμιο, evangeliamerkouri@gmail.com

<sup>4</sup> Προπτυχιακή φοιτήτρια, Τμήμα Ψυχολογίας, Πάντειο Πανεπιστήμιο, tzouliannaprft14@gmail.com

## Εισαγωγή

Μετράμε ήδη αρκετές δεκαετίες, κατά την διάρκεια των οποίων το διαδίκτυο αποτελεί ακρογωνιαίο λίθο της ζωής μας. Η ριζική αλλαγή πραγματοποιήθηκε στο τέλος του 19ου αιώνα με τον ερχομό της βιομηχανικής επανάστασης και κυρίως τον 20ο αιώνα, κατά τον οποίο «ήρθαν στο φως» πληθώρα τεχνολογικών επιτευγμάτων και εργαλείων που τροφοδότησαν την άμεση επικοινωνία και την επαφή, καταργώντας την αίσθηση της απόστασης στο χωρόχρονο.

Βιώνοντας, λοιπόν, την πιο σύγχρονη και εξελιγμένη τεχνολογικά μορφή της κοινωνίας μας, διαπιστώνουμε ότι το διαδίκτυο έχει εισβάλλει στην καθημερινότητά μας, αγγίζοντας το φάσμα της προσωπικής ζωής υπό το πρίσμα της επικοινωνίας, της ψυχαγωγίας, της ενημέρωσης και της εργασίας. Βέβαια, το γεγονός αυτό δεν θα αποτελούσε άξιο θέμα προβληματισμού αν το διαδίκτυο εξυπηρετούσε καθαρά πρακτικούς σκοπούς χωρίς να υπάρχει επίδραση στην πνευματική και κοινωνική υπόσταση του ατόμου. Αναντίρρητα, το διαδίκτυο έχει κεφαλαιώδη σημασία στην διαμόρφωση αλλά και στην ανακατασκευή της ήδη υπάρχουσας ταυτότητας. Στο σημείο αυτό, λοιπόν, τίθεται το εξής εύλογο ερώτημα: «Άραγε η ταυτότητά μας είναι ένα κληρονομικό απόκτημα ή μία δυναμική και εύπλαστη απεικόνιση του εαυτού μας;». Η απάντηση στο ερώτημα αυτό είναι σαφής, καθώς η έννοια της ταυτότητας είναι από μόνη της πολυδιάστατη.

Η ταυτότητα είναι ρευστή και εύθραυστη, προσαρμόζεται, αλλάζει και λαμβάνει «χαμαιλεοντικές» διαθέσεις ανάλογα με το τι μας συμφέρει και με το τι θέλουμε από τη ζωή μας (βλ. Hogg & Vaughan, 2010, σχετικά με τον εαυτό και την ταυτότητα). Το διαδίκτυο και ειδικότερα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έρχονται και τελειοποιούν τη θεωρία περί επιρροής πολύ εύστοχα, καθώς πλέον έχουμε διαμορφώσει μέσα σε αυτά ένα φιλικό κύκλο, ένα εργασιακό κύκλο και είναι σαφώς ένας χώρος συστηματικής διαντίδρασης, στο πλαίσιο του οποίου αυτοπαρουσιαζόμαστε συνεχώς χωρίς να έχουμε ηθικούς φραγμούς ή όρια που να μας συγκρατούν. Μέσα από την τοποθέτηση της ταυτότητάς μας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αυτόματα ενεργοποιείται η λειτουργία του τρόπου που αντιλαμβανόμαστε τον εαυτό μας ως εξωτερικό τρίτο πρόσωπο και του τρόπου που θα επιθυμούσαμε να μας αντιλαμβάνονται οι άλλοι. Πιο συγκεκριμένα, είναι μια φανταστική κατασκευή της ταυτότητας μας, η οποία όμως υποσυνείδητα επηρεάζει την αυθεντική υπόσταση του «είναι» μας και εν τέλει καταλήγουμε στο να ταυτιστούμε με αυτήν, οικειοποιώντας μια διαδικτυακή «περσόνα», την οποία εμείς οι ίδιοι δημιουργήσαμε για να μπορέσουμε να ανταπεξέλθουμε στις ανάγκες και τις απαιτήσεις του δυνητικού χώρου. Την μεγαλύτερη και πιο έντονη επιρροή στον τομέα της κατασκευής ταυτοτήτων θα την συναντήσουμε στο στάδιο της εφηβείας και γενικότερα στους νέους της σύγχρονης γενιάς, οι οποίοι πλέον έχουν σχηματίσει μια πραγματικότητα περισσότερο “εικονική” από ότι ρεαλιστική, θα έλεγε κανείς. Οι έφηβοι βιώνουν εξ’ ολοκλήρου μια δαιδαλώδη ψηφιοποίηση όλων των κοινωνικών τους δραστηριοτήτων, πράγμα το οποίο τους επιτρέπει σαφώς να πειραματιστούν και, γιατί όχι, να υποδυθούν κάποια άλλη ταυτότητα μέσα από το προστατευμένο προσωπίο της οθόνης του υπολογιστή ή του κινητού τους. Σε αυτό το σημείο, λοιπόν, κρίνεται ωφέλιμο να αναρωτηθούμε αν υπάρχουν κάποιοι καθοριστικοί παράγοντες, οι οποίοι σε συνδυασμό με τη χρήση της νέας τεχνολογίας θα μπορούσαν να οδηγήσουν στην κατασκευή αλλά και στην αποικοδόμηση των

ταυτοτήτων μας. Σαφώς, η αυτό - αντίληψη και η εκπαίδευση είναι από τους βασικούς παράγοντες για την κατασκευή νέων και την αποικοδόμηση των υπαρχουσών ταυτοτήτων. Εν συνεχεία, το ενδιαφέρον στρέφεται στα εξής δύο κύρια ερωτήματα της έρευνάς μας: «Υφίσταται η κατασκευή νέων ταυτοτήτων λόγω αυξημένης χρήσης των νέων τεχνολογιών, επειδή αυτή συνδέεται με την χαμηλή αυτό - αντίληψη του ατόμου;», καθώς επίσης και «υφίσταται η κατασκευή νέων ταυτοτήτων λόγω αυξημένης χρήσης των σύγχρονων τεχνολογιών, επειδή αυτή συνδέεται με το χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης;».

Η κατασκευή της ταυτότητάς μας, σύμφωνα και με ήδη υπάρχουσες μελέτες, φαίνεται πράγματι ότι επηρεάζεται από το πώς βλέπουμε τον εαυτό μας, τι πιστεύουμε για εμάς τους ίδιους, αλλά και τι νομίζουν οι άλλοι για εμάς. Από την άλλη πλευρά, το επίπεδο εκπαίδευσης διαδραματίζει εξίσου καίριο ρόλο στο βαθμό ουσιαστικά που θα επηρεαστούμε, αλλά και θα επηρεάσουμε σε σχέση με την ολοκληρωμένη δόμηση της ταυτότητας. Επομένως, ως υποθέσεις για τη μελέτη που πραγματοποιήσαμε θέσαμε τις εξής δύο: 1. Η αυξημένη χρήση των νέων τεχνολογιών και ιδιαίτερα του διαδικτύου οδηγεί στην κατασκευή μίας νέας ταυτότητας, επειδή το άτομο χαρακτηρίζεται από χαμηλή αυτό - αντίληψη. 2. Η αυξημένη χρήση των νέων τεχνολογιών και ιδιαίτερα του διαδικτύου οδηγεί στην κατασκευή μίας νέας ταυτότητας, επειδή το άτομο διαθέτει χαμηλό επίπεδο μόρφωσης.

### **Βιβλιογραφική επισκόπηση**

Το «Ίντερνετ των ανθρώπων» αποτελεί το ίντερνετ με τη μορφή που το βιώνουμε σήμερα. Στη διάρκεια της περιόδου προσαρμογής του διαδικτύου στην καθημερινότητα μας υπήρχε έντονη σύγκριση και αντιπαράθεση μεταξύ του πρώιμου τεχνολογικού «καθεστώτος» και της ρηξικέλευθης και άκρως βελτιωμένης παρουσίας του (Φρυδάς, 2018). Το διαδίκτυο ουσιαστικά πρόσφερε πρωτόγνωρη ελευθερία για απρόσκοπτη, ακηδεμόνευτη ελευθερία πρόσβασης σε κάθε περιεχόμενο. Αυτό πραγματοποιήθηκε αφενός με το «κινητό ίντερνετ», το οποίο προσδίδει μια σταθερή και συνεχόμενη online κατάσταση των χρηστών στο διαδίκτυο, η οποία επιτυγχάνεται μέσω του κινητού τους και αφετέρου με το «ίντερνετ των πραγμάτων», όπου η σύνδεση είναι ασύρματη για δεκάδες συσκευές (Φρυδάς, 2018). Το «κύμα» του κινητού ίντερνετ ξεκίνησε το 2000, όταν το άλλο «κύμα» του σταθερού ίντερνετ είχε πλέον ωριμάσει. Η διαφορά των δύο «κυμάτων» είναι ότι στο μεν ένα «ο χρήστης πάει στη συσκευή», ενώ στο άλλο «η συσκευή πάει με το χρήστη» (Evans, 2012 όπως αναφέρεται στο Φρυδάς, 2018, σ. 44). Το 2020 το 60% του παγκοσμίου πληθυσμού είναι online. Λαμβάνοντας, λοιπόν, υπόψη την έρευνα της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής (2017) για την χρήση των τεχνολογιών από άτομα και νοικοκυριά με σκοπό την επικοινωνία και την πληροφόρηση, διαφαίνεται ξεκάθαρα πως η χρήση των ηλεκτρονικών υπολογιστών είναι άμεσα συνυφασμένη, αλλά και θετικά συσχετισμένη με τη χρήση του διαδικτύου. Πράγματι, το 64.2% του παγκόσμιου πληθυσμού κάνει χρήση του διαδικτύου, και πιο συγκεκριμένα στην Ευρώπη το 87.1% είναι διαδικτυακοί χρήστες (Internet World Stats, 2021). Τα στοιχεία αυτά μας αποδεικνύουν ότι το διαδίκτυο είναι πλέον ένα αναπόσπαστο τμήμα της καθημερινότητάς μας αγγίζοντας το φάσμα της

προσωπικής μας ζωής υπό το πρίσμα της επικοινωνίας, της ψυχαγωγίας, της ενημέρωσης, της προσωπικής μας έκφρασης αλλά και της εργασίας.

Βάσει του ρόλου που διαδραματίζει η τεχνολογία του διαδικτύου, στη σημερινή εποχή, αναδείχθηκαν εκτενέστερα τα μέσα και οι ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης, τα οποία αποτελούν σήμερα τις νέες μορφές ηλεκτρονικής αλληλεπίδρασης. Όπως αναφέρουν μάλιστα οι Gunawardena κ.α. (2009, σ. 4) ορίζουν την κοινωνική δικτύωση ως «την πρακτική της επέκτασης της γνώσης μέσα από τη δημιουργία συνδέσεων με άτομα με παρόμοια ενδιαφέροντα». Πάνω στον ίδιο άξονα, ο Manuel Castells (2004) αναφέρει πως η πληροφορία μπορεί να ανασυνδυάζεται και να αναμεταδίδεται μέσα από μια παγκόσμια διαδραστική επικοινωνία, στο κέντρο της οποίας βρίσκεται το Διαδίκτυο (όπως αναφέρεται στο Κορωναίου, 2021). Ο Castells (2000, σ. 15) παρατηρεί ότι «η έννοια της κοινωνικής δικτύωσης αποτελεί πολύ παλιά μορφή κοινωνικής οργάνωσης. Τα κοινωνικά δίκτυα παίρνουν νέα μορφή στην πληροφοριακή εποχή καθώς γίνονται πληροφοριακά δίκτυα, που ενισχύονται από νέες πληροφοριακές τεχνολογίες». Η ευελιξία αυτών των δικτύων, παρατηρεί ο Castells επιτρέπει στους ανθρώπους να αλληλεπιδρούν μεταξύ ταυτόχρονα ή σε διαφορετικούς χρόνους, σε παγκόσμια κλίμακα (Castells, 2000; βλ. επίσης Κορωναίου, 2021). Πιο συγκεκριμένα, όμως, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ορίζονται (Boyd & Ellison, 2008, σ. 211) ως «υπηρεσίες ιστού που επιτρέπουν στους χρήστες τους την κατασκευή δημόσιων ή ημι-δημόσιων προφίλ σε ένα οριοθετημένο σύστημα, να διαμορφώνουν λίστες χρηστών με τους οποίους μοιράζονται συνδέσεις και να βλέπουν αυτή την λίστα συνδέσεων όπως και εκείνες που δημιουργούνται από άλλους μέσα στο σύστημα» (βλ. επίσης Κορωναίου, 2021). Γενικότερα, αντιλαμβανόμαστε πως το διαδίκτυο αλλά και ειδικότερα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι παντού στην καθημερινότητά μας και μάλιστα από ιδιαίτερα μικρή ηλικία. Πιο συγκεκριμένα, σε εθνικό επίπεδο έρευνες (Αθηναϊκό Πρακτορείο Ειδήσεων, 2018) δείχνουν πως τουλάχιστον 5.000.000 Έλληνες διαθέτουν κάποιο προφίλ στο Facebook και έτσι κατανέμεται στο πιο δημοφιλές μέσο κοινωνικής δικτύωσης. Ωστόσο, και σε ευρωπαϊκό επίπεδο και ιδιαίτερα στα παιδιά παρατηρείται έντονη χρήση των σύγχρονων τεχνολογικών μέσων. Μάλιστα βάση ερευνών που πραγματοποιήθηκαν στο Ηνωμένο Βασίλειο, έχει γίνει εμφανές πως το 53% των παιδιών ηλικίας 3-4 ετών χρησιμοποιούν υπολογιστές και είναι συνδεδεμένα στο διαδίκτυο (Summers, κ.ά., 2008, όπως αναφέρεται σε Harley, κ.α., 2018, σ. 24)· και το 23% αυτών των παιδιών της ίδιας ηλικίας διαθέτουν και κινητό (OfCom, 2016, όπως αναφέρεται σε Harley, κ.α., 2018, σ. 24). Αντίστοιχη κατάσταση επικρατεί και με τους εφήβους της ίδιας γενιάς καθώς φαίνεται πως το 77% των παιδιών ηλικίας 12-15 ετών διαθέτουν κινητό τηλέφωνο και το 76% μάλιστα έχει προσωπικό προφίλ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, καθώς επίσης το 45% αυτών ανεβάζουν φωτογραφίες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης καθημερινά. Η χρήση του διαδικτύου στο σύνολό του, που κάνουν τα παιδιά ηλικίας 5-15 ετών είναι τουλάχιστον 5 ώρες καθημερινά και κατά κύριο λόγο χωρίς γονεϊκή επίβλεψη, γεγονός που τα εισάγει δυναμικά στον κοινωνικό κόσμο και την κοινωνική αλληλεπίδραση του διαδικτύου (Ofcom, 2016, όπως αναφέρεται σε Harley, κ.α., 2018, σ. 24). Πάνω στην ίδια λογική έχουν πραγματοποιηθεί έρευνες και στην Ευρώπη, στη Βόρεια Αμερική, στην Αυστραλία αλλά και στην Ασία (ACMA, 2013, Lenhart, 2015, Livingstone, κ.ά., 2011d, όπως αναφέρεται σε Harley, κ.α., 2018, σ.

24). Επομένως, σε όλες τις ηλικιακές ομάδες η χρήση του διαδικτύου, των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και όλων των άλλων ψηφιακών δομών που καθημερινά έχουμε πρόσβαση συμβάλλει στην ανάπτυξη νέων δεξιοτήτων, την κοινωνική και ηθική αυτό-βελτίωση τους και την υιοθέτηση αρχών περί αποδεκτής διαδικτυακής συμπεριφοράς (Harley κ.ά., 2018). Η αλληλεπίδραση μεταξύ των χρηστών και της πλατφόρμας θεωρείται ένα είδος αυτοαποκάλυψης που εξηγεί πώς το σύνολο των ενεργειών και των συνηθειών δημιουργούνται και προσδιορίζονται από τα τεχνολογικά μέσα. Τα κοινωνικά δίκτυα έχουν κατασκευαστεί έτσι ώστε να καθοδηγούν τα άτομα να υιοθετήσουν συγκεκριμένες ταυτότητες και τρόπους συμπεριφοράς. Μέσω της αυτό-παρουσίασης στις πλατφόρμες κάθε χρήστης διαμορφώνει μία προσωπική ταυτότητα (Gribach κ.α., 2019). Αναμφίβολα, ο καθένας αντιλαμβάνεται μια ιδεατή ταυτότητα, μια εικόνα ιδανικά κατασκευασμένη σχετικά με το πως θα ήθελε να είναι. Ωστόσο, το να πιστεύει κανείς ότι μοιάζει με αυτή την ιδανική εικόνα δεν είναι αρκετό, ειδικά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα οποία θέτουν τα θεμέλιά τους στην κοινωνική αποδοχή. Για να επιτευχθεί η κοινωνική επικύρωση και το άτομο να καταστεί πλήρως αποδεκτό από το κοινωνικό – “εικονικό” – περιβάλλον του οφείλει να συμπεριφέρεται με τον ανάλογο τρόπο, έτσι ώστε να διατηρήσει μια συνεκτική εικόνα, η οποία θα αντικατοπτρίζει την ταυτότητά του καθώς και τον τρόπο που τον βλέπουν οι υπόλοιποι χρήστες (Gribach κ.α., 2019).

Η ταυτότητα εν ολίγοις είναι μέρος της αυτοαντίληψης του ατόμου. Η αυτοαντίληψη αφορά στον εαυτό ως αντικείμενο, επενδυμένο με συναισθήματα και σκέψεις και η ταυτότητα, αποτελεί μια διάστασή του, με την οποία παρουσιαζόμαστε στους άλλους. Οι Swann, κ.α. (2010) τονίζουν ότι η ταυτότητα υπόκειται σε αλλαγές καθώς “Όταν οι άνθρωποι αναγνωρίζουν ότι μια ταυτότητα που διατηρούν υπολείπεται της ικανότητάς τους να επιτύχουν έναν στόχο, είναι πιθανό να διαπραγματευτούν μια διαφορετική ταυτότητα ανάλογα με τις συγκεκριμένες συνθήκες. Εάν αυτή η διαπραγμάτευση ταυτότητας διατηρηθεί στον χρόνο, οι αλλαγές, που θα προκύψουν, μπορεί να γενικευθούν οδηγώντας σε μόνιμη αλλαγή της ταυτότητας” (Swann, κ.α., 2010, σ. 617). Τα αποτελέσματα που έχουν προκύψει από διάφορες μελέτες αποδεικνύουν την ύπαρξη πολλαπλών εαυτών, οι οποίοι μεταβάλλονται συνεχώς ανάλογα το πλαίσιο στο οποίο τοποθετούνται. Μια ακραία μορφή αυτής της θέσης υποστηρίζει ότι δεν έχουμε ενστερνιστεί την αυτογνωσία ως γνωστική αναπαράσταση, αλλά αντίθετα ότι κατασκευάζουμε αναλώσιμους εαυτούς μέσα από την λεκτική αλληλεπίδραση, καθώς η γλώσσα δεν αφορά μόνο στην επικοινωνία αλλά και σε γνωστικές λειτουργίες όπως η σκέψη (Potter & Wetherell, 1987). Μια λιγότερο ακραία προσέγγιση (Oakes, κ.α., 1999), τονίζει περισσότερο πως η αυτό-αντίληψη είναι άμεσα συνυφασμένη με το πλαίσιο.

Ειδικότερα, στο πλαίσιο των κοινωνικών δικτύων οι χρήστες ενδιαφέρονται όχι μόνο για κοινή χρήση οπτικοακουστικών περιεχομένων, τα οποία αναρτούν οι ίδιοι μέσω των προσωπικών τους προφίλ, αλλά και για τις κοινοποιήσεις και τους θαυμασμούς άλλων χρηστών. Είναι, λοιπόν, εύλογο ότι τα σχόλια άλλων χρηστών πρόκειται να επηρεάσουν τις δημοσιεύσεις των ατόμων. Η επιρροή αυτή αντικατοπτρίζεται στις μελλοντικές τους δημοσιεύσεις και στο περιεχόμενο αυτών. Συγκεκριμένα, “ανάλογα με τον αριθμό των θαυμασμών και των σχολίων που παρήχθησαν σε σχέση με μια δημοσίευση στα κοινωνικά δίκτυα, τα άτομα τείνουν

να αλλάζουν τις επόμενες κοινοποιήσεις τους με τον επιθυμητό τρόπο” (Tuğtekin & Dursun, 2020, σ. 429). Αυτή η κατάσταση αποκαλύπτει την ανάγκη των ατόμων να βιώσουν την αποδοχή από τους άλλους όσον αφορά στη χρήση των κοινωνικών τους δικτύων. Βέβαια, η προτίμηση που εκδηλώνουν οι χρήστες για τις “εικονικές” ταυτότητες φαίνεται να οφείλεται σε συγκεκριμένους παράγοντες που θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν “τις ατομικές προσδοκίες, την ελκυστικότητα του δυναμικού περιβάλλοντος, τους περιορισμούς που αντιμετωπίζουν στα δια ζώσης περιβάλλοντα, καθώς και την κοινωνική αλληλεπίδραση” (Tuğtekin & Dursun, 2020, σ. 442). Η ρύθμιση των προφίλ των χρηστών με τρόπο που να τους αρέσει είναι ένα καλό παράδειγμα της δύναμης της κοινωνικής αλληλεπίδρασης. Έχει διαπιστωθεί ότι “όσοι ξοδεύουν πολύ χρόνο σε κοινωνικά δίκτυα διαμόρφωσαν τις συμπεριφορές που μοιράζονται με τους υπόλοιπους χρήστες με τέτοιο τρόπο, ώστε να αρέσουν και να γίνουν αποδεκτοί από άλλους” (Tuğtekin & Dursun, 2020, σ. 443).

Ο εαυτός και κατ’ επέκταση η ταυτότητα ενός ατόμου επιτυγχάνεται μέσω της συστηματικής εξέλιξης και βελτίωσης της κοινωνικής δραστηριότητας και των κοινωνικών σχέσεων (Ritzer, 2012 όπως αναφέρεται στο Τρίκκη, 2012), επομένως η αλληλεπίδραση και η επικοινωνία μεταξύ των ανθρώπων αποτελεί σημαντικό παράγοντα δόμησης της κοινωνικής μας ταυτότητας. Η ταυτότητα περιλαμβάνει, όπως παρατηρεί η Chryssoschoou (2003, σ. 227) “τον τρόπο σκέψης για τον εαυτό μας και τον κόσμο στον οποίο ζούμε” εξυπηρετώντας την αναγνώριση του εαυτού, των άλλων αλλά και της σχέσης που δημιουργείται. Βέβαια, πολλοί θεωρητικοί υποστήριζαν με την πάροδο του χρόνου ότι η ταυτότητα αποτελεί μια έννοια πολλαπλάσια, ρευστή, κάτω από διαρκή κατασκευή και ανακατασκευή και όχι αμετάβλητη (Goffman, 1995 όπως αναφέρεται στο Τρίκκη, 2012). Πιο συγκεκριμένα, υπάρχουν δύο γενικές κατηγορίες ταυτότητας, οι οποίες ορίζουν διαφορετικούς εαυτούς, η κοινωνική ταυτότητα και η προσωπική ταυτότητα. Η κοινωνική ταυτότητα αφορά στην αυτεπίγνωση του ατόμου σε σχέση με την συμμετοχή του σε κοινωνικές ομάδες, περιλαμβάνοντας σαφώς και την συναισθηματική αξία του εαυτού του, ως μέλος της ομάδας. Μέσα από κοινωνικές κατηγοριοποιήσεις και συγκρίσεις προσαρμόζεται και οριοθετείται στο κοινωνικό πλαίσιο (Tajfel, 1974, 1978). Στην κοινωνική ταυτότητα μπορούν να παρατηρηθούν τρεις διαστάσεις που αφορούν στο γνωστικό, στο συναισθηματικό και στο αξιολογικό περιεχόμενό της (Belanche κ.α., 2017; Bergami & Bagozzi, 2010; Ellemers, κ.α., 1999; Βλ. επίσης σχετική αναφορά σε Τρίκκη, 2012).

Το γνωστικό (cognitive) περιεχόμενο της κοινωνικής ταυτότητας σχετίζεται με τις εξατομικευμένες γνωστικές συνειδητοποιήσεις της ιδιότητας ενός ατόμου ως μέλους μιας ομάδας. Το άτομο είναι σε θέση να αναγνωρίζει τον εαυτό του ως μέλος μιας συγκεκριμένης ομάδας προβαίνοντας σε διαδικασία αυτοκατηγοριοποίησης (Ellemers, κ.α., 1999). Οι Ellemers, κ.α. (1999), παρατηρούν επίσης, ότι το αξιολογικό (evaluative) περιεχόμενο της κοινωνικής ταυτότητας έγκειται στις θετικές ή αρνητικές αξιολογήσεις ενός ατόμου, όντας μέλος μιας ομάδας, και καθορίζει την αυτό-εκτίμησή της. Το συναισθηματικό (affective) περιεχόμενο της κοινωνικής ταυτότητας σχετίζεται με την συναισθηματική δέσμευση που δημιουργείται μεταξύ του ατόμου και της ομάδας, η οποία πηγάζει κατά κύριο λόγο από το αίσθημα του “ανήκειν”. Αφορά στο αίσθημα της συναισθηματικής



συμμετοχής, την οποία έχει το άτομο για μια ομάδα και αυτό επιβεβαιώνεται με την προθυμία που έχει να διατηρήσει και να μεγιστοποιήσει τους δεσμούς του με την εκάστοτε ομάδα. (Ellemers, et. al., 1999).

Ανατρέχοντας σε όσα ειπώθηκαν παραπάνω, κρίνεται απαραίτητο να εξεταστεί ο ορισμός της προσωπικής ταυτότητας καθώς είναι και ο άμεσα συνυφασμένος με την έννοια του εαυτού. Οι Brewer και Gardner (1996) κατηγοριοποίησαν την έννοια του εαυτού σε τρία επίπεδα. Αρχικά αναφέρθηκαν α) στον ατομικό εαυτό, ο οποίος ορίζεται από τα διαφορετικά μοναδικά χαρακτηριστικά που υφαίνονται μια ανθρώπινη υπόσταση, β) στον σχεσιακό εαυτό που ορίζεται καθαρά από τις διαπροσωπικές σχέσεις και κοινωνικές αλληλεπιδράσεις που έχει το άτομο σε ένα κοινωνικό περιβάλλον, και γ) στον συλλογικό εαυτό που ορίζεται ως η συμμετοχή του ατόμου σε μια ομάδα και η αναγνώριση ότι είναι μέλος της.

Η πολιτιστική πίεση, οι κοινωνικές νόρμες, οι γρήγοροι και ιλιγγιώδεις ρυθμοί ζωής μάς ωθούν πολλές φορές στην δημιουργία εξιδανικευμένων αναπαραστάσεων των διάφορων πτυχών των εαυτών μας (Boon & Sinclair, 2009). Πολλοί άνθρωποι επιθυμούν να επαναπροσδιορίσουν την ταυτότητά τους στα ψηφιακά περιβάλλοντα παρουσιάζοντας έναν εαυτό πλασματικό, αποσυνδεδεμένο από τη φυσική του υπόσταση και αποδομημένο ολοκληρωτικά από τα δικά του αρνητικά χαρακτηριστικά, με σκοπό την βελτίωση των κοινωνικών τους σχέσεων και της αυτοπεποίθησης τους (Bessiere κ.α., 2007). Σε αυτό το σημείο τίθεται επίσης το ερώτημα για το αν υπάρχει αυθεντικός εαυτός, ο οποίος δεν αιχμαλωτίζεται από τον ιδανικό πλασματικό εαυτό του. Οι Markus και Nurius (1986) αναφέρουν κατά πόσο στην ουσία υπάρχει ένας αυθεντικός ελλοχεύων εαυτός που να αποτελεί και την ουσία του ατόμου ή αν ο εαυτός αποτελεί έναν καθρέφτη, ένα προσωπίο, το οποίο λαμβάνει διάφορες εκφάνσεις, αναλόγως και την κοινωνική περίσταση στην οποία βρίσκεται κάθε φορά (Markus & Nurius, 1986, όπως αναφέρεται στο Παπαοικονόμου, 2011). Καθώς τα άτομα μαθαίνουν για τον εαυτό τους συγκρινόμενα διαρκώς με άλλους, προβαίνουν σε αυτό-αξιολόγηση (self-evaluation), προκειμένου να ανταποκρίνονται όσο πιο πολύ γίνεται στις απαιτήσεις που τους επιβάλλουν οι κοινωνικές συλλογικότητες (Παπαοικονόμου, 2011).

Ερχόμαστε, λοιπόν, τώρα να αναλύσουμε πιο διεξοδικά την δομή του εαυτού και των ταυτοτήτων που αφορούν κατ' αποκλειστικότητα στον τρόπο με τον οποίο εμείς οι ίδιοι παρατηρούμε και προσδιορίζουμε τους εαυτούς μας. Αποδίδουμε ιδιότητες στον εαυτό μας (self-attribution), οι οποίες είναι αλληλένδετες με την αυτοαντίληψη μας (Bem, 1967). Ο ιδανικός εαυτός είναι αυτός που κρίνεται ως σημείο αναφοράς από τον πραγματικό εαυτό (Παπαοικονόμου, 2011). Στην βιβλιογραφία αναφέρονται τρεις διαστάσεις εαυτών, οι οποίες είναι οι εξής: Η εξιδανικευμένη εικόνα, που αναφέρεται σε όλα εκείνα τα στοιχεία που σχετίζονται με τον εαυτό και βρίσκονται ιδιαίτερα ψηλά στην αξιολογική κλίμακα του ατόμου και αποτελεί κατά κάποιο τρόπο την κινητήριο δύναμη του. Δεύτερον, η εικόνα με την οποία είναι κάποιος δεσμευμένος (committed image), η οποία συγκεντρώνει τα πιο ρεαλιστικά χαρακτηριστικά που φέρει το υποκείμενο και δεν υπάρχει μεγάλη απόσταση μεταξύ του πραγματικού και του ρεαλιστικού εαυτού. Τέλος, η ηθική εικόνα, η οποία είναι εκείνη η λεπτή γραμμή που διαφοροποιεί αυτό που το άτομο είναι σωστό να πράξει με αυτό που στην ουσία θέλει να πράξει. Κάθε άτομο στην ζωή του ανάλογα και το κοινωνικό πλαίσιο στο οποίο έχει γαλουχηθεί και

ανατραφεί, ακολουθεί κάποιους συγκεκριμένους ηθικούς κανόνες και νόμους, που απαρτίζουν και ορίζουν την ταυτότητα του (Nevid, 2008 όπως αναφέρεται στο Παπαοικονόμου, 2011). Ο επικρατέστερος και άξιος περαιτέρω ανάλυσης όμως εαυτός είναι ο ιδανικός εαυτός, καθώς τον συναντούμε συνέχεια μπροστά μας και είναι ρευστός, ευμετάβλητος και δυναμικός, καθώς εξελίσσεται και αλλάζει συνεχώς με την πάροδο των χρόνων και με τους σημαντικούς άλλους που εξουσιάζουν την ζωή μας (Goffman, 2006, όπως αναφέρεται στο Παπαοικονόμου, 2011).

Η αυτοπεποίθηση και η αυτοεκτίμησή μας ικανοποιούνται όταν νιώθουμε αποδεκτοί από τους σημαντικούς άλλους, ενώ αντίθετα τραυματίζονται όταν βιώνουμε απόρριψη, με αποτέλεσμα το άτομο να απασχολείται τόσο πολύ με την εξωτερική του εμφάνιση ή με την γνώμη των άλλων γι' αυτούς που άλλα σημαντικότερα θέματα επισκιάζονται και υποβαθμίζονται (Αναγνωστοπούλου & Τριλίβα, 2012). Τα άτομα με ναρκισσιστικά πρότυπα έχουν υποδουλωθεί στην ιδέα της σύγκρισής τους με τους άλλους, ενστερνιζόμενοι μια ιδεατή περσόνα. Η περσόνα που υιοθετούμε έρχεται να συμπληρώσει εξίσου και την ψηφιακή ταυτότητα που φέρουμε στο κόσμο του κυβερνοχώρου, η οποία και αυτή με τη σειρά της αποτελεί μια ωραιοποιημένη πτυχή του ατόμου. Ο κυβερνοχώρος είναι ο τόπος της ενδυνάμωσης των ατόμων και της επανεύρεσης των ταυτοτήτων (Τζωρτζάκη, 2012). Η ψηφιακή περσόνα δεν είναι απλά ο προσδιορισμός ονόματος, ηλικίας, επαγγελματικής κατάρτισης και φύλου, αλλά ταυτόχρονα ενσωματώνει ένα ολόκληρο πλαίσιο μέσα στο οποίο δομείται και αποδομείται η ταυτότητα ενός ατόμου. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, συχνά οι άνθρωποι ζουν και βιώνουν μια πλασματική ταυτότητα, η οποία αντιστοιχεί σε μια εικόνα του εαυτού πιο εμπορευματοποιημένη και διαβρωμένη.

## **Μεθοδολογία**

Στο κεφάλαιο αυτό περιγράφεται αναλυτικά η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε στην τρέχουσα έρευνα. Συγκεκριμένα, παρακάτω παρουσιάζονται η ερευνητική προσέγγιση, η διαδικασία της συλλογής δεδομένων (συλλογή πρωτογενών και δευτερογενών δεδομένων), το είδος της δειγματοληψίας, το δείγμα της έρευνας και οι μεταβλητές που μελετήθηκαν (οι προβλεπτικοί παράγοντες και η υπό πρόβλεψη μεταβλητή).

## **Ερευνητική προσέγγιση**

Σε κάθε επιστημονική έρευνα απαιτείται η επιλογή της ερευνητικής προσέγγισης μεταξύ της ποσοτικής και της ποιοτικής μεθόδου. Η ποσοτική έρευνα αντικατοπτρίζει μια στρατηγική έρευνας, η οποία προάγει την ποσοτικοποίηση των δεδομένων κατά την συλλογή και ανάλυσή τους. Αντίθετα, η ποιοτική έρευνα καθίσταται μια ερευνητική στρατηγική που συνήθως δίνει έμφαση στις λέξεις, στον λόγο και ασχολείται με την ποιότητα και την υφή της εμπειρίας (Bryman, 2017).

Βασικά σημεία αντίθεσης μεταξύ της ποιοτικής και της ποσοτικής έρευνας αφορούν στον ρόλο του ερευνητή, στην διαδικασία διεξαγωγής της έρευνας καθώς και στα αποτελέσματα που αυτή εξάγει. Πιο αναλυτικά, στην ποιοτική έρευνα, ο ερευνητής συμμετέχει ενεργά και επιδιώκει στενή επαφή με τους συμμετέχοντες, σε αντίθεση με την απουσία σχέσης που παρατηρείται κατά την ποσοτική έρευνα. Επιπρόσθετα, η ποιοτική έρευνα δεν είναι τόσο δομημένη και τεχνητά οριοθετημένη όσο η ποσοτική. Αυτό συμβαίνει με βασικό σκοπό να αναδυθούν οι έννοιες μέσω των

δρώντων υποκειμένων στο φυσικό τους περιβάλλον. Εξίσου συνήθης αντίθεση μεταξύ των δύο ειδών είναι η δυνατότητα γενίκευσης και η αποκάλυψη μεγάλης κλίμακας κοινωνικών τάσεων για τα οποία ενδείκνυται η ποσοτική έρευνα. Αντίθετα, ο ερευνητής του χώρου της ποιοτικής έρευνας επιδιώκει να κατανοήσει συμπεριφορές και πεποιθήσεις σε βάθος, ώστε να εξάγει πλούσια δεδομένα. Παρά τις σαφείς διαφορές τα δύο αυτά είδη έρευνας διαθέτουν και κοινά σημεία. Βασική ομοιότητα καθίσταται ότι αμφότερες προσπαθούν να απαντήσουν σε ερευνητικά ερωτήματα με την μικρότερη δυνατή παρουσία μεροληψίας, αν και πάντα ελλοχεύει ο κίνδυνος του σφάλματος και στις δύο περιπτώσεις (Bryman, 2017).

Για τον σκοπό της συγκεκριμένης έρευνας και για να εξαχθούν αποτελέσματα σχετικά με τα ερευνητικά ερωτήματα, υιοθετήθηκε η προσέγγιση της ποσοτικής μεθόδου με την χρήση ερωτηματολογίου. Το ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο σχεδιάστηκε για την συλλογή των απαιτούμενων στοιχείων, με σκοπό τον έλεγχο συγκεκριμένων παραγόντων, οι οποίοι επιδρούν σημαντικά στην κατασκευή μιας νέας ταυτότητας στα πλαίσια του διαδικτύου.

### **Διαδικασία συλλογής δεδομένων**

Στην παρούσα έρευνα επιλέχθηκε η μέθοδος συλλογής τόσο πρωτογενών, όσο και δευτερογενών στοιχείων, με σκοπό, όσο το δυνατόν, την πιο πλήρη προσέγγιση του θέματος.

### **Το εργαλείο της συλλογής των πρωτογενών δεδομένων**

Το ερωτηματολόγιο αποτέλεσε το κύριο εργαλείο για την συλλογή των πρωτογενών στοιχείων. Η συλλογή των δεδομένων έγινε μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας του Google Forms, ενός λογισμικού για τη δημιουργία και την επεξεργασία ερευνών μέσω διαδικτύου. Η διαμοίραση του ερωτηματολογίου διενεργήθηκε κατά το χρονικό διάστημα από 10 Μαΐου 2021 έως 26 Μαΐου 2021. Στο σύνολο το ερωτηματολόγιο διαθέτει ερωτήσεις κλειστού τύπου, οι οποίες προσφέρουν μεγαλύτερη ομοιογένεια απαντήσεων και καθίστανται πιο εύκολες κατά την επεξεργασία τους (Babbie, 2018). Επιπρόσθετα, βασικές προϋποθέσεις κατά την κατασκευή του ερωτηματολογίου ήταν οι δηλώσεις να χαρακτηρίζονται από σαφήνεια, να μην είναι διφορούμενες, να σχετίζονται απόλυτα με τα ερευνητικά ερωτήματα, να είναι λιτές, σύντομες και να μην παρεισφρεί μεροληψία σε αυτές. Το ερωτηματολόγιο της μελέτης διαιρείται σε 5 ενότητες. Η πρώτη ενότητα αφορά στα δημογραφικά στοιχεία των συμμετεχόντων. Η δεύτερη και τρίτη πραγματεύονται το διαδίκτυο και την χρήση αυτού από τους ερωτώμενους. Η τέταρτη ενότητα διερευνά την έννοια της αυτό – αντίληψης και η πέμπτη μελετά την ταυτότητα και τον τρόπο με τον οποίο αυτή επηρεάζεται από την χρήση του διαδικτύου.

Για την ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε το λογισμικό στατιστικής ανάλυσης Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).

### **Συλλογή δευτερογενών δεδομένων**

Οι δευτερογενείς πληροφορίες διαδραματίζουν έναν καθοριστικό ρόλο στην διερευνητική έρευνα, καθώς βοηθούν στην διευκρίνιση του υπό έρευνα προβλήματος και παρέχουν στοιχεία, τα οποία δύνανται να χρησιμοποιηθούν σε σύγκριση με τα πρωτογενή δεδομένα (Ζαφειρόπουλος, 2015). Η συλλογή

δευτερογενών στοιχείων διεξήχθη μέσω της ανασκόπησης της διεθνούς βιβλιογραφίας. Η αναζήτηση των άρθρων πραγματοποιήθηκε στο διαδίκτυο και οι πηγές κατά κύριο λόγο ήταν επιστημονικά άρθρα και μελέτες. Για την ανεύρεση των πηγών χρησιμοποιήθηκαν μηχανές αναζήτησης, όπως το Google Scholar, το Google και το Scopus, ενώ η έρευνα επικεντρώθηκε σε λέξεις – κλειδιά όπως το διαδίκτυο, η διαδικτυακή ταυτότητα, η κατασκευή ταυτότητας, η αυτό – αντίληψη και το μορφωτικό επίπεδο. Τα αποτελέσματα προήλθαν ως επί το πλείστον από συγγράμματα, εργασίες και άρθρα αγγλικής γλώσσας, τα οποία έχουν δημοσιευθεί από την τελευταία δεκαετία.

### **Δειγματοληψία**

Η μέθοδος της δειγματοληψίας, η οποία επιλέχθηκε είναι αυτή της μη πιθανοτικής δειγματοληψίας. Η μη πιθανοτική δειγματοληψία αφορά κάθε τεχνική στην οποία το δείγμα δεν καθορίζεται σύμφωνα με την θεωρία των πιθανοτήτων, αλλά επιστρατεύεται ένας άλλος τρόπος, γεγονός που συμβαίνει αρκετές φορές στην κοινωνική έρευνα (Babbie, 2018).

Συγκεκριμένα, στην παρούσα έρευνα η τεχνική μη προσχεδιασμένης δειγματοληψίας που χρησιμοποιήθηκε είναι η δειγματοληψία “χιονοστιβάδας”. Η τεχνική αυτή αξιοποιείται για να εντοπιστούν και να συλλεχθούν υποψήφιοι για μια μελέτη, στην οποία οι υπάρχοντες συμμετέχοντες προτείνουν επιπλέον πιθανούς συμμετέχοντες, οι οποίοι παρατηρούνται και καλούνται να ορίσουν άλλους, και ούτω καθεξής έως ότου επιτευχθεί επαρκής αριθμός συμμετεχόντων (American Psychological Association [APA], χ.χ.).

### **Δείγμα έρευνας**

Τα δημογραφικά στοιχεία ερευνώνται με κύριο σκοπό να σκιαγραφηθεί το προφίλ των συμμετεχόντων. Έτσι, λοιπόν, οι ερωτώμενοι κλήθηκαν να απαντήσουν σε ερωτήσεις, οι οποίες αφορούσαν στο φύλο, στην ηλικία, στο μορφωτικό επίπεδο, στο είδος απασχόλησης και στον τόπο κατοικίας τους.

### **Φύλο**

Στην έρευνα έλαβαν μέρος συνολικά 154 άνθρωποι, εκ των οποίων οι 34 ήταν άνδρες, οι 119 ήταν γυναίκες και ένα άτομο δήλωσε την επιλογή άλλο.

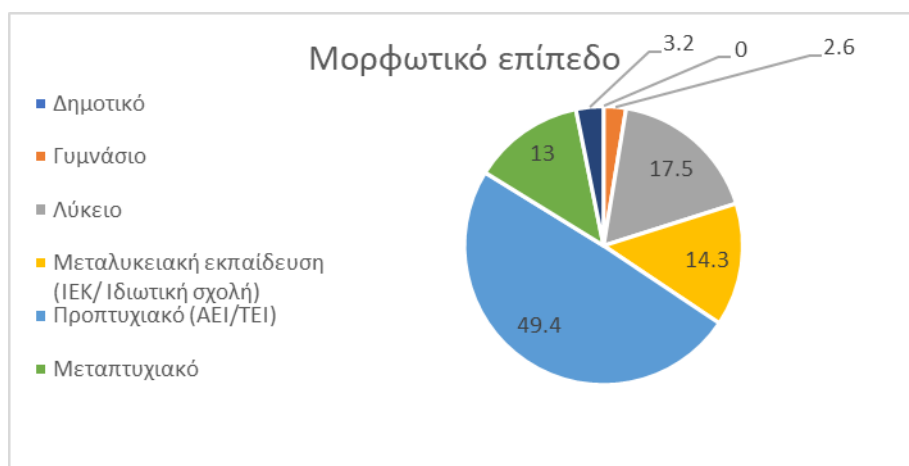
### **Ηλικία**

Η ηλικία δόθηκε ως επιλογή για τους συμμετέχοντες αφού πρώτα ταξινομήθηκε στις ακόλουθες κατηγορίες: κάτω από 18, 18-24, 25-35, 36-49, 50+. Συγκεκριμένα, 21 συμμετέχοντες ήταν κάτω από 18 ετών, 73 συμμετέχοντες ήταν μεταξύ της ηλικίας 18-24, 31 άτομα απάντησαν ότι είναι 25-35 ετών, 12 είναι 36-49 και τέλος 17 συμμετέχοντες δήλωσαν την ηλικία 50+.

### **Μορφωτικό επίπεδο**

Στην ερώτηση σχετικά με το επίπεδο εκπαίδευσης που έχουν οι συμμετέχοντες, κανένας δεν απάντησε το Δημοτικό, 4 άτομα έχουν τελειώσει το Γυμνάσιο και 27 έχουν ολοκληρώσει το Λύκειο. Στη συνέχεια, 22 συμμετέχοντες έχουν ολοκληρώσει Μεταλυκειακή εκπαίδευση (IEK, ιδιωτική σχολή κτλ.), 76 από τους ερωτηθέντες απάντησαν ότι έχουν πάρει πανεπιστημιακό πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ, 20 έχουν ολοκληρώσει μεταπτυχιακό και 5 συμμετέχοντες κατέχουν διδακτορικό τίτλο (Γράφημα 1).

**Γράφημα 1: Μορφωτικό επίπεδο**



### Είδος απασχόληση

Όσον αφορά στο είδος απασχόλησης 50 συμμετέχοντες εργάζονται ως δημόσιοι ή ιδιωτικοί υπάλληλοι και 14 ως ελεύθεροι επαγγελματίες. Επίσης, 73 άτομα είναι φοιτητές, ενώ 14 δεν εργάζονται καθόλου. Από το δείγμα 2 άτομα είναι συνταξιούχοι και ένα άτομο ασχολείται με τα οικιακά.

### Τόπος κατοικίας

Σχετικά με τον τόπο που ζουν αυτή την στιγμή 107 άτομα δήλωσαν ότι κατοικούν σε μεγάλη πόλη (Αθήνα, Θεσσαλονίκη), 40 κατοικούν σε μικρή ή μεσαία πόλη, ενώ 7 από τους συμμετέχοντες ζουν σε αγροτική περιοχή/χωριό.

### Γενικά συμπεράσματα δημογραφικών στοιχείων

- Η συντριπτική πλειοψηφία όσων απάντησαν στο ερωτηματολόγιο αποτελείται από γυναίκες με ποσοστό 77,3%.
- Το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων (47,4 %) στην έρευνα είναι νεαρής ηλικίας (18-24).
- Τα περισσότερα από τα άτομα που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο (65,6 %) βρίσκονται στο επίπεδο της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης.
- Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (69,5 %) κατοικεί σε μεγάλη πόλη (Αθήνα/Θεσσαλονίκη).

### Προβλεπτικοί παράγοντες

Οι προβλεπτικοί παράγοντες που αξιοποιήθηκαν, ώστε να διερευνηθεί η σχέση τους με την κατασκευή νέων ταυτοτήτων στο διαδίκτυο είναι η αυτο-αντίληψη και το επίπεδο μόρφωσης.

Η αυτο-αντίληψη μετρήθηκε με 8 ερωτήσεις σε μία κλίμακα τύπου Likert από το 1 (διαφωνώ απόλυτα) ως το 5 (συμφωνώ απόλυτα). Κάποια χαρακτηριστικά παραδείγματα ερωτήσεων είναι τα παρακάτω :

- 1) Έχω πλήρη επίγνωση των πράξεων μου και των συμπεριφορών μου.
- 2) Λαμβάνω υπόψη τις αρχές μου κατά την λήψη αποφάσεων.
- 3) Γνωρίζω τους στόχους και τις φιλοδοξίες που έχω για τον εαυτό μου.

Το επίπεδο μόρφωσης μετρήθηκε μέσω των παρακάτω 7 τιμών, οι οποίες αντικατοπτρίζουν βασικά στάδια των τριών βαθμίδων εκπαίδευσης:

- 1) Δημοτικό, 2) Γυμνάσιο, 3) Λύκειο 4) Μεταλυκειακή εκπαίδευση (ΙΕΚ/Ιδιωτική σχολή), 5) Προπτυχιακό (ΑΕΙ/ΤΕΙ), 6) Μεταπτυχιακό, 7) Διδακτορικό

### **Υπό πρόβλεψη μεταβλητή**

Η υπό πρόβλεψη μεταβλητή είναι η κατασκευή ταυτότητας στο διαδίκτυο. Η έννοια της ταυτότητας μελετήθηκε μέσω μίας κλίμακας τύπου Likert με 15 ερωτήσεις από το 1 (ποτέ) ως το 5 (πάντα). Κάποια χαρακτηριστικά παραδείγματα ερωτήσεων που χρησιμοποιήθηκαν είναι τα παρακάτω:

- 1) Στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δηλώνω άλλα προσωπικά στοιχεία.
- 2) Οι πεποιθήσεις μου επηρεάζονται από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- 3) Στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ανεβάζω φωτογραφίες που πιστεύω θα έχουν θετική ανταπόκριση.
- 4) Η ανωνυμία του διαδικτύου με κάνει πιο τολμηρό/τολμηρή.

Με σκοπό την λήψη περισσότερων πληροφοριών σχετικά με την χρήση του διαδικτύου από τους ερωτηθέντες δημιουργήθηκαν δύο κατηγορίες ερωτήσεων για το διαδίκτυο. Η πρώτη κατηγορία αφορά μία πενταβάθμια κλίμακα τύπου Likert σχετικά με το χρόνο που αφιερώνεται στο διαδίκτυο την ημέρα, την εβδομάδα, τον μήνα και τον χρόνο. Επιπλέον, οι συμμετέχοντες ερωτήθηκαν πόσες ώρες χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για επαγγελματικούς λόγους, για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης καθώς και για βιντεοπαιχνίδια. Η δεύτερη κατηγορία περιλαμβάνει 5 διχοτομικές ερωτήσεις, οι οποίες αφορούν κυρίως στον τρόπο χρήσης του διαδικτύου.

### **Αποτελέσματα**

Για τις υποθέσεις μας, ότι η αυξημένη χρήση του ίντερνετ οδηγεί στην κατασκευή νέων ταυτοτήτων λόγω της χαμηλής αυτοαντίληψης, αλλά και λόγω του χαμηλού μορφωτικού επιπέδου, πρώτα εξετάσαμε τη συνάφεια μεταξύ των μεταβλητών της χρήσης του διαδικτύου και της ταυτότητας. Από τα αποτελέσματα προέκυψε ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική συνάφεια μεταξύ των δύο αυτών μεταβλητών. Πιο συγκεκριμένα, ο δείκτης συνάφειας μεταξύ των μετρήσεων της χρήσης του διαδικτύου και των μετρήσεων για την κατασκευή ταυτότητας ήταν θετικής κατεύθυνσης και σε ασθενές επίπεδο ( $r(151)=0.161$ ,  $p < 0.05$ ), δηλαδή η μεγαλύτερη χρήση του διαδικτύου συνδέεται με το υψηλότερο επίπεδο οικοδόμησης νέων ταυτοτήτων. Στη συνέχεια, πραγματοποιήθηκε μια διπαραγοντική ανάλυση διακύμανσης σε πρώτη φάση με ανεξάρτητους παράγοντες την χρήση του διαδικτύου και το επίπεδο αυτοαντίληψης με σκοπό τη σύγκριση μέσων όρων σχετικά με την ταυτότητα, με κριτήριο F. Έτσι, λοιπόν, οι μέσοι όροι των μετρήσεων της ταυτότητας υποβλήθηκαν σε διπαραγοντική ανάλυση διακύμανσης  $3 \times 3$  με ανεξάρτητους παράγοντες τη χρήση του διαδικτύου (1-2: 1, 2-3: 2, 3+: 3) και το επίπεδο της αυτοαντίληψης (2-3: 1, 3-4: 2, 4-5: 3). Η επίδραση του ίντερνετ ήταν στατιστικώς ασήμαντη  $F(2, 153)=0.348$ ,  $p > 0.01$ . Η επίδραση του χαμηλού επιπέδου αυτοαντίληψης ήταν επίσης στατιστικώς ασήμαντη με  $F(2, 153)=0.475$ ,  $p > 0.01$ .

Τέλος, πραγματοποιήθηκε μια ακόμη διπαραγοντική ανάλυση διακύμανσης σχετικά με τη δεύτερή μας υπόθεση, με ανεξάρτητους παράγοντες την χρήση του

διαδικτύου για ακόμη μια φορά και το μορφωτικό επίπεδο, με σκοπό την σύγκριση των μέσων όρων των μετρήσεων σε σχέση με την ταυτότητα. Έτσι, λοιπόν, οι μέσοι όροι των μετρήσεων για την ταυτότητα υποβλήθηκαν σε διπαραγοντική ανάλυση διακύμανσης 3x6 με ανεξάρτητους παράγοντες την χρήση του διαδικτύου (1-2: 1, 2-3: 2, 3>: 3) και το μορφωτικό επίπεδο (Γυμνάσιο: 2, Λύκειο: 3, Μεταλυκειακή εκπαίδευση: 4, Προπτυχιακό: 5, Μεταπτυχιακό: 6, Διδακτορικό: 7). Η αλληλεπίδραση των ανεξάρτητων μεταβλητών ήταν στατιστικώς ασήμαντη  $F(3, 153)=0.740$ ,  $p > 0.01$ . Πιο συγκεκριμένα, η επίδραση της χρήσης του διαδικτύου ήταν στατιστικώς ασήμαντη  $F(2, 153)=0.380$ ,  $p > 0.01$ . Καθώς, επίσης, και η επίδραση του μορφωτικού επιπέδου ήταν στατιστικώς ασήμαντη  $F(5, 153)=1.247$ ,  $p > 0.01$ .

## Συζήτηση

Ο διαδικτυακός χώρος, εξαιτίας της ραγδαίας εξέλιξης της τεχνολογίας στην εποχή μας, παρουσιάζει εδώ και αρκετά χρόνια νέα και πρωτότυπα φαινόμενα προερχόμενα από την αλληλεπίδραση των ατόμων στο διαδίκτυο. Φαινόμενα όπως, νέες γνωριμίες, σχέσεις, φιλίες, επαγγελματικές ευκαιρίες μέσω γνωριμιών στο πεδίο του κυβερνοχώρου, ακόμα και σπουδές εξ αποστάσεως με τη λήψη πτυχίων ηλεκτρονικά έχουν γίνει πλέον μέρος της καθημερινότητας των καιρών που διανύουμε. Οι Adamse και Motta (2000), ανέλυσαν τα προφίλ των χρηστών του διαδικτύου και τους χώρισαν σε 6 κατηγορίες αναφορικά με την συμπεριφορά τους στον κυβερνοχώρο (όπως αναφέρεται στους Αντωνίου & Δαλιανά, 2018). Επιπρόσθετα, ο Suler (2001) εντύπησε στην “εικονική” πραγματικότητα και ανέλυσε την συμπεριφορά των χρηστών σε ένα περιβάλλον ανωνυμίας, δίνοντας αφορμή έτσι σε μεταγενέστερους ερευνητές να βρουν καινούρια στοιχεία για την προσαρμογή αλλά πιθανά και την ανακατασκευή της ταυτότητας των ανθρώπων στο διαδίκτυο (Suler, 2001, όπως αναφέρεται στο Ατσαλάκη, 2018).

Η παρούσα έρευνα εμβάθυνε στο προαναφερθέν πεδίο, ερευνώντας τις επιδράσεις που αυτό έχει στην ψυχοσύνθεση των υποκειμένων που συμμετείχαν σε αυτή, ως πιθανό αποτέλεσμα προσωπικών τους χαρακτηριστικών. Το ζήτημα που αναλύθηκε, ήταν η κατασκευή και αποδόμηση της ταυτότητας στο διαδίκτυο. Για να καλύψουμε επαρκώς μια έννοια, η οποία καταλαμβάνει αρκετές θεματικές, εξετάστηκαν μέσω ερωτηματολογίου αρκετά επίπεδα ανάλυσης, όπως η συναισθηματική κατάσταση του ατόμου όταν κάνει χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, αλλά και λιγότερο εσωτερικά πιθανά αίτια, όπως ο χρόνος, τον οποίο αφιερώνει στον κυβερνοχώρο.

Το ερωτηματολόγιο που διαμορφώθηκε στη διάρκεια της έρευνας, χρησιμοποιήθηκε για να διερευνηθεί δύο υποθέσεις. Η πρώτη υπόθεση είναι ότι η αυξημένη χρήση των νέων τεχνολογιών και ιδιαίτερα του διαδικτύου οδηγεί στην ανακατασκευή της ταυτότητας, επειδή το άτομο χαρακτηρίζεται από χαμηλή αυτό – αντίληψη. Η αρχική εκτίμηση ήταν πως τα άτομα, τα οποία δεν διαθέτουν υψηλή αυτοαντίληψη, (πχ. υπέρβαροι άνθρωποι με χαμηλή αυτοεκτίμηση) όταν έρχονται αντιμέτωπα με διαφόρων ειδών προωθήσεις online (πχ. διαφημίσεις, οι οποίες χρησιμοποιούν μοντέλα που συμβαδίζουν με το πρότυπο ομορφιάς της εποχής) οδηγούνται μετά από πίεση στη δημιουργία μιας πιο κοινώς αποδεκτής ταυτότητας (π.χ. σώματος) (Cohen κ.ά., 2017). Ωστόσο, τα δεδομένα που συλλέχθηκαν δεν

έδειξαν κάποια αντίθεση ανάμεσα στους ερωτηθέντες, οι οποίοι παρουσίασαν δείγματα χαμηλής αυτοαντίληψης και σε εκείνους που έδωσαν απαντήσεις, οι οποίες να υποδεικνύουν πιο υψηλή αυτοαντίληψη, ώστε να παρουσιαστεί κάποια σχέση αλληλεπίδρασης μεταξύ των δύο μεταβλητών. Επομένως, μετά το πέρας της ανάλυσης δεν βρέθηκε στατιστική σημαντικότητα σε ό,τι αφορά την σύνδεσή της με την υπό πρόβλεψη μεταβλητή, επομένως απορρίφθηκε.

Η δεύτερη υπόθεση είναι ότι η αυξημένη χρήση των νέων τεχνολογιών και ιδιαίτερα του διαδικτύου οδηγεί στην κατασκευή μίας νέας ταυτότητας, επειδή το άτομο έχει χαμηλό επίπεδο μόρφωσης. Αν και το χαμηλό επίπεδο μόρφωσης προβάλλεται ως επιβαρυντικός παράγοντας σε πολλές έρευνες ψυχοκοινωνικού ενδιαφέροντος, (Σκλαβενίτη & Στεργιοπούλου, 2020) τα αποτελέσματα δεν παρουσίασαν διαφορές ανάμεσα στα άτομα με χαμηλό επίπεδο μόρφωσης και στα άτομα με υψηλό επίπεδο μόρφωσης, ώστε τα πρώτα εν τέλει να βρεθούν πιο ευάλωτα στο “βομβαρδισμό” από πληροφορίες, οι οποίες προέρχονται από το διαδίκτυο ή πιο αδύναμα σε ό,τι αφορά στην συγκρότηση της ταυτότητάς τους. Η δεύτερη υπόθεση επίσης δεν παρουσίασε στατιστική σημαντικότητα, οπότε απορρίφθηκε όπως και η πρώτη.

Πέρα από τις δύο βασικές υποθέσεις, η υπό πρόβλεψη μεταβλητή, την οποία αποτέλεσε η κατασκευή της ταυτότητας, βρέθηκε να συσχετίζεται με τον χρόνο χρήσης του διαδικτύου. Πιο συγκεκριμένα, ο αυξημένος χρόνος πλοήγησης στο διαδίκτυο φάνηκε να οδηγεί σε σύνθεση και αποσύνθεση της ταυτότητας του υποκειμένου περισσότερο από ό,τι στα υποκείμενα, τα οποία ξόδευαν λιγότερο χρόνο στο Internet. Η πολύωρη χρήση, ακόμη και κατάχρηση πολλές φορές, του διαδικτύου έχει ήδη παρουσιαστεί ως αιτιακός παράγοντας αύξησης πιθανοτήτων εθισμού (Πετράκη κ.ά., 2019), ενώ τώρα φαίνεται άλλη μια επίπτωσή του στην ψυχονοητική κατάσταση των χρηστών. Παρόλα αυτά, ο χρόνος χρήσης του διαδικτύου δεν παρουσίασε κάποια αλληλεπίδραση ούτε με την χαμηλή αυτοαντίληψη ούτε με το μορφωτικό επίπεδο.

Συνοψίζοντας, ο ερευνητικός σχεδιασμός που χρησιμοποιήθηκε στην παρούσα έρευνα, είχε ως σκοπό την διερεύνηση μιας σχέσης αλληλεπίδρασης ανάμεσα στις δύο ανεξάρτητες μεταβλητές του α) χαμηλού μορφωτικού επιπέδου και β) της χαμηλής αυτοαντίληψης με την εξαρτημένη μεταβλητή που είναι η κατασκευή εκ νέου της ταυτότητας του εκάστοτε υποκειμένου. Αυτές οι υποθέσεις είχαν ως στόχο τη σύνδεση κάποιων ήδη υπαρκτών στοιχείων των υποκειμένων με την ευκολία, κατά την οποία θα τα επηρέαζαν οι πληροφορίες του διαδικτύου, με απώτερο σκοπό την κατανόηση σε βάθος της διαδικασίας αλλαγής χαρακτηριστικών της ταυτότητας στον κυβερνοχώρο. Παρά τις αρχικές υποθέσεις, τα αποτελέσματα της έρευνας δεν παρουσίασαν κάποια αντιστοιχία με τα προσδοκώμενα αποτελέσματα.

Ανακεφαλαιώνοντας, οι ερευνητικές υποθέσεις της παρούσας έρευνας, η οποία διενεργήθηκε με σκοπό την σύνδεση δημογραφικών δεδομένων (επίπεδο μόρφωσης) και δεδομένων αυτοαντίληψης με την (ανά)κατασκευή της ταυτότητας του ατόμου στο διαδίκτυο, δεν επιβεβαιώθηκαν από τα στατιστικά δεδομένα που συλλέχθηκαν. Εφόσον, δεν εντοπίστηκε σε καμία από τις δύο συνθήκες στατιστική σημαντικότητα, δεν αποδεικνύεται κάποια σχέση ανάμεσα στις ανεξάρτητες



μεταβλητές του μορφωτικού επιπέδου και του επιπέδου αυτοαντίληψης που διαθέτουν τα υποκείμενα της έρευνας, τα οποία χρησιμοποιούν το διαδίκτυο και στην εξαρτημένη μεταβλητή, δηλαδή το ποσοστό στο οποίο τα υποκείμενα είναι πιο επιρρεπή σε αλλαγές στην προσωπικότητά τους και στον χαρακτήρα τους, οι οποίες δύνανται να προκύψουν από επιρροές που προέρχονται από τον χώρο του διαδικτύου. Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω ερευνητικά δεδομένα, προκύπτει ως συμπέρασμα ότι και οι δύο ερευνητικές υποθέσεις απορρίπτονται. Μολονότι, όμως, απορρίφθηκαν οι ερευνητικές υποθέσεις, τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν πως υπήρξε συσχέτιση ανάμεσα στον αυξημένο χρόνο χρήσης του διαδικτύου και στην κατασκευή ταυτότητας.

Εν κατακλείδι, η έρευνα παρουσίασε κάποια νέα δεδομένα σχετικά με την πλοήγηση στον κυβερνοχώρο αλλά και δημιούργησε νέα ερωτήματα, ευκαιρία για περαιτέρω διερεύνηση του παρόντος θέματος, της κατασκευής και ανακατασκευής της ταυτότητας στο Διαδίκτυο. Τα παραπάνω ευρήματα προστίθενται στον μεγάλο όγκο πληροφοριών που έχει συγκεντρωθεί τα τελευταία χρόνια γύρω από την επιστήμη της Κυβερνοψυχολογίας, η οποία κερδίζει διαρκώς μεγαλύτερο ενδιαφέρον συνιστώντας πλέον κλάδο της εφαρμοσμένης ψυχολογίας (Αντωνίου & Δαλιανά, 2018), με στόχο την συγκέντρωση ενδιαφέροντος γύρω από την επιστήμη της Κυβερνοψυχολογίας αλλά και την εξέλιξή της.

### **Περιορισμοί έρευνας**

Στο σημείο αυτό θα ήταν εξαιρετικά χρήσιμο να αναφερθούμε στους βασικούς περιορισμούς της παρούσας έρευνας, προκειμένου να ληφθούν υπόψη και έτσι να αξιοποιηθούν αποτελεσματικά και ορθά τα ευρήματα που προέκυψαν.

Ένας από τους κύριους περιορισμούς αφορά στο μέγεθος του δείγματος που συμπλήρωσε το ερωτηματολόγιο, αλλά και στον τρόπο με τον οποίο αυτό συλλέχθηκε. Είναι σαφές ότι σε ένα σχετικά μικρό δείγμα, το οποίο επιλέχθηκε με μη πιθανοτική μέθοδο δειγματοληψίας ελλοχεύει ο κίνδυνος μεροληψίας, λόγω εξωγενών μεταβλητών, οι οποίες δύνανται να επηρεάσουν τα δεδομένα. Συνεπώς, το υπάρχον δείγμα δεν μπορεί να θεωρηθεί αντιπροσωπευτικό, διότι δεν περιέχει όλα τα χαρακτηριστικά του αντίστοιχου υπό μελέτη πληθυσμού.

Επιπρόσθετα, δεν υπήρχε η δυνατότητα λόγω συνθηκών και περιορισμένου χρόνου να διενεργηθεί μία ποιοτική έρευνα, έτσι ώστε να μελετηθούν σε βάθος προσωπικές αντιλήψεις και συναισθήματα κάποιων, τουλάχιστον, από τα άτομα που έλαβαν συμμετοχή στην έρευνα. Ειδικά, για ένα θέμα σαν αυτό, το οποίο «αγγίζει» ζητήματα ταυτότητας στο σύγχρονο κοινωνιο-πολιτισμικό γίνεσθαι ενδείκνυται πολλές φορές η διεξαγωγή και εις βάθος ποιοτικής έρευνας.

### **Προτάσεις για μελλοντική έρευνα**

Η παρούσα έρευνα συνέβαλλε στην εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων. Ωστόσο, σε ένα διαρκώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον η ανάγκη για συνεχή έρευνα είναι επιτακτική. Πρωτίστως, σε ένα πεδίο, όπως είναι το διαδίκτυο που τις τελευταίες δεκαετίες φαίνεται να μονοπωλεί το ενδιαφέρον της επιστημονικής κοινότητας, χρειάζεται περαιτέρω έρευνα για να επιβεβαιωθούν τα ήδη υπάρχοντα ευρήματα και έτσι να αυξηθεί η αξιοπιστία τους.

Διανύουμε την εποχή μιας νέας οικουμενικής ψηφιακής κοινωνίας, η οποία επιτάσσει ενδεδειγμένη έρευνα κάθε διαφορετικής πτυχής της. Το διαδίκτυο δεν είναι απλώς ένα μέσο ψυχαγωγίας, αντίθετα έχει εξαπλωθεί σε όλους τους τομείς του καθημερινού βίου. Συνεχώς, αναδύονται νέα δεδομένα που απαιτούν βαθύτερη και ουσιαστική μελέτη, καθώς είναι σίγουρο ότι θα συνεχίσει να ασκεί έντονη επιρροή και τα επόμενα χρόνια. Υπό αυτές τις συνθήκες, η έρευνα δεν μπορεί να είναι στάσιμη, αντιθέτως θα πρέπει συνεχώς να αναβαθμίζεται με τη συλλογή νέων εμπειρικών δεδομένων.

Εξαιρετικής σημασίας καθίσταται η ανάγκη για μελέτη μεγαλύτερου πληθυσμού με διαφορετικά χαρακτηριστικά, με σκοπό τη δυνατότητα γενίκευσης των αποτελεσμάτων, αλλά και για πιο ενδεδειγμένη διερεύνηση των αλλαγών, στις οποίες υπόκεινται οι ταυτότητες των ατόμων στα πλαίσια του διαδικτύου για όλες τις ηλικιακές ομάδες και όλα τα κοινωνικά στρώματα. Βέβαια, μια τέτοια έρευνα αξίζει να πραγματοποιηθεί σε όλες τις χώρες του εξωτερικού, ώστε να εξεταστούν οι ομοιότητες και οι διαφορές στον τρόπο που διαχειρίζονται άτομα διαφορετικής κουλτούρας και νοοτροπίας στην διαμόρφωση της ταυτότητάς τους στο χώρο του Internet.

Πέρα από την ποικιλομορφία και την διεύρυνση του δείγματος, καθίσταται αναγκαία η μελέτη κι άλλων μεταβλητών, οι οποίες θα μπορούσαν να επηρεάσουν την κατασκευή της ταυτότητας στο διαδίκτυο. Εξαιρετικά χρήσιμο και ταυτόχρονα ενδιαφέρον θα ήταν να μελετηθούν μεταβλητές όπως για παράδειγμα η αυτοεκτίμηση, η αυτοπεποίθηση, τα κοινωνικά πρότυπα, η εσωστρέφεια/εξωστρέφεια, το κοινωνικό/οικογενειακό περιβάλλον καθώς και οι κοινωνικοπολιτικές πεποιθήσεις και ιδεολογίες.

Εξίσου σημαντική θα ήταν και η διεξαγωγή ποιοτικών ερευνών. Βασικός σκοπός αποτελεί η εις βάθος κατανόηση των πεποιθήσεων και των συμπεριφορών των ατόμων καθώς και η διερεύνηση των προσωπικών βιωμάτων των χρηστών του διαδικτύου, δίνοντας έμφαση στην ποιότητα και την υφή της εμπειρίας τους.

Μέσα στο πλαίσιο αυτό, η παρούσα μελέτη θα μπορούσε να καταστεί το έναυσμα για τη διεξαγωγή περισσότερων ερευνών, οι οποίες θα ασχοληθούν και με άλλα επιμέρους στοιχεία σχετικά με την αποδόμηση και την κατασκευή νέων ταυτοτήτων στο διαδίκτυο.

## **Βιβλιογραφία**

### **Ελληνόγλωσση**

Αθηναϊκό Πρακτορείο Ειδήσεων (2018, Σεπτέμβριος 15). 5,3 εκατομμύρια Έλληνες έχουν προφίλ στο Facebook. *Euronews*. Ανακτήθηκε, 14 Μαΐου 2022, από <https://gr.euronews.com/2018/09/15/ellada-5-3ekatommyria-ellines-exoun-profil-sto-facebook>

Αναγνωστοπούλου, Τ., & Τριλίβα, Σ. (2012). Ναρκισσιστικές προσωπικότητες. Στο N. McWilliams (Εκδ.), *Ψυχαναλυτική Διάγνωση* (σ.386-387). Ινστιτούτο Ψυχολογίας και Υγείας.

- Αντωνίου. Α.Σ., & Δαλιάνα. Ν., (2018), Κυβερνοψυχολογία και ο ρόλος συγκεκριμένων παραμέτρων της προσωπικότητας του χρήστη. Στο Μ. Σπυριδάκης, Η. Κουτσούκου, Α. Μαρινοπούλου (Επ.), *Κοινωνία του Κυβερνοχώρου* (σ. 253-275). Σιδεράς.
- Ατσαλάκη. Α., (2018), Μεταξύ ψυχικού και κοινωνικού: σκέψεις για ορισμένες πιθανές χρήσεις και καταχρήσεις του «δυναμικού χώρου» του διαδικτύου. Στο Μ. Σπυριδάκης, Η. Κουτσούκου, Α. Μαρινοπούλου (Επ.), *Κοινωνία του Κυβερνοχώρου* (σ. 189-226). Σιδεράς.
- Ελληνική Στατιστική Αρχή (2017). *Χρήση Η/Υ και πρόσβαση στο Διαδίκτυο, Α' τρίμηνο ετών 2002-2017*. Στο σύγχρονος κόσμος: Πολίτης και δημοκρατία (σ. 207-208). Διόφαντος.
- Ζαφειρόπουλος, Κ. (2015). *Πώς γίνεται μια επιστημονική εργασία;* (2η εκδ.). Κριτική.
- Κορωναίου, Α. (2021). Σημειώσεις στο μάθημα Νεολαία, οπτικοακουστική εκπαίδευση και μέσα κοινωνικής δικτύωσης: Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών. Ανακτήθηκε την Παρασκευή, 03 Δεκεμβρίου 2021 από <https://openeclass.panteion.gr/courses/TMD392/>
- Παπαοικονόμου, Α. (2011). *Ρόλος και εαυτός (self): η κεντρικότητα του εκπαιδευτικού ρόλου για τη συγκρότηση του εαυτού* [Διδακτορική Διατριβή, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Τμήμα Φιλοσοφίας και Παιδαγωγικής. Τομέας Παιδαγωγικής]. Εθνικό Αρχείο Διδακτορικών Διατριβών. <https://www.didaktorika.gr/eadd/handle/10442/26807>
- Πετράκη, Ε., Παπαϊωάννου, Β., Μουρατίδου, Β. (2019). Χρήση και Ασφάλεια Διαδικτύου. *Open Schools Journal for Open Science*, 2(1), 135-143. doi: <https://doi.org/10.12681/osj.19363>
- Σκλαβενίτη, Μ., & Στεργιοπούλου, Ι., (2020). *Ενδοοικογενειακή Βία κατά των Γυναικών-Πρόληψη και Αντιμετώπιση από τους Επαγγελματίες Υγείας* [Διπλωματική εργασία, Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων]. <https://apothetirio.teiep.gr/xmlui/handle/123456789/11885>
- Σταλίκας, Α. & Κυριάζος, Θ. (2019). *Μεθοδολογία Έρευνας και Στατιστική (με τη χρήση R)*. Τόπος
- Ταμπάκη, Α.Π. (2017). *Η κατασκευή της κοινωνικής ταυτότητας : η περίπτωση του Facebook* [Διπλωματική εργασία, Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών]. Πάνδημος Παντειακές Δημοσιεύσεις.
- Τζωρτζάκη, Μ.Ε. (2012). *Κατασκευή ταυτότητας στο διαδίκτυο* [Διπλωματική εργασία, Πανεπιστήμιο Αιγαίου]. Hellenicus. <http://hdl.handle.net/11610/12814>
- Τρίκκη, Α.(2012). *Η κοινωνική ταυτότητα στα online κοινωνικά δίκτυα* [Πτυχιακή εργασία, Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου]. Ιδρυματικό Καταθετήριο Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου. <http://ktisis.cut.ac.cy/handle/10488/5979>

Φρυδάς, Ν. Π. (2018). Ο Κυβερνοχώρος και η ασφάλεια του. Στο Μ. Σπυριδάκης, Η. Κουτσούκου, Α. Μαρινοπούλου (Επ.), *Κοινωνία του Κυβερνοχώρου* (σ. 25-71). Σιδεράς.

### Ξενόγλωσση

American Psychological Association. (χ.χ.). Snowball sampling. Στο *APA dictionary of psychology*. Ανακτήθηκε 1 Ιουνίου 2021 από <https://dictionary.apa.org/snowball-sampling>

Babbie, E. (2018). *Εισαγωγή στην κοινωνική έρευνα* (2<sup>η</sup> εκδ.) (Ι. Κατερέλος & Σ. Χατζηφωτίου, Επ.). Κριτική

Belanche, D., Casaló, L. V., Flavián, C. (2017). Understanding the cognitive, affective and evaluative components of social urban identity: Determinants, measurement, and practical consequences. *Journal of Environmental Psychology, 50*, 138-153. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2017.02.004>

Bem, D. J. (1967). Self-perception: An alternative interpretation of cognitive dissonance phenomena. *Psychological review, 74*(3), 183. <https://doi.org/10.1037/h0024835>

Bergami, M., & Bagozzi, R. P. (2010). Self-categorization, affective commitment and group self-esteem as distinct aspects of social identity in the organization. *British Journal of Social Psychology, 39*(4), 555-577. <https://doi.org/10.1348/014466600164633>

Bessière, K., Fleming Seay, A., & Kiesler, S. (2007). *CyberPsychology & Behavior, 10*(4), 530-535. <http://doi.org/10.1089/cpb.2007.9994>

Boon, S., & Sinclair, C. (2009). A world I don't inhabit: disquiet and identity in Second Life and Facebook. *Educational Media International, 46*(2), 99-110. <https://doi.org/10.1080/09523980902933565>

Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication, 13*(1), 210-230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>

Brewer, M. B., & Gardner, W. (1996). Who is this "We"? Levels of collective identity and self representations. *Journal of Personality and Social Psychology, 71*(1), 83-93. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.71.1.83>

Bryman, A. (2017). *Μέθοδοι Κοινωνικής Έρευνας* (Α. Αϊδίνης, Επ., Π. Σακελλαρίου, Μετ.). Gutenberg

Castells, M. (2000). Materials for an exploratory theory of the network society. *The British Journal of Sociology, 51*(1), 5-24. <https://doi.org/10.1111/j.1468-4446.2000.00005.x>

Chryssochoou, X. (2003). Studying identity in social psychology: Some thoughts on the definition of identity and its relation to action. *Journal of Language and Politics, 2*(2), 225-241. <https://doi.org/10.1075/jlp.2.2.03chr>

Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2017). The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in

young women. *Body Image*, 23, 183-187.  
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.10.002>

- Ellemers, N., Kortekaas, P., & Ouwerkerk, J. W. (1999). Self-categorisation, commitment to the group and group self-esteem as related but distinct aspects of social identity. *European Journal of Social Psychology*, 29(2-3), 371-389. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-0992\(199903/05\)29:2/3%3C371::AID-EJSP932%3E3.0.CO;2-U](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-0992(199903/05)29:2/3%3C371::AID-EJSP932%3E3.0.CO;2-U)
- Gribach, S. V., Sibul, V. V., & Kolosovskaya, E. V. (2019). Self-representation through social network status messages: Psycholinguistic, sociolinguistic and gender aspects. *Training, Language and Culture*, 3(4). doi: 10.29366/2019tlc.3.4.6
- Gunawardena, C. N., Hermans, M. B., Sanchez, D., Richmond, C., Bohley, M., & Tuttle, R. (2009). A theoretical framework for building online communities of practice with social networking tools. *Educational Media International*, 46(1), 3-16. <https://doi.org/10.1080/09523980802588626>
- Harley, D., Morgan, J., & Frith, H. (2018). *Cyberpsychology as everyday digital experience across the lifespan*. Palgrave Macmillan.  
<https://doi.org/10.1057/978-1-137-59200-2>
- Hogg, M.A., & Vaughan, G.M. (2010). *Kοινωνική Ψυχολογία* (Α. Χαντζή, Επ.). Gutenberg.
- Internet World Stats. (2021). *Internet stats and Facebook usage in Europe 2021 mid-year Statistics*. <https://www.internetworldstats.com/stats4.htm>
- Markus, H., & Nurius, P. (1986). Possible selves. *American psychologist*, 41(9), 954. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.41.9.954>
- Oakes, P. J., Haslam, S. A., & Reynolds, K. J. (1999). Social categorization and social context: Is stereotype change a matter of information or of meaning? In D. Abrams & M. A. Hogg (Eds.), *Social identity and social cognition* (pp. 55–79). Blackwell Publishing
- Potter, J., Wetherell, M. (1987). *Discourse and Social Psychology: Beyond attitudes and behaviour*. Sage Publications.
- Swann, W. B., Jr., & Bosson, J. K. (2010). Self and identity. In S. T. Fiske, D. T. Gilbert, & G. Lindzey (Eds.), *Handbook of social psychology* (pp. 589–628). John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.1002/9780470561119.socpsy001016>
- Tajfel, H. (1974). Social identity and intergroup behaviour. *Social Science Information*, 13(2), 65–93. <https://doi.org/10.1177/053901847401300204>
- Tajfel, H. (1978). *Differentiation between social groups: Studies in the social psychology of intergroup relations*. Academic Press
- Tuğtekin, E. B., & Dursun, Ö. Ö. (2020). Examining virtual identity profiles of social network users with respect to certain variables. *Pegem Journal of Education and Instruction*, 10(2), 427-464. <https://doi.org/10.14527/pegegog.2020.015>